

PERCURSO DO RECONHECIMENTO:

um caminho teórico-metodológico para
pensar o jornalismo enquanto sujeito
em comunicação

Copyright © 2017
SBPjor / Associação
Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo

ANDRÉ BON SANTO DIAS
Universidade Federal Fluminense, Niterói – RJ, Brasil

DOI: <http://dx.doi.org/10.25200/BJR.v13n3.2017.976>

RESUMO - Como sujeito em comunicação, o jornalismo está inserido em um percurso do reconhecimento. Percurso que o condiciona a articular historicamente uma série de estratégias para revelar as “capacidades” de uma instituição que se quer passar como mais confiável e/ou verdadeira do que outras, legitimando assim sua autoridade. Com base neste pressuposto, o presente artigo procura problematizar alguns caminhos teórico-metodológicos para envolver o jornalismo em seus dispositivos. É uma tentativa de abrir pistas para a historicização de um percurso, inerente àquilo que entendemos como a constituição de uma “verdade” da própria instituição, presente em seus discursos de autolegitimação.

Palavras-chave: jornalismo; reconhecimento; discurso; autoridade; autolegitimação.

CAMINOS DEL RECONOCIMIENTO: una ruta teórico-metodológica para pensar el periodismo como sujeto en comunicación

RESUMEN - Como sujeto en comunicación, el periodismo se inserta en un camino de reconocimiento. Camino que lo condiciona a articular, historicamente, una serie de estrategias para revelar las “capacidades” de una institución que quiere se pasar más fiable y/o verdadera que otras, legitimando así su autoridad. Con base en este pressupuesto, el presente artículo busca problematizar algunos caminos metodológicos para involucrar el periodismo en sus dispositivos. Es un intento de abrir pistas para la historización de un camino inherente a lo que entendemos como el establecimiento de una “verdad” de la institución, presente en sus discursos de auto-legitimación.

Palabras clave: periodismo; reconocimiento; discurso; autoridad; autolegitimación.

COURSE OF RECOGNITION: a theoretical and methodological approach to understanding journalism as a subject in communication

ABSTRACT - As a subject in communication, journalism is part of a course of recognition. In such course, journalism is historically conditioned to articulate a series of strategies to reveal the “competencies” of an institution that seeks to be perceived as more reliable

and/or truthful than others, legitimating its authority. Based on this assumption, this article discusses some theoretical and methodological approaches to journalism that takes its devices into account. This is an attempt to pave the way for drawing a historical overview of a course inherent in what we perceive as "truth" of the institution itself, present in its self-legitimating discourses.

Keywords: journalism; recognition; discourse; authority; self-legitimation.

O presente artigo tem como objetivo traçar um caminho teórico-metodológico. Um percurso para orientar a análise daquilo que denominamos de uma história da verdade *do* e *no* jornalismo em seus processos de autolegitimação. Para tanto, nossa proposta aqui será a de costurar algumas possibilidades, direcionar olhares a estudos que pretendam enxergar o jornalismo enquanto sujeito *em* comunicação (Leal, 2009). Quando falamos de jornalismo estamos nos referindo a um ideal moderno de instituição que historicamente vem se inscrevendo sob uma série de normas e práticas em comum e que, partilhadas constantemente pelos agentes que a constituem, buscam fatias de reconhecimento, legitimidade e autoridade. (Traquina, 2005) Ainda assim estamos cientes de que o jornalismo, como um "ismo" (Nerone, 2009; 2012) que possui uma série de pressupostos e sistemas de crenças, precisa sempre ser encarado em suas particularidades.

Demarcar o processo de institucionalização de uma verdade *do* e *no* jornalismo nos faz pensá-lo como uma atividade inserida nas lutas por reconhecimento. Lutas que estão atreladas às histórias que dele se conta e que assim inscrevem tradições e ideais do que de fato seria o "bom" e o "verdadeiro" modelo a ser praticado e reconhecido como tal. (Zelizer, 1992) Dito isto, não negamos que existam diversas formas de definir a chamada instituição moderna do jornalismo. Aqui nossa preocupação se dá em definir aquilo que podemos caracterizar

ainda como uma “grande imprensa” escrita no Brasil. O percurso que iremos percorrer foi construído para problematizar como esta instituição tem tentado buscar reconhecimento para legitimar-se, enquanto tal, como um jornalismo que se diz mais verdadeiro, profissional e confiável do que os outros.¹ Desta forma, o que queremos, ao traçar este percurso, não será necessariamente discutir o que este jornalismo de fato é, mas sim costurar uma chave de análise para perceber como ele tem *pretendido ser* ao pautar-se sob um tipo ideal de instituição que vem buscando se legitimar no, com e pelo tempo.

Como uma espécie de conceito geral, a ideia de jornalismo que pretendemos pensar aqui está relacionada às suas “generalizações” e “similitudes” que, historicamente, nos permitem perceber seu caráter polissêmico, bem como sua plasticidade semântica (Koselleck, 2006). Portanto, não falamos de um tipo ideal de instituição como espécie de fórmula prescrita, mas como abstrações que nos permitem construir relações historicizantes, inerentes às lutas por reconhecimento (Prost, 2015). O próprio John Nerone (2012) deixa claro, por exemplo, que as normas idealizadas de um padrão de jornalismo moderno ocidental não descrevem de fato o que o jornalismo é ou o que os jornalistas fazem, já que elas funcionam apenas como idealizações para pensar como “agentes perfeitos” deveriam agir em “situações perfeitas”.

Neste sentido, vale ressaltar ainda que não iremos nos debruçar em uma discussão teórica mais aprofundada sobre a verdade *do/no* jornalismo e suas implicações éticas e/ou deontológicas, por mais que estas questões sejam inerentes ao percurso. Isso porque este estudo não está necessariamente preocupado em questionar a prática jornalística como uma teoria propriamente dita, mas em articular modos de pensar o jornalismo historicamente, inserindo-o em suas lutas por reconhecimento.² Quando falamos de jornalismo estamos pensando muito mais em seus jornais, enquanto uma voz institucional e autorreferencial, do que em sua prática diária, em forma de narrativa noticiosa. A questão da verdade será tratada aqui como uma verdade *que se pretende* ao nível do reconhecimento, ligada à memória e à sua história. (Barbosa, 2016; Kitch, 2014; Ribeiro, 2005; Zandberg, 2010). Uma verdade que diz respeito primordialmente à autoridade da instituição que profere tais discursos e que é posta nas arenas da disputa por legitimação simbólica. (Habermas, 2004; Rorty, 2007; Lisboa e Benetti, 2015).

Em tempos de “pós-verdade”, é cada vez mais explícita a preocupação de certas empresas em evidenciar de forma estrita sob que premissas estão balizadas o “verdadeiro” jornalismo sob o qual articulam-se cotidianamente suas práticas. Sob um panorama de aparente crise de credibilidade, o jornalismo dito “profissional” vem buscando assim inscrever-se sob uma “maquinaria de legitimação” (Berger e Luckmann, 2003) que intenta imputar para si uma série de capacidades que os fazem reconhecidos como portadores de discursos mais legítimos e confiáveis. “Mais e melhor jornalismo” é o que proclama, por exemplo, um dos baluartes e defensores deste modelo, o *New York Times*, ao referir-se ao delicado contexto enfrentado pela empresa nas coberturas da recente conjuntura política de seu país.³

Partindo deste breve cenário, o que propomos aqui é um estudo que procura articular pistas interpretativas para a análise de um percurso onde, historicamente, lutas por reconhecimento são travadas. Lutas que buscam, acima de tudo, angariar maior legitimidade à uma instituição que se diz capaz de revelar as verdades dos acontecimentos que ocorrem no mundo, circunscrevendo assim sua autoridade. O jornalismo, enquanto sujeito *em* comunicação, só pode se fazer crível ao nomear suas capacidades frente a um outro, razão de seu discurso. Sigamos juntos este percurso para que fique mais claro o nosso caminho.

Percurso do reconhecimento: um caminho teórico-metodológico

Primeiramente é importante pontuar. Quando falamos de “reconhecimento” estamos seguindo o percurso traçado por Ricoeur (2006) ao realizar um estudo sobre o próprio estatuto semântico do termo na esfera do campo filosófico. De acordo com o autor, há uma evidente lacuna neste campo de reflexão a ponto de não podermos identificar uma teoria específica do reconhecimento, o que o faz iniciar sua análise no âmbito estritamente linguístico. Partindo do princípio de que exista uma falta de organização polissêmica do termo, Ricoeur distingue uma série de possibilidades para sua definição: reconhecimento como algo que se reconhece, que se identifica e/ou se coloca novamente à mente; reconhecimento como percepção de algo que nunca fora visto; reconhecimento como algo que se encara

como verdadeiro, pois reconhecer envolve uma questão de aceitação, valoração e submissão (autoridade); reconhecimento como forma de gratidão, dentre várias outras possibilidades retiradas diretamente de sua estrutura etimológica.

Ao problematizar este amplo leque de definições, o autor intenta deslocar a análise do reconhecimento enquanto verbo ativo (“reconhecer”) para o passivo (“ser reconhecido”), uma releitura conceitual que, segundo ele, dá a oportunidade de analisarmos como se constituem as “lutas por reconhecimento”, ponto chave no horizonte dos embates travados nas arenas simbólicas da legitimação. O tema “luta por reconhecimento” é apropriado por Ricoeur das discussões de Axel Honneth (2009), que por sua vez faz uma releitura do conceito anteriormente discutido em Hegel (1991). Mas Honneth (2009) não está preocupado estritamente em entender estas lutas como estratégias para autoconservação ou legitimação de identidades, pressuposto que seria tributário à filosofia social moderna de Maquiavel e Hobbes, por exemplo. O que orienta sua análise é uma reflexão sobre o modelo normativo da luta social, onde os embates pelo reconhecimento mútuo dizem respeito mais diretamente a uma questão moral do que de poder. Para Hegel (1991), o reconhecimento está atrelado às relações éticas e de reconhecimento solidário, que envolvem a liberdade dos cidadãos, individualmente, em uma coletividade. Nesta filosofia, a discussão está muito mais ligada à vinculação social entre os sujeitos e na luta que travam para por à prova a integridade de uma honra digna de ser reconhecida.

Nossa preocupação aqui se dá mais em relação à autoridade que orienta as supostas intenções destas relações do que na solidariedade/eticidade que delas se demanda, o que faz com que dialoguemos mais com a premissa de Ricoeur (2006).⁴ Isso faz com que de antemão a questão da identidade seja colocada em jogo, pois a partir deste pressuposto o reconhecimento nada mais seria do que um “pedir para ser reconhecido” enquanto aquilo que afirmo e/ou pretendo ser. Reconhecer se torna um ato que “expressa uma pretensão, um *claim*, de exercer um domínio intelectual sobre o campo das significações, das asserções significativas.” (Ricoeur, 2006, p. 28) A busca pelo reconhecimento é, portanto, uma reivindicação que demanda expectativas, já que só pode ser satisfeita enquanto “reconhecimento mútuo”, seja ele no nível das pretensões utópicas ou do plano político.

Após a delimitação de um terreno, Ricoeur (2006) propõe algumas acepções filosóficas para acompanhá-lo neste percurso

e que podem ser resumidas na seguinte proposição: o reconhecer, como uma identificação de si mesmo, ao buscar ser reconhecido e se diferenciar dos outros, partilha de uma identidade comum, uma identidade de si que almeja acima de tudo o reconhecimento em sua relação com o outro. Deslocar o verbo “reconhecer” para o substantivo “reconhecimento” diz respeito, a uma aspiração que envolve lutas por legitimação. Só serei reconhecido se distinguido e identificado naquilo que pretendo dizer que sou. Esta inflexão teórica nos soa fundamental, pois nossa intenção não está em perceber se o “reconhecer” do jornalismo é de fato legítimo ou não, mas como, ao definir uma identidade comum, seus discursos “pedem” para ser reconhecidos, como almejam essas esferas de reconhecimento e legitimação junto ao seu público.

Deste percurso não saímos impassíveis. Somos agentes, pois nos reconhecemos como capazes de nos identificar e distinguir-nos e, por isso, sofremos por imputar no/para o outro o desejo de sermos reconhecidos. É neste sentido que Ricoeur (2006) compreende a “passividade” do verbo. A luta pelo reconhecimento não se dá sem o outro, somente me dirigindo a ele é que poderei esperar que aquilo que “pretendo ser” seja encarado como “verdadeiro”, ou não. Desta forma, há alguns atributos que precisam ser levados em consideração neste trajeto “reconhecer – ser – reconhecido”: o primeiro seria justamente identificar-se capaz de o ser. Agentes que almejam ser reconhecidos definem para si “capacidades” que o caracterizam como portadores de um “poder de dizer” e/ou “poder fazer”. O “homem capaz” segundo Ricoeur (2006) é aquele que diz “eu posso” enquanto conhecedor de suas capacidades legítimas. É um agente que reconhece suas responsabilidades e as julga como pretensamente “verdadeiras”, pois definidoras de sua identidade.

O próprio ato de nomear-se já implica em uma tentativa de fazer-se reconhecer. Ricoeur (2006) está dialogando com a teoria dos atos de fala de John Austin (1962) quando o autor parte do pressuposto de que falar, nomear ou imputar responsabilidade a um discurso, seria nada mais do que “fazer as coisas com palavras”. Tal concepção pragmática se mostra valiosa, acredita Ricoeur (2006, p. 110), porque amplia a ideia estritamente semântica do valor do enunciado para pensar os “contextos particulares de interlocução” que se dão entre os jogos da enunciação e seus enunciadores. São atos de discurso que desviam o olhar do “quê” para pensar o “quem” fala em seu processo de autodesignação.

Nomear-se como capacitado de um poder dizer ou poder fazer é distinguir-se como agente autorizado. “Eu posso” diz respeito a um sujeito que age sob supostas intencionalidades e que, ao buscar o reconhecimento, pretende ser reconhecido como causa máxima de um discurso, como numa espécie de “fui eu que fiz”. Mas, entre causas e intenções é preciso perceber que o sujeito autorizado diz acima de tudo que “sabe como fazer”, já que se definira como capaz para exercer tal função. Ricoeur (2006) afirma que estas nomeações demandam a ideia de uma identidade narrativa própria, como se a identidade pessoal de um sujeito refletisse na própria possibilidade deste poder narrar-se, refletindo no discurso as próprias expectativas imputadas no ato de dizer. É desta forma que um leitor, por exemplo, poderá também reconhecer-se enquanto tal no próprio ato daquele que pede para ser reconhecido.

No que concerne ao poder de nomeação deste homem capaz, nos falta ainda pensar uma questão: a capacidade de imputar e autorizar-se num discurso está relacionada diretamente à responsabilidade daquele que fala. Responsabilidade no sentido de que, se deposito expectativas sobre aquilo que digo, tenho a obrigação de defender as supostas “verdades” que delas se demandam. Estas “verdades” são construídas e ressignificadas na base da confiança, da credibilidade e da legitimação em uma sempre conturbada relação com o outro. Assim, podemos inserir a luta pelo reconhecimento em um presente que é simultaneamente comprimido e dilatado entre a memória (um passado como experiência) e a promessa (um futuro como expectativa) (Koselleck, 2006). É sob esta relação que se dá a manutenção de uma lógica do “reconhecer – ser – reconhecido”: eu me afirmo como capaz de fazer - eu imputo identidades que dizem respeito à minha experiência - eu prometo - eu crio expectativas - eu faço - eu sou reconhecido como autorizado a portar estas “verdades”.

Por mais que neste percurso estejamos falando de um “reconhecimento de si”, é o si mesmo como outro (Ricoeur, 2014) que aqui entra em jogo, no sentido de que só podemos pensar nas pretensões de sua validação a partir das relações que são imputadas a ele. É por isso que para Ricoeur (2006) a questão do “reconhecimento mútuo” entra em cena. Eu me defino como capaz e autorizado somente porque desejo ser reconhecido. Apenas demandando ao outro a responsabilidade final deste trajeto é que poderei, como sujeito, completar um percurso

do reconhecimento. Reconhecimento é atestação, legitimidade *que se pretende* a um outro, já que não basta apenas querer e poder dizer supostas verdades, mas confrontá-las nos jogos de validação discursiva. O “homem capaz” proposto por Ricoeur (2006) é o homem que antes de poder, deseja. Mas se deseja é porque “confia” em suas capacidades, pois o final deste percurso visa acima de tudo a estima social, o reconhecimento e a consideração. O mais importante no final desta luta se torna, portanto, não o reconhecer no sentido de que “eu reconheço” minha autoridade, mas em autorizar-me a dizer que “sou reconhecido”, pois considerado confiável e “verdadeiro”.

Entender as capacidades do jornalismo em sua maquinaria de legitimação, como ele define para si uma identidade que lhe é própria e como “pede” para ser reconhecido, será um dos nortes a orientar nosso percurso. O “homem capaz” transporto à problemática do jornalismo já foi explorado por um estudo de Benetti e Freitas (2015), onde as autoras realizaram uma reflexão sobre as construções e utilizações da memória a partir da fenomenologia de Ricoeur (2007). Na tentativa de compreender as competências desejáveis de um sujeito jornalista que se vê envolto em suas ações éticas e de compromisso para com a verdade de seus relatos, a análise em questão se preocupava em perceber como o jornalismo deveria estar comprometido com uma série de premissas que, ao menos em tese, orientariam seu trabalho.

O jornalista, como um “homem capaz”, deveria assim estar imbuído de suas potencialidades para identificar, hierarquizar, organizar e disponibilizar os acontecimentos passados em um presente que dilata-se constante e conflituosamente em seus futuros possíveis. Ciente disso, uma de suas principais responsabilidades seria a de “construir memória”, uma memória legítima e crível que auxilie na elucidação das pluralidades destes acontecimentos e que possibilite a inscrição dos homens em seu tempo. Atestando para si um poder de ação, o jornalista circunscreveria sua própria autoridade, uma autoridade que demanda, conseqüentemente, a responsabilidade do reconhecimento para com o outro. Daí a importância, segundo as autoras, de que estas capacidades orientem-se sob um desejo ético de alteridade e de justiça. Um compromisso para com aquele que se dirige o discurso (Benetti e Freitas, 2015).

Estas premissas, essenciais à prática jornalística, demandariam

também uma capacidade de seus sujeitos em se posicionar diante de contextos espaço-temporais delimitados. Só assim o jornalista poderia transpor em narrativa a complexidade do mundo que identifica e relata. Reconhecendo a si mesmo e ao outro pelo ato narrativo, seus agentes deveriam estar aptos para potencializar a “reconstrução discursiva do mundo” (Benetti e Freitas, 2015, p. 179), produzindo memórias que nos evidenciem as permanências e rupturas para com o tempo vivido.

Apesar de não negligenciarmos as potencialidades inerentes a estas práticas, para nós o que parece fundamental neste percurso é perceber como o jornalismo legitima um lugar a partir das próprias memórias que (re)produz e relata. Como um “homem capaz” que busca “ser-reconhecido”, o jornalismo, para além de construir memória, procura acima de tudo legitimar e circunscrever o seu lugar “na história” (Barbosa, 2016). Um lugar na história que narra, pela profusão de seus acontecimentos, mas também um lugar frente à história da própria instituição que diz pertencer e representar. É por isso que neste percurso, mais importante do que pensar como o jornalismo é ou *deveria ser*, se torna necessário apreender como ele *tem pretendido ser*, a partir da imagem que o próprio jornalismo procura construir enquanto instituição. Mais do que uma prática, estamos problematizando, portanto, os jornais e seu jornalismo. Sua imagem e sua voz institucional que o legitimam historicamente enquanto um sujeito *em* comunicação, pois o encaramos aqui como um ator que também está condicionado às vicissitudes do tempo, no embate constante entre a memória e o esquecimento.

Reconhecimento como “imagem de si”: o jornal e sua voz

Trilhar este caminho nos parece essencial para pensar o que queremos definir como uma ideia de verdade do jornalismo e problematizar o “quem fala” do discurso em suas supostas intencionalidades. Neste sentido, buscamos entender como os jornais constroem uma espécie de “sistema de representação de si” (Benetti e Hagen, 2010) que os atrela a uma voz institucional do que seria o “verdadeiro” jornalismo que praticam e do qual fazem parte. Em um percurso do reconhecimento, o jornalismo, enquanto instituição, articula sua “imagem de si” a partir de características particulares normativas e “termos de conveniência” que irão definir capacidades,

estratégias de distinção que pretendem lhe fazer reconhecido e o diferenciar de outros agentes e instituições (Nerone, 2013). Como um “gênero discursivo” particular (Benetti, 2008), o jornalismo só existe nesta relação estabelecida por um “contrato” de comunicação (Charaudeau, 2006) que obriga-nos a pensar o “quem diz e para quem diz” de um texto, sob que pretensões e objetivos, e ancorados sob quais premissas ou imagens institucionais.

A imagem de si projetada em um discurso é quem vai reafirmar e legitimar crenças, delimitando assim a condição de identidade dos jornais e do próprio jornalismo como instituição portadora de uma “verdade” digna de ser reconhecida como tal. Mas o contrato de comunicação estabelecido entre os agentes e seus públicos nem sempre se dá de forma proporcional, devido à relação de poder que cada um exerce neste campo. Quando eu “peço” para ser reconhecido estou nada mais do que – em tese – reiterando e reafirmando verdades que acabam por legitimar um “ethos jornalístico” particular. É assim que uma instituição se legitima como “realidade objetiva” (Berger e Luckmann, 2003), mas para tanto é preciso que uma série de atores – tanto os jornais com os próprios jornalistas – reproduzam constantemente esta imagem a partir de um ethos que seria “pré-discursivo” e que delimitaria um sistema específico de autorepresentação de si (Benetti e Hagen, 2010).⁵

Esta imagem, é importante enfatizar, constrói uma representação da instituição e não necessariamente a realidade do fazer jornalístico. Como uma imagem, no entanto, ela é um poderoso instrumento para cristalizar identidades e, conseqüentemente, legitimar a autoridade do jornalismo. Antes de se dirigir ao outro num percurso pela busca do reconhecimento que este jornalismo se diz capaz de fazer e, portanto, nomeia-se a partir de estratégias de autorreferenciação. Estas estratégias delimitam e negociam espaços, reforçam valores, configuram e reconfiguram memórias. São fundamentais para definir aquilo que a instituição é e como deve, acima de tudo, ser identificada.

Discursos como esses podem ser enxergados muitas vezes como um enunciado vertical, de voz única, que se diz capaz e portador de uma narrativa universal, já que são também “estratégias de defesa” (Lopes, 2007). Mas se busco estratégias para respaldar um discurso, obviamente estou me defendendo de algo ou alguém e, neste sentido, não devo excluir o outro sob o qual o discurso do “eu posso” está implícito dialogicamente.

Nesta relação que se pretende sob o jogo das intenções, não posso abandonar do horizonte o pressuposto de que a “imagem de si” do jornalismo não está sozinha, deslocada de texto e contexto. Só sou “si”, pois estou inserido em um contrato que se direciona e projeta-se ao outro (Ricoeur, 2014).

Os discursos de autolegitimação do jornalismo devem ser encarados em sua historicidade já que – estamos cientes –, muitas dessas vozes emanam certo ar “essencialista”, procurando atuar como “receituários” daquilo que, de fato, o jornalismo “deveria ser” (Jácome, 2014, p. 56). Estes receituários, segundo o autor, negariam a multiplicidade constituinte do jornalismo, vinculando-o a um tipo ideal, portador de um modo de ser permanente e imutável, que se refletiria nos discursos de uma instituição baseada na isenção, na independência, no profissionalismo, no compromisso com a democracia, etc. Mas, se buscamos aqui problematizar um jornalismo *que se pretende*, não devemos negligenciar que é justamente por aquilo que ele se define que procuraremos possíveis brechas interpretativas. Partir desse pressuposto não significa negar sua historicidade, mas perceber como este jornalismo, ao definir uma identidade da ou para a instituição, se conflita com uma realidade que é intrínseca àquilo que se realiza *no* jornalismo. Ou seja, nem sempre o discurso da instituição, que se define como o “verdadeiro” jornalismo, se reflete em uma verdade *no* jornalismo. Só quando estivermos cientes de que os discursos *do* jornalismo muitas vezes acabam por congelar deliberadamente sua própria historicidade é que poderemos entender como as suas supostas intencionalidades se instituem e se diluem na prática.

Mais uma vez vale reforçar que neste percurso buscamos apenas caminhos para identificar as capacidades de um jornalismo que se diz legítimo e autorizado a se portar como tal. Uma imagem e uma voz institucional dialogam desta forma com as “verdades” que se pretendem firmar como reconhecidas frente a determinado público ao longo do tempo. Como um “homem capaz”, o jornalismo se constrói sob uma relação sempre conflituosa entre experiências e expectativas, lembranças e esquecimentos. Ao pedir para ser reconhecido, o discurso autorreferencial do jornalismo se desloca no tempo, circunscrevendo discursos e memórias sobre si, na tentativa de se inserir “na história” (Barbosa, 2016) e se diferenciar a partir de uma identidade comum na relação com o outro.

É por isso que um percurso do reconhecimento precisa ser compreendido como, essencialmente, um percurso histórico, perpassando aquilo que o próprio jornalismo entende por jornalismo em seu exercício de autolegitimação no, com e pelo tempo. Este pressuposto pode nos dar pistas para historicizar os próprios valores da instituição, perceber suas particularidades, permanências e rupturas. Quando o jornalismo advoga uma verdade para si, como “a” verdade da instituição, nós devemos perceber os “processos históricos” que demandam estas lutas por reconhecimento e legitimação. Processos que não são estanques e que acabam por atualizar constantemente as garantias de uma “constituição moderna” de sua identidade (Jácome, 2014).⁶

Apesar da preocupação em diagnosticar a historicidade destes processos, Leal e Jácome (2016) estão cientes, por exemplo, de que os discursos institucionais do jornalismo, em suas rupturas e continuidades, se constroem muitas vezes como numa espécie de mudança “que permanece a mesma”. São discursos de autolegitimação que, ao pretender explicar o processo de modernização da imprensa por ela mesma, acabam por reafirmar os mesmos princípios que, de certa forma, simplificariam a sua historicidade. Mas esta é também uma estratégia primordial para fazer com que normas e valores perdurem e ressignifiquem-se no tempo, legitimando assim a realidade objetiva de um processo de institucionalização (Berger e Luckmann, 2003). Processo que acaba tornando, em muitos casos, estas relações um tanto quanto complexas e paradoxais.

Problematizar as estratégias de legitimação como um processo que “pede” para ser reconhecido demanda, portanto, uma série de pressupostos que não se limitam a um tipo específico de jornalismo, por mais que tentemos encará-lo naquilo que ele pretende se definir. Fausto Neto (2008) nos chama a atenção para como o “campo midiático-jornalístico” está inserido em uma série de práticas que envolvem outros sistemas de funcionamento e organização. As estratégias de legitimidade bem como as práticas utilizadas pelo campo pela busca do reconhecimento estão permeadas por processos que tornam mais complexos seu lugar de fala específico. Assim, o “lugar representacional” do jornalismo precisa ser relativizado, uma vez que se torna necessário deslocarmos seu protagonismo e autonomia a outros lugares que não são única e exclusivamente de sua propriedade.

De acordo com o autor, a mediação dos processos comunicacionais implicou em uma reconfiguração do próprio discurso do jornalismo, bem como de suas práticas e interações junto ao público. Sua operação técnico-simbólica, a partir de uma série de novos “regimes de contato”, passou a demandar outra postura enunciativa e autorreferencial que diz respeito ao “dispositivo” que este carrega, naquilo que o autor define como uma “realidade da construção”. Esta realidade encontra-se afetada por diferentes campos responsáveis por transformar seu próprio dispositivo representacional. “É na complexidade desta ‘realidade da construção’ que se institui um novo ‘modelo pedagógico’ e mercado discursivo [onde o jornalismo reconfigura] seu status de ‘lugar observador’” (Fausto Neto, 2008, p. 115).

A reconfiguração de um lugar diz respeito diretamente aos modos que o jornalismo utiliza para definir e “edificar” sua autonomia, que se daria também por uma natureza discursiva e autorreferencial entre o dispositivo e seus vínculos. Isto seria possível, ainda segundo o autor, com a produção de uma “autorreflexividade” sobre os modos de ser do jornalismo (Fausto Neto, 2008), uma enunciação engendrada para descrever a realidade de si a partir de operações discursivas que acabam por desenvolver algo como um “meta-discurso” acerca do jornalismo, seus atores e práticas.

Estes “meta-discursos” seriam para o autor nada mais do que estratégias de celebração e consagração do jornalismo, responsáveis por evidenciar uma “realidade da construção”, suas dinâmicas de funcionamento, identidade e autonomia. São estratégias em que o jornalismo acaba por atualizar sua existência e possibilidades de permanência frente à produção de sentido, visto que estão circunscritas “sobre a ‘epopeia’ dos seus atores, segundo a qual o campo não só faz história, mas chama atenção para como esta história se faz” (Fausto Neto, 2008, p. 116). São os discursos de si, portanto, que dotam o jornalismo de uma autorreflexividade própria. Discursos de si a um outro, já que visam a legitimação de uma autonomia e de uma identidade “capaz” de ser reconhecida como tal. O jornalismo enquanto instituição “constrói-se” e, para tanto, precisa explicitar-se em discurso, intentar-se, criar vínculos e relações.

Daí a importância de pensarmos na questão do dispositivo que adequa os sentidos produzidos por um jornal a um suporte específico de enunciação. Aqui a leitura de Mouillaud (2002) sobre os dispositivos nos soa fundamental, pois o autor acredita que um

dispositivo não pode ser visto apenas como um suporte técnico que garante visibilidade e projeção aos enunciados, mas como algo que, acima de tudo, os envolve. Eles são matrizes onde os textos se inscrevem, mas onde estes já se encontram também pré-inscritos, pois o funcionamento de um dispositivo demanda a relação de um sentido simbólico que acaba por inscrever um nome específico ao jornal. Um dispositivo, portanto, carrega uma carga de experiências e expectativas, já que seus sentidos estão inseridos em um contexto e na história. Ele seria, ainda segundo o autor, uma espécie de “embalagem” que envolve a dimensão simbólica do produto, como num perfume e seu frasco, onde um está inerentemente relacionado ao outro.

Partindo destes princípios, Leal (2009) acredita que um jornal, inserido em seu dispositivo, possui uma identidade e uma voz própria que vai além das notícias ou de um determinado conjunto de textos. Assim torna-se possível identificar uma “voz discursiva geral” de cada veículo a ponto de podermos defini-los como um “sujeito semiótico” particular.⁷ Identificar uma voz diz respeito a um problema teórico-metodológico que busca traçar características e singularidades a um agente discursivo, dotando-o de alguns atributos específicos capazes de garantir sua coesão. Mas como reconhecê-la para além da aparente unidade das notícias? Como relacionar o espaço das notícias inerente à estrutura do jornal com os outros espaços que delimitam seu contorno e contexto? De acordo com autor, somente se compreendermos o jornalismo enquanto um fenômeno social pertencente a um dispositivo que o envolve e dota de sentido é que seremos capazes de identificar a “identidade” da sua voz. Isto se dá também ao percebermos que o discurso das mídias é pautado por condições de produção específicas, já que estão inseridos em um “contrato de comunicação” (Charaudeau, 2006) entre os agentes da enunciação e seus públicos.

Neste sentido, falamos de um jornal quando o delimitamos e definimos a partir dos códigos que lhe caracterizam. Códigos que não se limitam necessariamente ao discurso nem àquilo que se inscreve em texto, mas também às suas implicações políticas e aos sentidos que se configuram histórica e socialmente a partir destas relações. São padrões de referência que funcionam como espécies de matrizes que englobam as práticas em suas mais variadas formas a ponto de podermos identificar um “quem fala” do discurso, aquele que seria o suposto sujeito da enunciação que pede para

ser reconhecido em seu nome. Mas se falamos de uma condição de produção do discurso, falamos também de narrativa, que seriam as marcas deste percurso da enunciação. Isso nos faz pensar que o que definimos como uma “voz” característica a determinado jornal está relacionado àquilo que se diz e a como se conta, para que este possa ser diferenciado dos demais no nível de uma identidade que lhe é própria (Leal, 2009).

Se em um percurso do reconhecimento, que vai do “reconhecer” ao “ser reconhecido” eu preciso ser identificado, só poderia o ser, obviamente se me imbuir de características que me definam como tal. Isso é demandar expectativas a partir de uma experiência, é lidar com uma suposta credibilidade, legitimidade e autoridade que constitui todo dizer em sua prática cotidiana. Estas marcas, acredita ainda Leal (2009), distinguem o jornal em seu nome da mera notícia. Enquanto a notícia precisa do novo e da constante retroalimentação, o jornal necessita da repetição, seja ela no nível do “visível” (como ele é apresentado gráfica e estruturalmente, por exemplo) quanto no da “coerência” de seu posicionamento. Estes atributos são construídos historicamente e pretendem legitimar “capacidades” que o façam ser reconhecidos junto a uma determinada fatia de leitores.

O nome do jornal cria “vínculos”, fundamentais para que sejam postas as lutas por reconhecimento. Um jornal, seus textos, aquilo que ele diz e naquilo sob o qual ele se define são, portanto, constituintes de um tipo específico de fazer e de dizer que seria *do* jornalismo e que lhe garantem especificidade. Ainda assim, estaríamos tratando de dois tipos diferentes de dispositivos, aquele *do* jornalismo (o jornal propriamente dito) e outro inscrito *no* jornalismo (como forma de notícia). Em uma análise que pretenda ir além da notícia é preciso, portanto, buscar o que foge da suposta “familiaridade” de uma voz que se repete. Aquilo que se constrói cotidianamente *no* jornalismo não está desvinculado de um dispositivo maior que o envolve e que engloba o que o jornal e o próprio jornalismo diz ser e representar. É por isso que uma possível “voz geral” do jornalismo só pode ser identificada nesta imbricada e nem sempre aparente relação que, por vezes, acaba se naturalizando no discurso (Leal, 2009).

Buscar a identidade de um jornal exige ainda, como nos alertam Leal e Carvalho (2014), estar atento a algumas sutilezas que nos distanciem de “essencializações” típicas aos estudos

que pretendem, por exemplo, definir um periódico por sua inequívoca política editorial e/ou por critérios de noticiabilidade e agendamento. Um jornal carrega consigo uma “identidade cindida” baseada na pluralidade de vozes, em diferentes estruturas narrativas e estéticas, bem como por clivagens ideológicas das mais diversas, pois há fissuras que se abrem na aparente regularidade sob a qual o jornal se apresenta. Um mesmo acontecimento geralmente é apresentado pelo jornal sob uma série de abordagens, muitas vezes divergentes entre si. É como se, acreditam os autores, um jornal fosse uma espécie de condomínio, onde em seu interior conviveriam outros jornais identificados por seus colunistas e cadernos em que seria possível perceber certas idiossincrasias que “ora reverberam as políticas editoriais do jornal, ora adotam caminhos cuja autonomia parece apontar para outra publicação” (Leal e Carvalho, 2014, p. 151).

Toda essa reflexão sobre o caráter conflituoso que envolve os dispositivos e suas vozes está ligada diretamente a um posicionamento sobre como situar a questão da autorreferenciação do jornalismo em relação às suas identidades e às verdades que se pretendem legítimas. Quando um jornal se define capaz de assumir determinada postura, sugerindo certa “coerência editorial”, precisamos estar cientes de que esta aparente unidade tem se construído de forma cada vez mais fluída e contraditória (Leal e Carvalho, 2014). Não apenas porque um jornal deve ser enxergado em sua potência plural, mostrando-se vários, mas porque precisam ser vistos, acima de tudo, em sua historicidade, constituída no, com e pelo tempo. Os jornais carregam uma voz que se espalha, ramifica e ecoa, umas mais ressonantes do que outras. Buscar aproximar-se de uma coerência neste emaranhado de intenções e identificar uma “voz geral” àquele que fala e se pretende só é possível se estivermos cientes das transformações e reconfigurações históricas sob a qual estes jornais estão condicionados (Leal, 2009).

Não devemos compactuar, portanto, com uma noção de identidade que encare estes processos como uma forma imutável e a-histórica. A constituição de uma voz sob a qual um jornal se define se dá entre continuidades e rupturas que muitas vezes são silenciadas pelas narrativas de autolegitimação institucional, inerentes a uma verdade que o jornalismo pretende definir como pertencente a si. Este percurso não se dá como numa rua de “mão única” e é por isso que se torna importante contrapor aquilo que o

jornalismo pretende, sob uma suposta voz geral, às intermitentes narrativas que se constituem *no* jornalismo, nem sempre possíveis de serem percebidas em sua aparente unidade.

A passagem de um reconhecer-se em si enquanto voz para uma pretensão do ser reconhecido não pode ser diagnosticado como que por sua ocasionalidade. Se, como afirma Leal (2009, p. 121), uma voz implica necessariamente um lugar discursivo marcado social e ideologicamente, é porque precisamos refletir sobre “que lugar é esse que o veículo propõe a si, com quem ele fala e por quê. [...] a voz do veículo, menos que sobre temas ou assuntos específicos – como na notícia – parece surgir, revelando-o como sujeito em comunicação”.

Como sujeitos *em* comunicação, os jornais estão inseridos no jornalismo e em sua história e com ela e os agentes que a constituem se estabelece uma relação que se dá pela constante negociação. Um sujeito *em* comunicação é aquele que atua dialogicamente, circunscrito em um contexto específico de enunciação e condicionado à sua historicidade. Falar de um jornalismo que se pretende, que se nomeia capaz de legitimar uma verdade sobre e para si é falar de um jornalismo instituído historicamente e dotado de intencionalidades.

Quando falamos de uma “imagem de si” dos jornais e de seu jornalismo, queremos pensar que suas vozes não estão sozinhas, deslocadas de texto e de contexto. Uma análise como essa demanda um olhar mais estrito às suas conjunturas, o que exige cautela. Como olhar uma voz que se faz imagem, uma voz que se pretende única, definidora de si, mas que se encontra multifacetada em discurso? Como olhar uma voz ressonante, que pretende se mostrar como verdadeira e autorizada, na sempre conturbada relação com o outro? Para nos aproximarmos destas questões de forma comprometida é fundamental que saibamos perceber como o jornalismo, enquanto instituição, buscou inserir-se em uma lógica que o definiu historicamente como “capaz”, dotando-o de atributos que intentaram lhe inscrever como mais “verdadeiro” do que os outros, delimitando assim uma imagem específica a seu lugar de fala.

Considerações finais: um caminho a percorrer

No breve percurso aqui delineado propomos um caminho teórico-metodológico para que possamos melhor perceber como o jornalismo, enquanto um sujeito *em* comunicação, reivindica para si certas capacidades que historicamente lhe auxiliaram a angariar uma aura legítima aos discursos que profere. Mais do que uma questão sobre ética e/ou deveres deontológicos do que o jornalismo *deveria ser*, este estudo direcionou alguns olhares que possibilitem problematizar aquilo que o jornalismo, enquanto instituição, tem *pretendido ser* através de seus discursos de autolegitimação.

A partir de uma “imagem de si”, o jornalismo vincula a seu nome algumas “verdades” que são postas em jogo nas arenas da validação discursiva. Ao pedir para ser reconhecido, ele entra na luta por legitimação simbólica, advogando para si uma história particular com o intuito de garantir a autoridade de uma instituição que se pretende mais verdadeira do que outras. Falar de um sujeito circunscrito historicamente é falar também de um sujeito que demanda expectativas imputadas às suas capacidades. Neste percurso, portanto, é fundamental que saibamos diagnosticar que atributos pretende o jornalismo legitimar a partir de suas vozes. São elas que inserem o jornal em um percurso que vai do reconhecer (“eu posso”) ao ser-reconhecido, enquanto definidor de suas capacidades legítimas, verdades autorizadas que se portam ao devir.

Apenas cientes disso que é poderemos analisar os jornais em seu jornalismo, atrelando-os às suas estratégias de autorreferenciação. Esta premissa nos dará respaldo para historicizar um percurso particular, já que estamos preocupados em perceber como dois jornais, que se identificam como os mais reconhecidos representantes de um jornalismo dito “profissional” praticado no país, vêm articulando suas capacidades historicamente frente às vicissitudes do tempo. Isso em um momento em que suas “verdades” são cada vez mais postas à prova, contestadas frente a uma evidente crise de legitimidade da instituição que eles dizem pertencer e representar.

Isso porque há um jornalismo sob o qual *se diz*, posto em discursos institucionais, em memórias e lembranças de tempos idos, e um jornalismo que *se faz*, inscrito cotidianamente nas

páginas destas publicações. É preciso estar sempre atento a esses contrapontos ao historicizar verdades que se pretendem legítimas ao nível do reconhecimento, uma vez que nem sempre aquilo que se diz é, de fato, o que se faz. Que saibamos, portanto, envolver os jornais em seus dispositivos, encarando-os como sujeitos *em* comunicação e repletos de suas potencialidades históricas.

NOTAS

- 1 Estamos construindo estes pressupostos com o intuito de melhor problematizar o processo de legitimação de uma verdade *do* ou *no* jornalismo, construída, mais especificamente, por dois dos mais reconhecidos representantes deste modelo no Brasil, a *Folha de S. Paulo* e *O Globo*. Pelas pretensões deste texto, de caráter teórico-metodológico, não caberá aqui uma análise empírica deste percurso.
- 2 É importante ressaltar também que o presente artigo não pretende necessariamente percorrer o percurso que delinea. Sua pretensão, mais modesta, é de apenas traçar possibilidades interpretativas que nos auxiliem a encarar de forma mais comprometidas as “verdades” que são proferidas historicamente por esta instituição. Para uma leitura breve sobre a questão da verdade do jornalismo, consultar Cornu (1999), Karam (2004) e Gomes (2009).
- 3 Não vamos nos aprofundar neste panorama. Acreditamos apenas que a apropriação do termo “pós-verdade” pelos grandes jornais tradicionais – ditos praticantes de um jornalismo “profissional” –, é inerente ao próprio percurso de um jornalismo que intenta se firmar mais verdadeiro de que os outros e que, por isso, combate um “inimigo” para firmar sua posição de reconhecimento e autoridade. No caso específico de nosso país é paradigmática a articulação feita pela *Folha de S. Paulo*, que comumente vêm reproduzindo matérias e análises sobre o caso com um tom parecido ao do jornal norte-americano. Para mais, consultar o especial do caderno *Ilustríssima*, publicado pela *Folha*: *Ilustríssima. Folha de S.Paulo*, ano 97, nº 32.099, 19 de fevereiro de 2017.
- 4 Ainda assim Honneth (2009, p. 199) discute também a questão

da “estima social” que está por trás destas lutas. Como uma espécie de padrão de reconhecimento, essa estima só seria concebível adequadamente “quando a existência de um horizonte de valores intersubjetivamente partilhados é introduzida como seu pressuposto.” Desta forma, o autor não exclui, ao analisar uma “intersubjetividade solidária”, as experiências e expectativas que se travam no reconhecer, apesar de que seu foco esteja muito mais ligado aos processos deliberativos das práticas comunicacionais, influência também da orientação direta que teve com Habermas. Por fim, vale enfatizar que a leitura de Honneth (2009) soaria para nós mais interessante caso fossemos direcionar nossa análise às mediações e no processo de recepção destas mensagens do jornalismo, algo que foge, metodologicamente, de nossas pretensões.

- 5 Como ethos pré-discursivo os autores (Benetti e Hagen, 2010, p. 126), em diálogo com os preceitos de Dominique Maingueneau (2008), estão se referindo àquilo que seria uma “imagem preexistente” daquele que enuncia: “construído histórica e socialmente, é marcado pela ideologia e pode ser visto como uma moldura onde o sujeito se posiciona para enunciar e agir.” Este conceito está atrelado ao contrato de comunicação (Charaudeau, 2006), funcionando como uma condição prévia do discurso que garantiria o reconhecimento da identidade daquele que fala.
- 6 Além disso, vale ressaltar que não é preocupação deste texto discutir de fato a historicização do estatuto moderno do jornalismo e seu processo de institucionalização. Este processo é parte do percurso que aqui estamos delineando para nos auxiliar em uma chave de leitura e interpretação histórica. Para mais, consultar Albuquerque (2010), Chalaby (1996), Nerone (2012) e Schudson (2010).
- 7 A noção do “sujeito semiótico” é oriunda da análise de Eric Landowski (1992) sobre a natureza política dos discursos, onde o autor acredita podermos considerar o jornal como uma “pessoa” moral. “Institucionalmente, a coisa é óbvia: o jornal é uma empresa que, como outra qualquer, age como coletividade dotada de personalidade jurídica, de um estatuto e de uma razão social que garantem sua individuação ante o direito e ante terceiros. Há mais, porém: o jornal precisa possuir também o que se chama uma imagem de marca, que o identifique no plano da comunicação social. Para lá do simples reconhecimento jurídico, isso implica que uma entidade figurativamente reconhecível

tome corpo detrás do seu título: é preciso que o jornal se afirme socialmente como um sujeito semiótico. [desta forma, é possível identificar que] cada jornal tem seu estilo, um tom, um “perfil” que o define e que, por vias cuja análise está apenas esboçada, dele fazem uma *figura social* capaz de cristalizar duradouramente atitudes de atração ou repulsão” (Landowski, 1992, p, 118).

REFERÊNCIAS

Albuquerque, A. (2010). A modernização autoritária do jornalismo brasileiro. *Alceu*. v. 10 n. 20, pp. 100-115.

Austin, J. L. (1962) *How to do Things with Words*. Harvard: University Press.

Barbosa, M. (2016). Meios de comunicação: lugar de memória ou na história? *Contracampo*, v. 35, n. 1, pp. 7-26.

Benetti, M. (2008) O jornalismo como gênero discursivo. *Galáxia*, São Paulo, n. 15, pp. 13-28.

Benetti, M; Freitas, C. (2015). A fenomenologia da memória e o “homem capaz” do jornalismo. *Conexão – Comunicação e Cultura*, UCS, Caxias do Sul – v. 14, n. 28, pp. 167-185.

Benetti, M; Hagen, S. (2010). Jornalismo e imagem de si: o discurso institucional das revistas semanais. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, ano VII, nº 1, pp. 123-135. doi: <http://dx.doi.org/10.5007/1984-6924.2010v7n1p123>

Berger, P; Luckmann, T. (2003). *A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento*. 23ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes.

Chalaby, J. K. (1996), Journalism as an Anglo-American Invention: A Comparison of the Development of French and Anglo-American Journalism, 1830s-1920s. *European Journal of Communication*, vol. 11 (3), p. 303-326. doi: <https://doi.org/10.1177/0267323196011003002>

Charaudeau, P. (2006). *Discurso das mídias*. São Paulo: Contexto.

Cornu, D. (1999). *Jornalismo e verdade: para uma ética da informação*. Lisboa: Instituto Piaget.

Fausto Neto, A. (2008). Notas sobre as estratégias de celebração e consagração do jornalismo. *Estudos em Jornalismo e Mídia*. Ano V, n. 1, pp. 109-121. doi: <http://dx.doi.org/10.5007/1984->

6924.2008v5n1p109

Gomes, W. (2009). *Jornalismo, fatos e interesses: ensaios de teoria do jornalismo*. Série jornalismo a rigor. V. 1. Florianópolis: Insular.

Habermas, J. (2004). *Verdade e justificação: ensaios filosóficos*. São Paulo: Edições Loyola.

Hegel, G. (1991). *O sistema da vida ética*. Lisboa: Edições 70.

Honneth, A. (2009). *Luta por reconhecimento: a gramática moral dos conflitos sociais*. Rio de Janeiro: Editora 34.

Jácome, P. (2014). Jornalismo e autolegitimação: a historicidade dos discursos autorreferentes. *Leituras do jornalismo*. Ano 1, nº 02, pp. 54-66.

Karam, J. F. (2004). *A ética jornalística e o interesse público*. São Paulo: Summus.

Kitch, C. (2014) Historical authority and the “potent journalistic reputation”: a longer view of legacy-making in American news media. In: Zelizer, B; Tenenboim-Weinblatt, K. (orgs.) *Journalism and memory*. New York: Palgrave Macmillan.

Koselleck, R. (2006). *Futuro passado: contribuição à semântica dos tempos históricos*. Rio de Janeiro: Contraponto: Ed. PUC-Rio.

Landowski, E. (1992). *A sociedade refletida*. São Paulo: EDUC/Pontes.

Leal, B. S. (2009). Para além das notícias: o jornal, sua identidade, sua voz. *Revista Fronteiras - Estudos midiáticos*. Vol. 11, nº 2, pp. 113-122.

Leal, B. S.; Carvalho, C. A. (2014) É que Narciso acha feio o que não é espelho: autorreferencialidade e identidade do jornal. *Revista Famecos*, v. 21, n. 1, pp. 148-164. doi: <http://dx.doi.org/10.15448/1980-3729.2014.1.15045>

Leal, B. S; Jácome, P. (2016). Mudar para permanecer o mesmo: marcas de um discurso de autolegitimação ao longo da história. *Anais do XXV Encontro Anual da Compós*, Goiânia: UFGO.

Lisboa, S; Benetti, M. (2015) O jornalismo como crença verdadeira justificada. *Brazilian journalism research*, vol. II, nº 2, pp. 10-29.

Lopes, F. L. (2007). Auto-referência, discurso e autoridade jornalística. *BOCC – Biblioteca on-line de Ciências da Comunicação*, Labcom.

Maingueneau, D. (2008) *Ethos, cenografia, incorporação*. In: Amossy, R. (org.). *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. São Paulo: Contexto.

Mouillaud, M.; Porto, S. (org.). (2002). *O jornal: da forma ao sentido*. 2ª ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília.

Nerone, J. (2009). The journalism tradition. In: Eadie, W. F. (org.). (2009). *21st Century Communication: A Reference Handbook*. Beverly Hills, CA: Sage.

Nerone, J. (2012). The historical roots of the normative model of journalism. *Journalism*, 14 (4), pp. 446–458. doi: <https://doi.org/10.1177/1464884912464177>

Nerone, J. (2013). History, Journalism, and the Problem of Truth. In: Brennen, B. (ed.) *Assessing Evidence in a Postmodern World*. Diederich Studies in Communication and Media, nº 3. Milwaukee, WI: Marquette University Press.

Prost, A. (2015). *Doze lições sobre a história*. Belo Horizonte: Autêntica Editora.

Ribeiro, A. P. G. (2005). A mídia e o lugar da história. In: Herschmann, M; Pereira, C. A. M. (orgs.) *Mídia, memória e celebridades*. Estratégias narrativas em contextos de alta visibilidade. 2ª ed. Rio de Janeiro: E-Papers.

Ricoeur, P. (2006). *Percurso do reconhecimento*. São Paulo: Edições Loyola.

Ricoeur, P. (2007). *A memória, a história, o esquecimento*. Campinas, SP: Editora Unicamp.

Ricoeur, P. (2014). *O si-mesmo como outro*. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes.

Rorty, R. (2007). *Contingência, ironia e solidariedade*. São Paulo: Martins Fontes.

Schudson, M. (2010). *Descobrimos a notícia: uma história social dos jornais nos Estados Unidos*. Petrópolis, RJ: Vozes.

Traquina, N. (2005). *Teorias do jornalismo*, vol. I: porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular.

Zandberg, E. (2010). The right to tell the (right) story: journalism, authority and memory. *Media Culture Society*, v. 32 (1), pp. 5-24. doi: <https://doi.org/10.1177/0163443709350095>

Zelizer, B. (1992). *Covering the body: the Kennedy assassination, the media, and the shaping of collective memory*. Chicago & London: University of Chicago Press.

André Bonsanto Dias. Doutorando pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense (UFF), Niterói-RJ. Mestre em Comunicação pela Universidade Federal do Paraná (UFPR), onde atuou como professor substituto no departamento de Comunicação Social (2012-2013). Foi Analista de Pesquisa da Comissão Nacional da Verdade (2014) e Editor Adjunto da Revista Contracampo (2014-2016). Bolsista Capes. E-mail: andrebonsanto@gmail.com

RECEBIDO EM: 22/03/2017 | ACEITO EM: 24/08/2017