

# Wittgenstein e o Enfeitiçamento da Realidade pela Linguagem Jornalística<sup>1</sup>

MARCONI OLIVEIRA DA SILVA<sup>2</sup>  
(*Universidade Federal de Pernambuco*)

## Resumo

---

A presente investigação quer responder a questão se a proposição jornalística, que quer ser a representação dos fatos reais, parece mais escondê-los do que propriamente revelá-los. Seria, portanto, o jornalismo um enfeitiçamento da realidade na acepção wittgensteiniana do termo?

**Palavras-chave:** Proposição Jornalística, Enfeitiçamento, Realidade

## Resumen

---

La investigación busca responder al planteamiento acerca de la noticia periodística, que desea ser la representación de los hechos reales pero en verdad nos parece más esconderlos que revelarlos. Será por lo tanto el periodismo un hechizamiento de la realidad en la concepción wittgensteiniana?

**Palabras-clave:** Noticia Periodística, Hechizamiento, Realidad

## Abstract

---

This research intends to show the implications of the journalistic proposition. It is claimed, for one side, that journalistic proposition is the direct representation of reality, but it seems more to hide it than to properly reveal it. Thus, would journalism be a bewitching (enchantment) of reality in the sense defined by Wittgenstein?

**Keywords:** Journalistic Proposition, Bewitching (Enchantment), Reality

---

<sup>1</sup> ORIGINAL RECEBIDO PELO CONSELHO EDITORIAL NO DIA 20/11/1998.

<sup>2</sup> Vencedor do Prêmio INTERCOM 98, na categoria Mestrado, com o trabalho aqui apresentado, o autor é Mestre em Filosofia pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), Professor Adjunto do Departamento de Comunicação Social da UFPE e Autor do livro *O mundo dos fatos e a estrutura da linguagem - a notícia jornalística na perspectiva de Wittgenstein*.

## INTRODUÇÃO

O ponto de partida de nossa investigação é o pensamento que o leitor possui de que os repórteres fazem a cobertura de acontecimentos observáveis e verídicos. Contudo, quase sempre, o repórter relata palavras sobre outras palavras. Em outros termos é a linguagem a intermediadora entre os fatos ocorridos (exemplo: batida de um carro), a versão das testemunhas, e, finalmente, a redação do repórter. E é nesse percurso que a notícia pode perder contato com a realidade.

Este trabalho, dentro do jornalismo informativo impresso, trata a *notícia* como sendo, ela mesma, o *fato jornalístico*. Ela é estruturada em duas partes: *lide* e *documentação*. O *lide* é uma proposição completa no sentido aristotélico, e é um relato de um fato principal. E sendo o *lide* o núcleo da notícia, é o definidor da atividade jornalística como um todo. O enfoque, portanto, é a proposição jornalística usada aqui como sinônimo do *lide*. E indagamos: até que ponto a proposição jornalística toca a realidade?

Em termos gerais, o que norteia todo o esforço investigativo é a tentativa de responder à seguinte questão: A Proposição Jornalística, na sua tentativa de representar os fatos reais, parece mais escondê-los do que revelá-los. Seria, por conseguinte, o jornalismo um **enfeitiçamento da realidade** na acepção wittgensteiniana do termo?

A investigação está organizada em quatro partes. Na primeira parte, percorremos a prática da produção da notícia buscando descobrir uma filosofia. Na segunda parte, estudamos a proposição wittgensteiniana e os conceitos de Jogos de Linguagem e Gramática Filosófica. Na terceira parte, analisamos o fato e sua representação, atendo-nos mais à análise dos elementos ligados à linguagem jornalística, sua estrutura, nomeação dos fatos, valorização dos elementos que compõem o fato jornalístico como representação da realidade. Na última parte, que trata do jornalismo como enfeitiçamento da realidade, se tenta provar como as sensações, os sentimentos e as imagens constróem o fascínio e o enfeitiçamento da realidade.

## A PRÁXIS JORNALÍSTICA

Para efeito deste estudo considera-se o *fato jornalístico* como sinônimo de *notícia*. A razão para isso se deve a que, mesmo na dificuldade de definir o fato jornalístico, na prática os jornais, rádios e televisões estão publicando relatos noticiosos que são *fatos jornalísticos*.

A notícia *alimenta-se do fato*. Mas, o que é um *fato*? Para facilitar a tarefa recorremos a três fontes que a seguir, passamos a descrever. O Dicionário de Aurélio da Língua Portuguesa diz que FATO é como “coisa ou ação feitas; sucesso, caso, acontecimento, feito”. Diz ainda que é “aquilo que realmente existe, que é real”. Temos assim, no primeiro momento, algo que já se realizou, é passado; no segundo momento, o fato é correlato

de existência e realidade, e portanto, não como algo que seja fruto da imaginação ou da criatividade.

A segunda fonte é Wendell Johnson que afirma a impossibilidade de conhecimento de *todos* os fatos que envolvem um acontecer e que o *meaning* dos fatos não é igual para todas as pessoas (JOHNSON, in STEINBERG, 1972:50). E completa sua descrição dizendo que o fato é necessariamente incompleto, que apesar da mudança dos fatos, algo permanece, que o fato não deixa de ser uma observação e que um fato é útil, ou fidedigno, na medida em que outras pessoas concordam em relação a ele.

A terceira fonte é Bertrand Russell que diz que há um engano em se pensar que se trabalha com o mundo real, quando na verdade o que se discute são símbolos e palavras no lugar dos fatos. Então a primeira providência é distinguir o que é fato e o que é a proposição que tenta se referir à realidade do mesmo fato. Os nossos enunciados têm a intenção de expressar fatos e fatos do mundo exterior. Assim, quando falamos falsamente é um fato objetivo que torna falso o que dizemos, e é um fato objetivo que torna verdadeiro o que dizemos quando falamos verdadeiramente.

Para Walter Lippmann, os fatos para virarem notícia precisam ser notificados, ou tornarem-se um ato *notório*. O que o repórter apura vem a ser apenas o fato nu do que foi registrado. A vida e tudo o que envolve, é excluído e destacado do contexto.

Aos fatos são agregados valores como a *atualidade* que é a alma do jornalismo. E, além de ser novidade, o fato é também notícia pelo que traz de *inusitado* e *insólito* dentro de um contexto estereotipado. A *objetividade* também se apresenta como uma qualidade meta-mito. A notícia, ainda, deve ser *interessante* e *importante* para o leitor.

Os critérios para selecionar este e não aquele fato se devem a experiência histórica do próprio jornalismo e hoje se apresentam com os seguintes critérios que são utilizados sempre com relações entre si. São eles: *Proximidade, Proeminência, Conseqüência-importância, Raridade, Conflito, Sexo/idade, Progresso, Drama/Comédia, Política Editorial, Exclusividade, Oportunidade* e outros, como esportes, utilidade e humor.

A lógica jornalística talvez seja de interpretar todos os objetos (fatos singulares) dentro de um mesmo entendimento. O que modifica é o lugar, o espaço e os nomes dos protagonistas. O infanticídio é o mesmo. O seqüestro é o mesmo. O assassinato do Presidente é o mesmo. Todos os fatos "jornalísticos" sempre existiram, pois são fatos humanos ou relacionados ao homem. Todos estes fatos já são conhecidos - "a priori".

Os fatos publicados são apresentados como os mais importantes e relevantes que aconteceram na sociedade. Passa-se com essa posição a dois tipos de possíveis comportamentos sociais e até individuais. Primeiro é que o leitor poderá se guiar pelo jornal porque estará sabendo distinguir o relevante do não relevante socialmente, e segundo, é que sua percepção pessoal do mundo que habita pode ser corrigida pelo jornalismo.

## A PROPOSIÇÃO WITTGENSTEINIANA

Em Wittgenstein a teoria da realidade corresponde à teoria da linguagem, e essa linguagem é uma representação (projetória) da realidade. E a proposição é ao mesmo tempo fato e signo e só os fatos podem expressar um sentido. Os fatos pertencem ao mundo, enquanto os signos pertencem à representação. Mas o signo proposicional é um fato (WITTGENSTEIN, 1994:3,14), mas isto é velado pela forma comum de expressão, escrita ou impressa (Idem, 3,143).

Já as imagens surgem quando não compreendemos e interpretamos mal as nossas próprias formas de expressão. Elas são fatores de confusões e distanciamento de soluções.

O conceito de *imagem* nas *Investigações Filosóficas* é um contemplar sob um ponto de vista determinado; caracterizar através de certos modelos; estabelecer relações entre coisas e outros objetos; delimitá-la para distinguí-la dos objetos. Assim, a imagem não tem sentido espacial, nem de imagem mental e é parte constituinte do fato de “se fazer uma representação de algo”. Dizendo de outra maneira, é a linguagem ordinária, natural que nos seduz, nos leva a falsas imagens, gera uma série de problemas e nivela as diferenças.

Wittgenstein procura mostrar, além da proposição como essência da proposição do mundo segundo Frege e Russell, os usos feitos das imagens, sua gramática dentro do contexto da convivência social e das formas de vida. Para o filósofo, as imagens são idéias que, de fato, não descrevem o mundo, mas que contrariamente ao solipsismo são públicas. Se antes era a imagem apresentada como modelo da realidade ou construindo a realidade, agora são os *paradigmas, instrumentos e modelos* que são requeridos para o emprego das palavras. Ao se perder o paradigma ou modelo se perde também sua significação e não se pode mais jogar um determinado jogo de linguagem (WITTGENSTEIN, 1979:57).

A partir dos *Cadernos Azul e Marrom* Wittgenstein introduz a metodologia dos Jogos de Linguagem baseada no modelo de uso lingüístico. A linguagem é jogo como qualquer jogo da atividade social sujeita a regras. O significado das expressões lingüísticas, agora, surge pelo seu uso que é reflexo do modo de viver dos homens na sua vida cotidiana. Ao refutar o conceito de linguagem de Santo Agostinho como o único, Wittgenstein afirma que a linguagem não se aprende através de um discurso de explicações e definições (ostensivas), como se todos os sentidos e significados já estivessem sido adquiridos e disponíveis.

O segundo Wittgenstein assume as imagens e as representações como paradigmas da linguagem. Para Arley R. Moreno o paradigma corresponde a uma técnica de uso da linguagem em que são ativadas palavras e objetos previamente organizados através de outras técnicas. Os objetos assim investidos da função de modelo são meio de representação de palavras e,

enquanto tais, já *fazem parte* da linguagem.

O que Santo Agostinho descreve é mais um sistema de comunicação (WITTGENSTEIN, 1979:3) e ele não é tudo o que se chama linguagem. O exemplo em *Investigações filosóficas* em que o construtor **A** passa objetos para o ajudante **B** usando palavras e numa certa ordem, é uma linguagem primitiva, que torna impossível uma visão clara. Wittgenstein diz que a linguagem está aquém de toda ordem e/ou desordem de qualquer tipo ou natureza.

Wittgenstein suplanta o sentido de significado pelo sentido de uso, mas não o substitui um pelo outro. "Todo signo *sozinho* parece morto. O que lhe dá vida? — No uso ele *vive*." (WITTGENSTEIN, 1979:432). Dito de outra forma: quando se tira a palavra do seu contexto natural e ordinário, busca-se expressões abstratas. O uso do significado é sempre um ensino relativo ao uso de algo (WITTGENSTEIN, 1979: 560), e por isso, deve-se procurar pelo uso das expressões e não pelo significado.

Há uma ligação profunda entre gramática e mundo. É uma gramática das formas de vida que são os jogos de linguagem. Ela é produto do nosso pensamento quando agimos sobre o mundo. Ela não é um dado, mas uma construção. Portanto, a relação entre pensamento e mundo é uma relação gramatical. Isto significa que esta relação entre pensamento e fato é totalmente independente das imagens e representações mentais.

Wittgenstein substitui pensamento pela expressão do pensamento e com isso o pensamento pode aprisionar acontecimentos que nunca ocorrerão pela sua estrutura gramatical de uma expressão do pensamento. Uma vez expresso meu pensamento a realidade deve estar de acordo ou não com ela, e esta necessidade é uma consequência da gramática das expressões por mim usadas.

A análise gramatical procura o uso das palavras e o seu funcionamento (WITTGENSTEIN, 1979:340), já que não se pode adivinhar como a palavra funciona. "Temos que **ver** seu emprego e aprender com isso". E para aprender a pessoa tem que abandonar o preconceito que se opõe a este aprendizado. Mas, na busca das palavras, o que se visa são os conceitos. "É justamente no nível dos conceitos que surgem as imagens - pois não é com palavras que as imagens entram nos jogos de linguagem" (MORENO, 1993:27).

A grande confusão causada nos filósofos são as semelhanças e diferenças entre proposições da experiência ou empíricas, e as proposições gramaticais. As proposições existenciais servem para afirmar a respeito de fatos empíricos. As proposições gramaticais possuem a característica da necessidade, tem o estatuto de regras *normativas* que são aplicadas como critério para selecionar - excluir ou admitir - outras proposições. Estas regras normativas incidem apenas sobre os símbolos, ou seja, sobre o uso de palavras, por convenção e arbitrariamente. Quando as regras formuladas não são explícitas, as proposições gramaticais podem ser tomadas como proposições descritivas ou empíricas.

## O FATO E SUA REPRESENTAÇÃO

Uma proposição é um discurso ou aquilo que as pessoas dizem do ser, sob o ponto de vista do ser, pode ser verdadeiro ou falso. As noções de verdadeiro e falso, geralmente são aplicadas ou se encontram na relação entre sujeito e predicado. Não é a frase que é verdadeira ou falsa, mas o que é expresso por ela. Em outras palavras, é o domínio das relações entre linguagem, lógica e ontologia. A proposição no sentido aristotélico é formada por sujeito **S**, predicado **Pr** e uma cópula **C**, sendo que os complementos circunstanciais pertencem ao predicado.

Entre os vários tipos de proposições, há a frase declarativa que tem a função de comunicar informações, embora não a única. E isto significa levar outrem a aceitar a proposição como verdadeira. Não se pode, entretanto, confundir uma proposição declarativa ou indicativa com outras com função de comando, ou mesmo torná-las indutoras de uma ação.

Dentro da classificação proposta por Roman Jakobson das funções da linguagem, caberia à notícia a função *referencial*. E isto porque uma mensagem requer um contexto a que se refere e que seja apreensível pelo destinatário e passível de verbalização. Esta referencialidade faz com que a “proposição jornalística” seja, ela mesma, a representação do fato. Ou melhor dizendo, ela é o fato jornalístico.

Para Peter Frederick Strawson fazer referência não é dizer que faz referência. “Fazer referência a ou mencionar uma coisa particular não pode se reduzir a nenhum tipo de asserção. Referir não é asserter, embora façamos referência com o objetivo de asserter.” (STRAWSON, in RYLE, 1985:271).

As falhas e os fracassos da referência estão ligados aos princípios de presunção de ignorância e de conhecimento. Assim, quando há um fracasso na referência, pode-se dizer que é falso o enunciado, ou sua deficiência é tal que o enunciado nem é falso nem verdadeiro? Para Quine o que acontece é o que ele chama de *lacuna de valor-de-verdade* e Austin chama de *vácuo por falta de referência*.

Nomear corretamente ou não pode significar fugir da referencialidade e do verdadeiro. É um desafio porque há palavras e expressões referenciais, mas nem sempre correspondem aos seus referenciais de maneira unívoca; o sentido da palavra é o seu uso dentro da proposição; mesmo se afirmando o ser e o não-ser das coisas, não se poderia dar um nome para alguma coisa que não exista; o nome dado a objetos do mundo exterior, leva em consideração o conjunto, ou sistema, ou organização no qual o objeto faz parte ou com ele se relaciona.

J. A. Giannotti alerta que os objetos que povoam nosso mundo cotidiano são nomeados por nomes que encontram seu significado dentro dos jogos que participam. “E o objeto participa da linguagem, com estatutos diferentes: num momento uma coisa é parte de um fato enunciado por um jogo de linguagem, noutra constitui meio de representação de um deles, logo em seguida integra outro jogo aparentado ao primeiro e assim por diante (GIANNOTTI, 1995:148).

A proposição jornalística é a representação de um fato, cuja referência é extraída do mundo exterior. Ela deve, por isso, não só ser verdadeira como também parecer verdadeira. E verdadeiro e falso são conceitos que se aplicam no sentido de correspondência ou não com a realidade. Todas essas afirmações parecem muito gerais e sem clareza necessária para o entendimento dos nossos propósitos, que é como se dá essa representação. De início sabemos que representação tem relações com os outros conceitos como *significar, afigurar, imagens, sentido e fato*.

A significação é um conjunto de regras, hábitos e convenções que determinam o uso da expressão para fazer referência. “Pode-se para uma grande classe de casos de utilização da palavra “significação”— se não para todos os casos de sua utilização —, explica-se assim: a significação de uma palavra é seu uso na linguagem.”(WITTGENSTEIN, 1979:43).

Wittgenstein afirma que o objeto do nosso pensamento não é o fato, é uma sombra do fato. Esta sombra tem vários nomes como “proposição”, “sentido da frase” (WITTGENSTEIN, 1989:60-61). A sombra, de certo modo, é uma imagem, que se parece como algo pintado. Quando se pronuncia, ouve-se ou se lê uma frase, surgem imagens em nossa visão mental que corresponde àquela frase, em certo sentido, uma tradução da frase em linguagem pictórica. Sem essa similaridade, a interpolação da sombra entre a frase e a realidade perde toda finalidade. E a própria frase pode ser essa sombra, uma imagem sem similaridade com o que representa.

A força da proposição jornalística se encontra na sua singularidade e na informação de fatos reais e atuais. Mas, por outro lado, se recorremos ao quadro da oposição lógica, encontraremos o *todos* e *alguns* como conteúdo em si mesmo singular. Sendo assim, o singular, por sua vez, também é generalizado, seguindo um caminho ao contrário. O leitor, a audiência, naturalmente, tende a generalizar os fatos, interpretando o particular pelo todo.

Os fatos e acontecimentos do mundo exterior comportam uma certa complexidade de conexões e relações, que a proposição que quer ser sua representação não comporta. E aí surge a tão falada e pouco pesquisada e indesejada superficialidade.

## O JORNALISMO COMO ENFEITIÇAMENTO

Com a concepção bastante arraigada de que cada nome corresponde a um objeto, segundo a teoria da linguagem de Santo Agostinho, o leitor, e aparentemente também o jornalismo, acreditam que a proposição jornalística corresponde à realidade. Aí reside a fascinação: o leitor emociona-se com o relato noticioso e acredita estar conhecendo a realidade social, política, econômica..., mas na verdade ele só comparou, talvez, sua dor ou tragédias pessoais com imagens de dor ou de tragédias dentro de um discurso de um jogo de linguagem que talvez desconheça. O leitor pensa estar em contato direto com os fatos, mas fica apenas com as sombras dos fatos. E delas não pode fugir. É levado a não acreditar numa outra realidade.

Para Wittgenstein a essência do mundo não pode ser expressa pela linguagem, isto é, não pode ser dito. Mas a linguagem, ela mesma, é um quadro da essência do mundo. E a filosofia é a administradora da gramática e por ela pode chegar a apreender a essência do mundo. Em outras palavras, a essência do mundo é mediatizada pela linguagem, não se chegando a ela diretamente. O “ver algo” e o “ver um aspecto” dependem de uma vivência visual empírica. Com isso há uma interpretação para se ver um aspecto. E há ainda a diferença entre a “visão permanente” de um aspecto e a revelação de um aspecto. Para Wittgenstein existem pessoas que perdem a capacidade de ver algo *como algo* e que poderia se chamar “cegueira para o aspecto”. Do ponto de vista conceitual isto significa que “o cego para o aspecto não pode ver os aspectos a mudarem”. A dificuldade do cego é não conseguir a passagem de um aspecto para outro.

Por trabalhar o singular, o jornalismo utiliza signos verbais mais simples que são os que denotam referentes únicos: nomes de pessoas, números de placas de carros... Também a linguagem descritiva é usada pelos jornais com a finalidade de melhor ordenar e classificar em busca de maior precisão e exatidão. No entanto, o que na prática acontece é o uso de palavras como estimulantes verbais de caráter emotivo suscitando paixão sem razão, estupidificando o leitor e fazendo-o assumir atitudes rígidas. Quase sempre as palavras também são usadas como imagens adequadas das coisas, o que na realidade não são.

O jornalismo se move em três momentos distintos e ao mesmo tempo inter-relacionados: 1. a apreensão do fato; 2. o relato do fato; e 3. a leitura do relato do fato. No primeiro momento os fatos sociais são apurados através do testemunho de pessoas e às vezes por algum documento. Aqui o domínio das sensações e percepções é quase total. Interessa ao jornalismo algum aspecto que se impôs e desse aspecto a imagem que pode povoar a mente e o imaginário do leitor. O momento seguinte vem na forma de proposição, onde os elementos gramaticais são ordenados para que, novamente, algum aspecto seja exposto em evidência. “É provável que seja este ponto em que se diz que apenas a forma, e não o conteúdo, pode ser comunicada aos *outros*” (WITTGENSTEIN, 1989a:87). O último momento é o do leitor que não tem outra alternativa, a não ser buscar na sua mente representações (imagens) que sejam correlatas ao texto escrito.

## CONCLUSÃO

O conceito de *enfetichamento* parece querer significar que o sujeito percebe algo, mas esse algo não corresponde ao ente da realidade. Ou então o algo é percebido não por que se apresenta com forma diferente do que é, mas é o receptor-leitor que o vê ou como parte do todo, ou como um aspecto ou ainda como outro algo. Em outras palavras, o sapo tem forma externa de sapo e pode ser como sapo, mas também pode ser o príncipe. Por outro lado, o príncipe pode ser visto como sapo, mesmo tendo a forma de príncipe. E como tudo pode acontecer? Através da lingua-



gem. É na relação linguagem e mundo que se introduz a imagem provocadora da confusão.

O paralelismo entre linguagem e o mundo mostra que a relação do homem com o mundo não é imediata, nem definitiva, nem uniforme. Mas o senso comum e o próprio leitor acreditam no contrário: que as palavras estão no lugar dos objetos; e que o grau de referencialidade é total. Acreditam ainda na ilusão de que a única realidade é a que se vê ou se conhece por meio dos sentidos. O que o jornal publicou é porque aconteceu, existiu ou existe. Ora, pelo que apresentamos, o relato jornalístico não mais corresponde à realidade que se diz referencial, pelo menos não na sua totalidade. A linguagem se vale de paradigmas, modelos, imagens, palavras, comportamentos extralingüísticos, jogos de linguagem e formas de vida, de tal modo que o relato não se refere mais ao objeto em pauta, tal como o imaginamos. Mas a uniformidade das palavras e das expressões levam a interpretações enganosas. O conceito de símbolo substitui o conceito de realidade. Isto é, onde se procura ver a realidade, só se encontram signos.

A proposição jornalística se defronta com dois níveis de dificuldades: o caráter sombrio e imagético dos fatos e a sua singularidade. Desse modo o jornalismo não é propriamente capaz de descrever o mundo. Diante do impasse, jornalistas e estudiosos tentam descobrir formas e maneiras de desvendar o real. Mas, nada até agora foi capaz de impedir que o fascínio da imagem e da sensação fosse amenizado. O fracasso das tentativas de evitar o enfeitamento se origina da própria linguagem. As tentativas são experimentadas através de linguagem, isto é, se esquece ou não se percebe que a linguagem é a totalidade das proposições. E proposições são fatos e signos. Elas em si mesmas são fatos, daí poder se dizer que o lide é um fato jornalístico. Mas, ao mesmo tempo é signo, quer dizer, não há propriamente objetos, e o que se encontra na minha mente são signos.

A nomeação e a designação que os jornalistas fazem dos fatos e das pessoas, é outro grande problema, ou mais uma atividade lingüística que vai configurando uma representação e uma imagem. Sabe-se que ao nomear errado foge-se da referencialidade. O leitor contudo, não terá condições de verificar se a nomeação foi correta ou falsa.

O singular que trata o jornalismo tem seu valor dentro de um sistema ou contexto. O singular ocorre de forma uniforme de vários modos como , pela relação de sucessão, a qual chega a se vincular ao outro singular por uma expectativa psicológica. Daí nasce também a crença projetiva de um fato. Só que algumas crenças podem ser falsas ou equivocadas. E a partir delas um grande número de falácias é usado no lugar do sistema, confundindo por exemplo, causa com efeito, antecedente e conseqüente etc.

Na filosofia se compreendeu que através do conhecimento puramente conceitual não se poderia assegurar uma relação à realidade, pelo simples fato de que os conceitos não são dados *a priori* de modo claro em todas as possibilidades de uso. Então para o lugar da referência à realidade

mediante conceitos entrou a referência através das sensações. E a sensação é um cartão de visita para o raciocínio e para a fantasia. Assim o jornalismo vai fazer dessa aparente dificuldade da não existência de conceitos claros *a priori* e da sensação como intermediária da realidade, seu ponto forte e sua força junto ao leitor.

A notícia caminha nas vielas escuras das sensações e sentimentos para que tudo pareça nas proporções irrealis, mas adequadas às mentes dos leitores. É assim que o jornalismo afirma ter um conhecimento direto da realidade. O senso comum é enfatizado ao máximo. O jornalismo, apesar de tudo, só vê e limita-se a um aspecto dentre vários da realidade. Há a chamada cegueira para o aspecto. Não se percebe as mudanças que ocorrem no mundo, procurando o sentido e o significado dos fatos pelos sentimentos. E sentimentos não ligam pensamentos. E a linguagem da sensação tira de consideração o objeto.

A terapia que Wittgenstein propõe para a filosofia não serve para a notícia, já que ela se aproveita de uma linguagem primitiva, tipo agostiniana, para reafirmar a referencialidade, ao mesmo tempo que lida com outro tipo de linguagem como intermediadora da realidade. Resta, talvez, aos estudiosos do jornalismo uma tentativa de investigar o significado das palavras usadas e expressões para entender um pouco mais qual ou quais jogos de linguagem estão sendo executados.

## Bibliografia

---

- BELTRÃO, Luiz. *A imprensa informativa - técnica da notícia e da reportagem no jornal diário*. São Paulo: Folco Masucci, 1969.
- BOND, Fraser. *Introdução ao jornalismo*. 2. Ed. Rio de Janeiro: Agir, 1962.
- CHAUVIRÉ, C. *Wittgenstein*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, c.1994.
- ERBOLATO, Mário L. *Técnicas de codificação em jornalismo: redação, captação e edição no jornal diário*. Petrópolis: Vozes, 1978.
- FAUSTINO, Sílvia. *Wittgenstein o eu e sua gramática*. São Paulo: Ática, 1995.
- GARGANI, A. G. *Wittgenstein*. Lisboa: Edições 70, 1988.
- GENRO FILHO, Adelmo. *O segredo da pirâmide - para uma teoria marxista do jornalismo*. 2. ed. Porto Alegre: Ortiz, 1989.
- GIANNOTTI, J. A. *Apresentação do mundo. Considerações sobre o pensamento de Ludwig Wittgenstein*. São Paulo: Cia. das Letras, 1995.
- HALLER, R. *Wittgenstein e a filosofia austríaca: questões*. São Paulo: Edusp, 1990.
- HINTIKKA, Merrill B. e HINTIKKA, Jaakko. *Uma investigação sobre Wittgenstein*. Campinas, SP: Papirus, 1994.
- HOHENBERG, John. *Manual de jornalismo*. Trad. Ruy Jungmann. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1963.

- JAMES, W. *Pragmatismo e outros textos*. 2. Ed. Trad. Jorge Caetano da Silva, Pablo Rubén Mariconda. São Paulo: Abril Cultural, 1985.
- LAGE, Nilson. *Ideologia e técnica da notícia*. Petrópolis: Vozes, 1979.
- MONK, Ray. *Wittgenstein o dever do gênio*. Trad. Carlos Afonso Malferrari. São Paulo: Cia. das Letras, 1995.
- MOORE, G. E. *Princípios éticos; escritos filosóficos; problemas fundamentais da filosofia*. 2. Ed. Trad. Luiz João Baraúna, Pablo Rubén Mariconda. São Paulo: Abril Cultural, 1985.
- MORENO, Arley R. *Wittgenstein através das imagens*. Campinas, SP: Ed. da Unicamp, 1993.
- RYLE, Gilbert, AUSTIN, J. Langshaw, QUINE, W. van Orman e STRAWSON, P. Frederick. *Ensaio*. Trad. Baltazar Barbosa Filho et al. São Paulo: Abril, 1985. (Col. Os Pensadores)
- RUSSELL, Bertrand. *Nosso conhecimento do mundo exterior: estabelecimento de um campo para estudos sobre o método científico em filosofia*. Trad. Haddock Lobo. São Paulo: Nacional, 1966.
- SPANIOL, W. *Filosofia e método segundo Wittgenstein*. São Paulo: Loyola, 1989.
- STEINBERG, Charles S. (org.). *Meios de comunicação de massa*. 2. Ed. Trad. Octavio Mendes Cajado. São Paulo: Cultrix, 1972.
- WITTGENSTEIN, Ludwig. *Investigações filosóficas*. 2. Ed. Trad. José Carlos Bruni. São Paulo: Abril, 1979.
- \_\_\_\_\_. *Anotações sobre as cores*. Trad. Felipe Nogueira e Maria João Freitas. Lisboa: Edições 70, 1987.
- \_\_\_\_\_. *Observaciones sobre los fundamentos de la matemática*. Trad. Isidoro Regueira. Madrid: Alianza, 1987a.
- \_\_\_\_\_. *Los cuadernos azul y marron*. Trad. Francisco Gracia Guillen. Madrid: Tecnos, 1989.
- \_\_\_\_\_. *Fichas (Zettel)*. Trad. Ana Berhan da Costa. Lisboa: Edições 70, 1989a.
- \_\_\_\_\_. *Da certeza*. Trad. Maria Elisa Costa. Lisboa: Edições 70, 1990.
- \_\_\_\_\_. *Aulas e conversas sobre estética e fé religiosa*. Trad. Miguel Tamen. Lisboa: 1991.
- \_\_\_\_\_. *Tractatus logico-philosophicus*. Trad. Luiz Henrique Lopes dos Santos. São Paulo: Edusp, 1994.
- ZILHÃO, A. *Linguagem da filosofia e filosofia da linguagem. Estudos sobre Wittgenstein*. Lisboa: Colibri, 1993.

## Políticas Regionais de Comunicação e Mercosul: Aceite este desafio!



*Políticas Regionais de Comunicação: os desafios do Mercosul* reproduz os textos apresentados no congresso anual da Intercom, realizado na Universidade Estadual de Londrina, PR, de 2 a 7 de setembro de 1996. Estudiosos e pesquisadores examinam o processo de integração e da globalização, em termos de Políticas Regionais de Comunicação, na Europa, América do Norte, e países do Mercosul.

O livro ainda discute as novas demandas para o ensino e a pesquisa em razão do crescente avanço das novas tecnologias de comunicações, especialmente nas universidades e indústrias culturais do

Mercosul.

Uma leitura estimulante que desvende os desafios dos novos cenários culturais e das lides comunicacionais colocadas para professores, estudantes, profissionais e pesquisadores da Comunicação.

**Preço por exemplar: R\$ 20,00**

Preencha já o cupom de pedido que se encontra no final da revista e envie acompanhado de cheque nominal para:

**Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação**

**Av. Prof. Lúcio Martins Rodrigues, 443 - Bloco B9 - Sala 2 - CEP 05508-900 - São Paulo - SP**