

Por que (re)ler os manuais de redação e estilo?

Francisco Gonçalves da Conceição*

Resumo

Os manuais de redação e estilo, organizados e publicados pelos jornais *Folha de S. Paulo*, *O Estado de S. Paulo* e *O Globo* a partir dos anos 80 e 90, são, simultaneamente, produtos e instrumentos de políticas discursivas, da reestruturação do campo de significação das notícias e da disputa de um lugar de interlocução no mercado das notícias. Com a produção e a aplicação dessas tecnologias discursivas, as instituições jornalísticas não se limitam a disciplinar o trabalho dos jornalistas, a definir a identidade editorial de cada publicação ou a ditar padrões lingüísticos para a sociedade, mas visam também à relação entre as vozes que compõem os espaços públicos mediatizados nos quais e pelos quais os agentes sociais constroem identidades, vínculos sociais, conhecimentos e crenças. Ao regular essas relações, os manuais de redação ocupam um lugar estratégico na composição dos espaços públicos.

Palavras-chave: Imprensa; manuais de redação; políticas discursivas.

*Doutor em Comunicação e Cultura pela UFRJ, professor do Departamento de Comunicação Social da UFMA e coordenador do Núcleo de Estudos em Estratégias de Comunicação (NEEC).

Summary

Summary: The writing and style handbooks, organized and published by *Folha de S. Paulo*, *O Estado de S. Paulo* and *O Globo* newspapers, from the 80's and 90's on, are products and instruments of discursive politics, of the news' signification field restructuration and of the dispute of a interlocution place in the news market, simultaneously. With the production and application of these discursive technologies, the journalistic institutions don't restrict themselves to discipline the journalists work, to define the editorial identity of each publication or to determine linguistic patterns to the society, but they also aim at the relations between the voices that compose the mediatized public spaces in which and through which the social agents construct identities, social chains, knowledgement and believes. While regulating these relations, the writing handbooks occupy a strategic place at the public spaces composition.

Key-words: Press; Writing Handbooks; Discursive Politics.

Em 1984, a *Folha de S. Paulo* publicou, em meio a acirradas polêmicas dentro e fora dos ambientes dos jornais, a primeira edição do *Manual da redação*. Dezessete anos depois, a *Folha* lançou, com grande destaque e uma série de debates abertos ao

público nas principais capitais brasileiras, a quarta versão do manual. A diferença entre um e outro evento, para Carlos Eduardo Lins da Silva (FOLHA, 2001, p.16), coordenador da Comissão do Manual e secretário de Redação quando da organização da primeira versão, reside no fato de as ideias do Projeto Folha já terem sido assimiladas pelos profissionais de jornalismo e pelos empresários de comunicação, e já não serem tão controversas quanto nos anos 80. Naquela época, houve forte reação de jornalistas que temiam perder o controle da sua autonomia profissional e discordavam da política editorial da empresa adotada no fim da ditadura militar. Mesmo com essas reações adversas, que ganharam as páginas dos jornais e envolveram diferentes agentes sociais, o movimento desencadeado pela *Folha* provocou o aparecimento de outros manuais, a exemplo dos publicados pelo *O Estado de S. Paulo*, em 1990, e pelo *O Globo*, em 1992. Nos anos seguintes, essas publicações estiveram nas listas dos livros mais vendidos, redefiniram algumas das referências do saber-fazer jornalístico no país, viraram fonte de consulta para os interessados em escrever de forma “objetiva”, “precisa” e “clara”, foram incorporados às bibliografias acadêmicas de forma crítica ou não e, sem dúvida, inspiraram muitos dos manuais voltados para atender às novas demandas de profissionalização das fontes noticiosas. Mas, longe de encerrarem as controvérsias que acompanharam os manuais nos anos 80, tais processos de assimilação constituem motivos para outro debate sobre o jornalismo, a democracia e a vida pública no Brasil.

Para apreender esses motivos, porém, é preciso renunciar às grades *corporativas* e *dicotômicas* em que esse debate foi muitas

vezes confinado e apreendê-lo no interior da movimentação histórica que posiciona os jornais em relação aos segredos do poder. Nas disputas entre profissionais e gestores pelo controle do processo de produção das informações, os manuais foram muitas vezes denunciados como “receitas de bolo” e a interpretação dos seus efeitos limitada a uma tentativa de controlar o trabalho dos jornalistas. A redução do papel dos manuais na reestruturação do campo de significação das notícias e a restrição do debate a profissionais de jornalismo e gestores de comunicação, embora justificados pelo contexto da época, contribuíram para minimizar os efeitos da racionalização estratégica empreendida pelas organizações jornalísticas. Do mesmo modo, a apologia da técnica para legitimar um lugar neutro e asséptico de produção e revelação do mundo, e a confusão de pesquisadores ao atribuírem à despolitização das redações a abdicação de um lugar de intervenção política na sociedade concorreram para projetar uma aparente dicotomia entre a técnica e a política no campo do jornalismo. A este respeito, Milton Santos (2001, p. 24) adverte que nunca houve na história humana separação entre as duas coisas; uma não se materializa sem a mediação da outra. O que faz a história, explica o geógrafo, é o fato de as técnicas serem oferecidas como um sistema e realizadas através do trabalho e das formas de escolha dos momentos e dos lugares do seu uso. Em contraposição às grades corporativas e dicotômicas, é possível fazer uma (re)leitura dos manuais que leve em consideração as mudanças sociais e as relações de força em que eles foram produzidos e consumidos.

•

A leitura – crítica, comparada e contextualizada – dos manuais permite que se conheçam nuances e particularidades do jornalismo praticado no Brasil e o modo como os jornais disputam a composição do campo do jornalismo e a produção das notícias. Não obstante o lugar estratégico do jornalismo na sociedade contemporânea, o estudo das particularidades desse modo singular de produção de conhecimento permanece pouco explorado na sociedade brasileira. Afonso Albuquerque (1998, p. 17-18) considera que isso se deve à tendência, entre os pesquisadores, de privilegiar uma abordagem genérica e, em muitos casos, normativa. Os livros *O segredo da pirâmide*, de Adélmo Genro Filho (1987), *O capital da notícia*, de Ciro Marcondes Filho (1986), e *Notícia: um produto à venda*, de Cremilda Medina (1978), são exemplos dessa tendência, segundo Albuquerque. Estas obras pressupõem a existência de invariantes que caracterizam essencialmente, se não o fenômeno jornalístico em geral, ao menos a forma que ele assume na sociedade capitalista moderna. Albuquerque advoga que inexiste um jornalismo “em geral”, para além das suas formas particulares de manifestação. Como do seu ponto de vista esse tipo de abordagem pode conduzir a análise para a perigosa trilha do essencialismo e inviabilizar, assim, a compreensão das dimensões culturais e históricas do fazer jornalístico, ele considera mais prudente abordar o jornalismo como um fenômeno cujo significado é constantemente redefinido na prática profissional dos jornalistas e no modo de organização e atuação das empresas jornalísticas.

Sem dúvida, é um equívoco ignorar o caráter histórico que o jornalismo assume

em cada formação social ou fechar os olhos às particularidades que esse fenômeno ganha em cada sociedade, sobretudo porque o desenvolvimento desigual do capitalismo permite a coexistência de vários processos de acumulação do capital e contribui para a existência de diferentes formas de instituições jornalísticas e diversos processos de produção de notícias. Sendo uma prática discursiva, o jornalismo deve ser efetivamente pensado em seu contexto sócio-histórico, nas relações de força em que ele é gerado. No entanto, para evitar sucumbir ao relativismo frouxo – cujos efeitos se assemelham aos do essencialismo –, que universaliza o que é apenas particular a uma dada formação social, é necessário levar em conta, para efeito da crítica, os contextos de produção daquelas pesquisas, os objetivos dos pesquisadores e as teorias e metodologias adotadas. As três pesquisas, que resultaram nos livros citados por Albuquerque, foram realizadas sob o impacto da subordinação da produção da notícia à lógica do mercado, tendência que hoje atravessa várias formações sociais, produzindo diferentes tipos de instituições jornalísticas. Embora hegemônica, essa tendência não é a única a organizar a produção das notícias na contemporaneidade. Basta para isso comparar as diferentes práticas profissionais e as diversas modalidades de organização empresarial. Mas qual, então, o limite dessas pesquisas? Considerando a diferença entre os autores e a complexidade das questões formuladas por eles, fiquemos com um e outro aspecto da questão.

A crítica de Elias Machado Gonçalves (1992, p. 4), para o que interessa nesta investigação, aponta a contradição que parece fundamental na obra de Genro Filho e o impede de ampliar a sua percepção do fenô-

meno jornalístico. Genro Filho adota a complicada metodologia da aproximação excludente, tendo como parâmetro a dialética materialista. Embora grande parte da crítica feita aos princípios filosóficos subjacentes às diversas escolas sociológicas seja justa, quando Genro Filho descartou as premissas da semiologia estruturalista abriu mão de um instrumental decisivo para o conhecimento do jornalismo: o jornalismo como uma prática simbólica e não apenas social. Depois de propor a compreensão do jornalismo como uma forma singular de conhecimento, Genro Filho deixa de aprofundar a discussão de como se produz a nova modalidade cognitiva. Para exemplificar as limitações da abordagem de Genro Filho, Gonçalves indica a forma como este autor critica o discurso da objetividade proposto pelos manuais de redação. Ancorado nos parâmetros da filosofia da ciência, Genro Filho prefere simplesmente repetir que todo conhecimento é ideológico (o que é verdade), ao invés de procurar, através das características peculiares da produção do discurso jornalístico, refutar o dogmatismo dos fundamentalistas. Embora entenda a comunicação como instância da práxis, Gonçalves chega à conclusão de que o autor de *O segredo da pirâmide* quase sempre abdica da investigação do fenômeno jornalístico, tomando como ponto de partida o discurso formulado pela modalidade emergente do conhecimento.

Sem uma teoria do discurso, articulada a uma teoria do poder e ao conhecimento das formações sociais, será precária a compreensão do que é particular e o que é universal nas práticas jornalísticas; ou mesmo acerca do modo de os jornais e os jornalistas, em um campo de forças determinado, produzirem

o conhecimento que orienta, nas sociedades contemporâneas, muitas das nossas decisões cotidianas. O desconhecimento do jornalismo como prática discursiva, produzida e administrada no interior de um campo determinado, tem contribuído para minimizar os efeitos dos manuais e, pior, impedido a percepção mais espaçosa de seus determinantes sociais. O campo, definiu Bourdieu (2004, p. 29), é um jogo, cujas regras de acesso, que são as propriedades que aí funcionam como capital e dão poder sobre a disputa e sobre os outros jogadores, estão, elas próprias, postas em jogo. Outro ponto de vista é esboçado por Foucault (1996, p. 9), segundo o qual em toda sociedade a produção do discurso é controlada, selecionada, organizada e redistribuída por certo número de procedimentos. Para disputar a hegemonia do campo, no momento em que consolidavam outra aliança com vistas a assegurar certa autonomia em relação ao campo da política, as instituições jornalísticas assumiram, como questão estratégica, a racionalização de suas práticas discursivas. O pressuposto fundamental, portanto, que orienta este estudo é que os manuais são, assim e simultaneamente, produtos e instrumentos das políticas discursivas das instituições jornalísticas, que subordinam a ação dos profissionais à disputa de um determinado lugar de interlocução no mercado e na sociedade. Os manuais são um sofisticado instrumental de legitimação de um campo intelectual, responsável pela produção e disseminação de informações em larga escala, e portanto com alta capacidade de influenciar o tecido social. Muito mais que simples “receitas de bolo”, os manuais estão no centro de relações sociais e de relações gnosiológicas, que nas sociedades contemporâneas são identificados,

respectivamente, pelos denominativos de *espaço público* e *atualidade*.

•

Em direta relação com os interesses do campo, os jornais adotam a racionalização das práticas discursivas para tentar orientar e controlar o curso das principais mudanças (sociais, culturais, políticas, tecnológicas, econômicas) que afetam o campo do jornalismo na sociedade brasileira. Ao longo das últimas décadas, a democratização da política, a globalização dos mercados e a digitalização das redes sociais desestruturaram as relações que organizavam o campo de significação das notícias e exigiram dos gestores das empresas jornalísticas a adoção de políticas que lhes permitissem redefinir a sua posição no mercado e na sociedade. A presença de outros agentes sociais, até então ignorados ou silenciados, nos espaços públicos e as novas possibilidades de interação social puseram em xeque os modos de dizer e as estratégias de legitimidade dos jornais. Para atender, assim, às necessidades sociais de informação e preservar/ampliar o seu leitorado, agora cada vez mais heterogêneo e disperso, os jornais tiveram que rever e atualizar as suas convenções discursivas e reestruturar as suas alianças. É nesse contexto que a racionalidade econômica – manifesta na inserção da notícia na lógica do mercado e na construção da autonomia editorial – ganha importância estratégica na (re)organização das empresas jornalísticas, que até os anos 70 mantinham alguns dos comportamentos típicos dos anos 50. Não se trata de reduzir a expansão da imprensa a imperativos estritamente econômicos, mas em identificar tendências e estratégias, em um espaço social em disputa com a profis-

sionalização das fontes e a diversificação dos leitores.

A partir da teoria de Gramsci, segundo a qual o poder nas sociedades capitalistas modernas se caracteriza pela hegemonia, Fairclough (1997, p. 77) desenvolve a tese de que a hegemonia e a luta hegemônica se formam, em grande medida, nas práticas discursivas das instituições: o próprio discurso é uma esfera indispensável do esforço pela hegemonia, e a hegemonia de uma classe ou grupo sobre toda a sociedade, ou sobre determinadas seções dela, depende, em parte, da sua capacidade de moldar práticas discursivas e ordens de discurso. A intervenção dos gestores das notícias nas práticas discursivas dos profissionais das empresas e na forma dos jornais visava, entre outras coisas, (r)estabelecer a hegemonia sobre a ação institucional. Aí reside toda a diferença entre os manuais dos anos 80 e 90 e os manuais dos anos 50 e 60. Os atuais manuais não se limitam mais a prescrever questões estilísticas e operacionais; ultrapassam o universo gramatical ou lingüístico, para assumir posição estratégica. Eles conformam uma identidade jornalística e enunciam uma política editorial (Melo, 1984, p.47). E a importância estratégica disso para os jornais pode ser conferida pelas medidas que procuraram assegurar que os manuais fossem postos em prática e incorporados ao dia-a-dia das redações e à ação dos profissionais das empresas. À investigação e reformulação das práticas discursivas dos profissionais e da forma dos jornais somaram-se a formação dos profissionais com base nas políticas discursivas elaboradas pelos gestores das empresas, o mapeamento e o acompanhamento, a partir de pesquisas de opinião, das transformações no perfil do leitorado e da reação dos

leitores à edição do dia. Pesquisas e investigações têm servido para atualizar os manuais e a forma dos jornais.

A forma do jornal é fundamental para que a instituição jornalística mantenha a capacidade de produzir e capturar auditórios e de ser reconhecida como agente social. Na luta pela *hegemonia*, pela construção da liderança intelectual e moral, como postula Gramsci (1978), na luta pelo *poder simbólico*, pelos modos de *fazer ver e fazer crer*, como propõe Bourdieu (1989), os indivíduos e as instituições disputam o poder de se constituir agentes sociais e participar da construção histórica do presente. Pela racionalização de suas práticas discursivas, os jornais disputam uma esfera de poder; em outras palavras, “disputam a prevalência do seu modo de perceber e classificar as coisas do mundo e de produzir a realidade e de intervir sobre essa realidade” (ARAÚJO, 2000, p. 1). Mas como a eficácia de tal disputa pela primazia depende da forma como os jornais se apresentam para o outro, a luta pelo poder está intimamente relacionada à produção das subjetividades. É Gramsci que chama a atenção (1978, p. 327-331), referindo-se à racionalização da produção e do trabalho, nos Estados Unidos, para o fato de que um novo tipo de trabalho exige um novo tipo de homem. Estendendo a observação para outros campos sociais e para outras atividades, pode-se afirmar que um dos aspectos da luta pelo poder diz respeito à reestruturação das subjetividades ou das identidades. As políticas discursivas dos jornais, das quais os manuais são produtos e instrumentos, parecem se integrar perfeitamente a esse escopo. A padronização e a normatização dos procedimentos estilísticos, linguísticos e editoriais estão voltadas para a produção de uma iden-

tidade pela qual o jornal possa ser reconhecido como agente social.

•

Os manuais de redação e estilo vão além da preocupação em apenas disciplinar o trabalho dos jornalistas e subordiná-los a certa política editorial, definir o estilo de cada jornal ou ditar padrões linguísticos para a sociedade, pois visam, também, à relação entre as vozes que constituem os espaços públicos, mediados pela presença das instituições jornalísticas. O espaço público não é um lugar físico, como a metáfora espacial parece sugerir, mas instância de interação social, na qual e pela qual os agentes sociais se constituem em sujeitos e constituem o mundo em significado. A organização do jornalismo como um campo autônomo funda e legitima relações estratégicas que ultrapassam a fronteira das redações e atravessam a sociedade. Esse espaço relativamente autônomo, esse microcosmo dotado de leis próprias (BOURDIEU, 2004, p. 20) estabelece fluxos estratégicos entre *jornais*, *fontes* e *leitores*, que disputam entre si o primado de impor suas categorias de percepção e classificação do mundo. Mas estas relações mantêm abertas as fronteiras para outros agentes, já porque a contextura de tais relações depende da presença especializada ou não de outros sujeitos, como os jornais pelos jornalistas (repórteres, editores, fotógrafos etc.), as fontes pelos assessores de comunicação (jornalistas, relações públicas, publicitários etc.) e os leitores pelas instituições às quais estão ligados de forma permanente ou eventual (família, escola, partido, igreja etc.). O movimento de diferentes agentes sociais muda as formas de interpelação e modifica a composição dos espaços sociais de

acordo com aquilo que seus processos de interpelação desencadearam.

O conhecimento e a identidade não são entidades abstratas constituídas *a priori* ou independentes de relações objetivas. A sociedade, como define Marx (*apud* MEY, 2001, p. 20), longe de ser um grupo qualquer de indivíduos, é um conjunto de laços e relações sociais por meio dos quais os indivíduos estão ligados. A produção das notícias será sempre muito mais que a ação isolada do jornalista, ou resultado do automatismo dos procedimentos editoriais. Ao se referir ao dialogismo na pesquisa científica, Marília Amorim (2001, p. 16) faz uma constatação que pode, sem maiores problemas, ser aplicada à reportagem e à redação das notícias. O trabalho de campo visa ao encontro com o outro, na busca de um interlocutor, assim como é impossível existir escrita de pesquisa sem que se considere o problema do lugar da palavra do outro no texto. O outro, para Amorim, é o interlocutor do pesquisador (o leitor); aquele a quem ele se dirige em situação de campo e de quem ele fala em seu texto (a fonte). Em acréscimo, Authier-Revuz (1998, p. 122) destaca que “nossas” palavras jamais são neutras ou intactas, mas “habitadas pela voz dos outros”, que falam, inevitavelmente, por nossas bocas. O nosso interlocutor, uma vez estabelecida a relação de interlocução, é um co-enunciador incorporado à produção do enunciado. O jornalista, por exemplo, fala sempre com um (a fonte) na intenção de outro (o leitor). A notícia é, assim, produto dessas relações.

As convenções jornalísticas, fortemente representadas pelos manuais, ocupam, deste modo, posição-chave na compreensão da ordem social e na configuração dos espaços

públicos. Elas não só orientam o que pode ser dito, o como pode ser dito e as circunstâncias em que pode ser dito, mas determinam, também, quem tem o direito ou a autoridade de se pronunciar sobre determinado assunto. Elas representam alguns dos recursos simbólicos de que os jornalistas podem lançar mão para efetuar a textualização da realidade. Esses procedimentos são periodicamente revistos para acompanhar as mudanças da sociedade e do perfil do leitor. Atualmente, todos os grandes jornais do eixo Rio-São Paulo fazem pesquisas para acompanhar as transformações sociais e a percepção do leitor do produto jornal. A reunião dessas informações ajuda o gestor a reorientar a produção jornalística e os próprios manuais. Na linha de Verón (1985, p. 3), o sucesso de um suporte de imprensa escrita se mede por sua capacidade de propor um contrato que se articule às expectativas, às motivações, aos interesses, aos conteúdos do imaginário dos leitores, como também por sua habilidade em modificar seus dispositivos de interação social, se assim a situação concorrencial exigir. Esta questão virou, desde os anos 80, prática sistemática nos principais jornais. Em 1984, a *Folha* lançou a primeira versão do manual. Em 1987, 1992 e 2001, novas versões vieram a público. O *Estado* e o *Globo*, respectivamente, editaram duas versões, sendo a segunda apenas uma versão revista e ampliada da primeira. No essencial, permanece a mesma. Com mais rapidez, a mudança nos contratos aparece na reforma das feições gráficas dos jornais.

Pelo acompanhamento das transformações do leitorado e das mudanças nos jornais e nos manuais, as instituições jornalísticas procuram conferir materialidade à relação de confiança. A credibilidade

é o capital simbólico que está em disputa aí, já que só ele é capaz de sedimentar as relações estratégicas que dão forma ao campo. A credibilidade – peça fundamental na constituição dos campos sociais, e, em especial no do jornalismo – é continuamente testada, por meio de pesquisas, junto aos leitores (BERGER, 1996, p. 190). Isto explica porque os manuais não se limitam mais apenas às questões estilísticas e porque a questão ética e os procedimentos de apuração e edição ganharam espaço crescente nos manuais, mesmo que gerem dúvidas e questionamentos. Embora tais questões apareçam, hoje, no debate público, como forma de relacionamento com os clientes, e a ética e a responsabilidade social tenham virado estratégia de mercado, de agregação de valor social e político ao produto, no caso específico do jornalismo, elas envolvem o direito à informação. Em relação a isso, Eugênio Bucci (2000, p. 47) defende que o direito de ser informado inclui os direitos de saber como se é informado, de opinar sobre os métodos e de optar, com base nisso, entre um veículo e outro. Exceção no meio dos profissionais e dos gestores, ele reconhece que o cidadão tem preparo suficiente para tomar partido em relação a dilemas éticos e também técnicos do jornalismo. As regras que definem o jogo da notícia, sejam elas de origem pública ou privada, precisam ser objeto de discussão e avaliação públicas.

•

Os manuais constituem uma forma de auto-regulação. De modo geral, os empresários reagem contra qualquer outra forma de regulação. Contra esse monopólio, Boris Libois (1996) apresenta três argumentos. Primeiro, a auto-regulação não é suficiente de um duplo ponto de vista empírico.

A maioria das medidas tomadas em matéria deontológica é motivada por razões estratégicas, a fim de pôr termo à crise de confiança entre as mídias e o público, sem, no entanto, responder concretamente ao que está em jogo nessas crises. A auto-regulação não regula nada quanto aos problemas estruturais em matéria de exercício da profissão e da ética da informação, a exemplo da co-decisão entre jornalistas e empresários. Segundo, a auto-regulação, como equilíbrio entre liberdade e responsabilidade também não é suficiente de um ponto de vista teórico. Os princípios da auto-regulamentação remetem a um modelo historicamente ultrapassado: o caráter arcaico da concepção da liberdade de imprensa herdada das Luzes para interpretar o estatuto atual das mídias e dos jornalistas. A atual organização das mídias e a sua inserção social e econômica não encontram paralelo nas condições históricas do Iluminismo, em que a condição do editor era inseparável da condição do jornalista e o centro da luta deste residia no direito de publicar. Terceiro, o mercado é estruturalmente incapaz de instituir e de manter por si próprio as condições da intersubjetividade que estão no âmago da liberdade de comunicação. O mercado, à semelhança da modernidade, ainda segundo Libois, é construído na base de uma concepção negativa da liberdade individual, uma des-subjetivação das relações humanas. Tudo se passa como se as informações e as opiniões circulassem estando sempre já constituídas e fechadas sobre si próprias, convencidas *a priori* da sua infalibilidade e da sua completude.

A auto-regulação caracteriza-se, portanto, por um único elemento decisivo. O exercício da regulação em matéria de informação é deixado de maneira discricionária apenas aos

cuidados dos gestores das instituições jornalísticas. Sobre isso, Ribeiro (1999, p. 32) é taxativo: “a auto-regulação é, por definição, corporativa”. Para efeito da crítica, ele entende a corporação como a prevalência de interesses privados, ainda que unidos num grupo de particulares, sobre os interesses públicos. Já a regulação supõe, por seu lado, que a iniciativa e as formas de intervenção sejam abertas a pessoas que não pertençam à profissão ou à gestão das empresas. Deste ponto de vista, o direito a informação não deve incluir apenas o direito de ser informado, mas também o direito de participar da regulação de uma atividade que incide diretamente sobre a vida de cada um de nós. Por isso, a auto-regulação não pode se dar à custa da renúncia do poder público à regulação ou à renúncia dos mais diversos agentes sociais em participar de forma ativa e consciente desse processo. Isto significa que a democratização do país não se restringe às estruturas do Estado. Em relação à democratização da sociedade e não apenas do Estado, Ribeiro (1999, p. 32) propõe e defende a heterorregulação. Só que, neste debate, não cabem posições angelicais, ingênuas. A defesa da heterorregulação não pode dar guarida, em nome de negar o seu potencial democrático, a fórmulas que venham a restringir ações para resguardar interesses corporativos ou prescrições moralistas de interesse apenas de grupos particulares. Do mesmo modo, a heterorregulação não se confunde com censura, como empresários e profissionais de jornalismo, diante de qualquer tentativa de regulação do setor, tentam fazer crer.

1 Referências bibliográficas

- ALBUQUERQUE, Afonso. Manipulação editorial e produção da notícia: dois paradigmas da análise da cobertura jornalística da política. In: RUBIM, Antônio Albino C.; BENTZ, Ione Maria G.; e PINTO, Milton José (Orgs.). *Produção e recepção dos sentidos midiáticos*. Petrópolis: Vozes, 1998, p. 9-27.
- AGUIAR, Sônia. O discurso normativo da imprensa diária: por uma leitura crítica dos manuais de redação. *Pauta Geral*, Salvador, n. 1, p.31-38, ago.1993.
- _____. *Sobre o discurso jornalístico: verdade, legitimidade e identidade*. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 1990.
- ARÁUJO, Inesita. *Mediações e poder*. Niterói, [s.n], 2000.
- ARISTÓTELES. *Arte retórica e arte poética*. Rio de Janeiro: Ediouro, 1990.
- AUTHIER-REVUZ, Jaqueline. *Palavras incertas: as não coincidências do dizer*. Campinas: Editora da UNICAMP, 1998.
- BAKHTIN, Mikhail (VOLOCHINOV). *Marxismo e filosofia da linguagem*. São Paulo: Hucitec, 1997.
- BERGER, Christa. Em torno do discurso jornalístico. In: FAUSTO NETO, Antônio; PINTO, Milton José. *O indivíduo e as mídias*. Rio de Janeiro: Diadorim, 1996, p. 188-193.

- BOURDIEU, Pierre. *Os usos sociais da ciência: por uma sociologia clínica do campo científico*. São Paulo: Editora UNESP, 2004.
- _____. Da regra à estratégia. In: _____. *Coisas ditas*. São Paulo: Brasiliense, 2004, p.77-95.
- _____. Razões práticas. Campinas: Papirus, 2001.
- _____. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Editora Bertrand Brasil, 1989.
- BUCCI, Eugênio. *Sobre ética e imprensa*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.
- CAPRINO, Mônica Pegurer. *Questão de estilo: estudo sobre o texto jornalístico e os manuais de redação*. Tese (Doutorado em Comunicação Social) - Universidade Metodista de São Paulo, 2001.
- CARVALHO, Murilo. *Cidadania no Brasil: o longo caminho*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.
- FAIRCLOUGH, Norman. *Discurso e mudança social*. Brasília: Editora da UNB, 2001.
- _____. Discurso, mudança e hegemonia. In: PEDRO, E. R. (Org.). *Análise crítica do discurso*. LISBOA: Editorial Caminho, 1997, p. 77-103.
- FOLHA DE S. PAULO. *Manual da redação*. São Paulo: Publifolha, 2001.
- _____. *Novo manual da redação*. São Paulo: Folha de S. Paulo, 1992.
- _____. *Manual geral da redação*. São Paulo: Folha de S. Paulo, 1987.
- _____. *Manual geral da redação*. São Paulo: Folha de S. Paulo, 1984.
- FOUCAULT, Michel. *A ordem do discurso*. São Paulo: Edições Loyola, 1996.
- GARCIA, Luiz (Org.). *Manual de redação e estilo*. 26. ed. São Paulo: Globo, 1999.
- _____. *Manual de redação e estilo*. 12. ed. São Paulo: Globo, 1992.
- GENRO FILHO, Adelmo. *O segredo da pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo*. Porto Alegre: Tchê, 1989.
- GONÇALVES, Elias Machado. *A dialética do discurso jornalístico*. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) - Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 1992.
- GRAMSCI, Antonio. *Obras escolhidas*. São Paulo: Martins Fontes, 1978.
- LATTMAN-WELTMAN, Fernando. Folha de S. Paulo: ambiguidade e renovação. In: ABREU, Alzira Alves; LATTMAN-WELTMAN, Fernando; ROCHA, Dora (Orgs.) *Eles mudaram a imprensa: depoimentos ao CPDOC*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2003, 345-350.
- _____. O Globo: independência na ordem. In: ABREU, Alzira Alves; LATTMAN-WELTMAN, Fernando; ROCHA, Dora (Orgs.) *Eles mudaram a imprensa: depoimentos ao CPDOC*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2003, p.15-20.

- LEVENTOGLU, Izabel. *Manual de redação: os dispositivos de controle da enunciação no discurso jornalístico*. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura) - Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2002.
- LIBOIS, Boris. *Legitimidade e limites da auto-regulação dos medias*. Bruxelas, [s.n.],1996.
- MARCONDES FILHO, Ciro. *O capital da notícia (jornalismo como produção social de segunda natureza)*. São Paulo: Ática, 1989.
- MARTINS, Eduardo (Org.). *Manual de redação e estilo*. 3. ed. São Paulo: Moderna,1998.
- _____. *Manual de redação e estilo*. 2. ed. São Paulo: Maltese, 1992.
- _____. *Manual de redação e estilo*. São Paulo: O Estado de S. Paulo, 1990.
- MEDINA, Cremilda. *Notícia: um produto à venda*. São Paulo: Summus Editorial, 1988.
- MELO, José Marques de. Um auto-retrato fragmentado que perdeu a nitidez. *Folha de São Paulo*, Ilustrada, 29 set. 1984, p. 47.
- MEY, Jacob L. *As vozes da sociedade: seminários de pragmática*. Campinas: Mercado de Letras, 2001.
- RIBEIRO, Renato Janine. Sociedade e imprensa. In: DINES, Alberto (Org.). *Estado, mercado e interesse público: a comunicação e os discursos organizacionais*. Brasília, 1999, p. 27-37.
- SANTOS, Milton. *Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal*. Rio de Janeiro: Editora Record, 2001.
- SILVA, Telma Domingues da. Os manuais de imprensa no Brasil: da redação à circulação pública. In: ORLANDI, Eni P. (Org.). *História das ideias linguísticas: construção do saber metalinguístico e constituição da língua nacional*. Campina: Pontes; Cáceres: UNEMAT Editora, 2001, p. 273-307.
- _____. A língua na escrita jornalística. In: GUIMARÃES, Eduardo (Org.). *Produção e circulação do conhecimento: estado, mídia e sociedade*. Campinas: Pontes Editores, 2001, p. 59-69.
- _____. Mídia e imagem urbana: tecnologia no discurso jornalístico. In: ORLANDI, Eni P. *Cidade atravessada: os sentidos públicos no espaço urbano*. Campinas: Pontes, 2001, p. 151-163.
- VERÓN, Eliseo. *A análise do “contrato de leitura”: um novo método para os estudos de posicionamento dos suportes impressos*. Rio de Janeiro, [s.n.],1985.