



**Nelson Traquina**

# Teorias do Jornalismo

**Volume I**

**Porque as notícias são com são**



# **Teorias do Jornalismo**

**Volume I**

***Porque as notícias são como são***



# **Universidade Federal de Santa Catarina**

Reitora

*Roselane Neckel*

Pró-Reitora de Pós-Graduação

*Joana Maria Pedro*

Diretor do Centro de Comunicação e Expressão

*Felício Wessling Margotti*

**Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo**

*Rogério Chistofolletti*

## **Conselho Editorial da Editora Insular**

*Dilvo Ristoff*

*Eduardo Meditsch*

*Fernando Serra*

*Jali Meirinbo*

*Natalina Aparecida Laguna Sicca*

*Salvador Cabral Arrechea (ARG)*

Nelson Traquina

# Teorias do Jornalismo

Volume I

*Porque as notícias são como são*



2020



Nelson Traquina  
**Teorias do Jornalismo**

**Volume I**

***Porque as notícias são como são***

Coordenação

*Nelson Rolim de Moura*

Projeto gráfico

*Silvana Fabris*

Revisão

*Contextuar*

Capa

*Ginny Carla Moraes de Carvalho*

Supervisão Editorial

*Eduardo Meditsch*

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)**

Tuxped Serviços Editoriais (São Paulo, SP)

---

**T744p**      **Traquina, Nelson.**

Porque as notícias são como são / Nelson Traquina. – 1. ed. – Florianópolis, SC : Insular Livros, 2020. (Coleção Teorias do Jornalismo, v.1).

E-Book: 739 KB; ePub.

**ISBN 978-65-86428-18-6**

1. Campo jornalístico. 2. Jornalismo. 3. Profissão jornalística. 4. Teorias jornalísticas.

I. Título. II. Assunto. III. Traquina, Nelson.

**CDD 070.4**

**CDU 070**

**20-30428006**

---

## ÍNDICE PARA CATÁLOGO SISTEMÁTICO

1. Jornalismo.
  2. Jornalismo; Imprensa.
- 

Ficha catalográfica elaborada pelo bibliotecário

Pedro Anizio Gomes CRB-8 8846

## REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

TRAQUINA, Nelson. **Porque as notícias são como são**. 1. ed. Florianópolis, SC: Insular Livros, 2020 (Coleção Teorias do Jornalismo, v.1). E-Book (ePub, 739 Kb). ISBN 978-65-86428-18-6 .

### INSULAR LIVROS

Rua Antonio Carlos Ferreira, 537

Bairro Agrônômica

Florianópolis/SC – CEP 88025-210

(48) 3334-2729

[insularlivros@gmail.com](mailto:insularlivros@gmail.com)

### EDITORA INSULAR

(48) 3232-9591

[editora@insular.com.br](mailto:editora@insular.com.br)

[twitter.com/EditoraInsular](https://twitter.com/EditoraInsular)

[www.insular.com.br](http://www.insular.com.br)

[facebook.com/EditoraInsular](https://facebook.com/EditoraInsular)

*Em memória de Anne Marie Balakier.*

## Sumário

A contribuição portuguesa para  
a teoria do jornalismo no Brasil

*Eduardo Meditsch*

Nota da revisora da 1ª edição

### **CAPÍTULO 1**

O que é o jornalismo?

### **CAPÍTULO 2**

A trajetória histórica do jornalismo na democracia

A expansão da imprensa

A luta pela liberdade

O “Quarto Poder” e a democracia

O novo jornalismo

Velhos conceitos do que é “notícia”

Uma nova empresa jornalística

Novas práticas e formatos jornalísticos

Uma análise comparativa da evolução do jornalismo

### **CAPÍTULO 3 - O JORNALISMO ENQUANTO PROFISSÃO**

Uma atividade pouco prestigiada

A profissionalização do jornalismo

O desenvolvimento do ensino universitário em jornalismo

O desenvolvimento de códigos deontológicos

A emergência de um sentido de autoridade profissional

### **CAPÍTULO 4 - O JORNALISMO: SER OU NÃO SER PROFISSÃO?**

O estudo da problemática das profissões

Os cinco atributos de uma profissão segundo Greenwood

Ser ou não ser uma profissão

### **CAPÍTULO 5 - O POLO IDEOLÓGICO DO CAMPO JORNALÍSTICO**

O ethos jornalístico

Uma constelação de valores e um conjunto de normas profissionais

## **CAPÍTULO 6 - AS TEORIAS DO JORNALISMO**

A teoria do espelho

A teoria da ação pessoal ou a teoria do gatekeeper

A teoria organizacional

As teorias de ação política

As teorias construcionistas

A teoria estruturalista

A teoria interacionista

O acesso ao campo jornalístico

A rede noticiosa

A rotinização do trabalho jornalístico

O jornalismo e o poder

A comunidade jornalística

Conclusão

Bibliografia

## **A contribuição portuguesa para a teoria do jornalismo no Brasil**

*Por Eduardo Meditsch*

Em meados dos anos 1970, estudante de jornalismo em Santa Maria, no Rio Grande do Sul, um jovem chamado Adelmo Genro Filho começa a publicar uma série de artigos em jornais locais apontando “a necessidade de uma teoria do jornalismo” e anotando quais deveriam ser, no seu ponto de vista, os fundamentos da nova disciplina. Aluno incomum, leitor de filósofos e estudiosos da sociedade, Adelmo se assombrava com o primarismo das definições sobre a profissão vigentes na prática profissional e repassadas na literatura técnica dos cursos universitários de então. Uma década mais tarde, publicaria *O segredo da pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo*<sup>NE</sup>, produto de sua dissertação de mestrado em sociologia política, na Universidade Federal de Santa Catarina, instituição onde se tornara professor de jornalismo. E morreria subitamente em seguida, sem poder dar continuidade a esta linha de investigação.

Embora não tenha sido a primeira pessoa a estudar e a escrever sobre o jornalismo no Brasil, Adelmo é lembrado como o fundador da disciplina “Teoria do Jornalismo” no país. Em nosso país, ninguém como ele, em nosso país, contribuiu tanto para apontar a lacuna teórica da formação profissional e a necessidade deste recorte inédito nos estudos científicos de comunicação social, para dar sentido a uma prática social tão importante quanto mal compreendida. Como marxista, incomodava-se particularmente com a incapacidade da esquerda para compreender e lidar com o potencial do jornalismo na tarefa da emancipação humana.

Coincidiu com a época do lançamento do livro de Genro Filho, em meados dos anos 1980, a institucionalização da disciplina na universidade brasileira, em alguns casos sob a sua influência, em outros por meio de pesquisadores como os professores Marques de Melo e Ciro Marcondes Filho em São Paulo e Alberto Dines e Nilson Lage no Rio de Janeiro. A Universidade Federal do Rio Grande do Sul teria sido a primeira a dar este passo, por iniciativa da

professora Rosa Nívea Pedroso, que incluiu a disciplina no programa daquele curso antes da própria UFSC (onde, por algum tempo, seu conteúdo foi ministrado por Genro Filho com o rótulo de Teoria da Comunicação II).

Se teve como ponto forte a originalidade, a teoria do jornalismo que se desenvolveu no Brasil naquela época se colocava um tanto à margem dos estudos e descobertas que se faziam no campo a nível internacional. Não havia internet, importar um livro era caro e complicado, traduzi-lo era quase impossível, e o incipiente intercâmbio internacional na área acadêmica da comunicação, dominado por pesquisadores interessados em outros temas, desprezava o jornalismo como objeto digno de estudo.

Somente na virada do século é que a Teoria do Jornalismo começou a ser conhecida e adotada por parte significativa dos cursos de jornalismo do Brasil, já então contados às centenas. Concorreu para isso o crescimento dos estudos de jornalismo na pós-graduação, embora ainda de forma marginal no campo da comunicação social, onde geralmente continuam menosprezados. Foi decisivo o fato da matéria ter sido incluída como obrigatória nos cursos de graduação, por exigência do Exame Nacional de Cursos do Ministério da Educação, o Provão, que avaliou as escolas de jornalismo do país a partir de 1998.

Nesta nova fase, têm sido ferramentas fundamentais para a consolidação e o desenvolvimento da disciplina as coletâneas de estudos internacionais sobre o jornalismo, organizadas e traduzidas para a Língua Portuguesa pelo professor Nelson Traquina, que começaram a desembarcar neste lado do Atlântico (*Jornalisms*, Lisboa, Centro de Estudos de Comunicação e Linguagens, 1988; *Jornalismo: Questões, Teorias e Estórias*, Lisboa, Editora Vega, 1993; *Jornalismo 2000*, Lisboa, Relógio D'Água, 2000; *O Poder do Jornalismo: análise e textos da teoria do agendamento*, Coimbra, Minerva, 2000).

Nas provas que o tornaram Catedrático do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Nova de Lisboa, em 1997, o professor Nelson Traquina testemunhava o boom de estudos científicos centrados no jornalismo como objeto, a partir dos anos 1970, e que não cessavam de se reproduzir e crescer ao redor do mundo. Talvez por sua biografia, este *scholar* português nascido em Springfield, Massachussets; numa colônia de trabalhadores emigrantes; licenciado e mestre em Política Internacional nos Estados Unidos; formado também em jornalismo pelo Institut Français de Presse e doutorado

em Sociologia pela René Descartes de Paris, com uma tese sobre as agências internacionais de informação, já se tornara então o acadêmico mais bem informado, no mundo de Língua Portuguesa, sobre a abrangência desta nova área científica em escala global.

Traquina estudou por dentro as agências internacionais. Como jornalista, havia sido correspondente da United Press International (também da UPI News Television e do Daily Telegraph) em Lisboa, no conturbado período pós-revolucionário, em meados dos anos 1970, que colocou Portugal nos noticiários de todo o mundo. Após o doutorado, tornou-se professor do primeiro curso de Comunicação Social de Portugal – fundado em 1979 na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa – escola criada por um grupo de intelectuais retornados do exílio com o fim do salazarismo, trazendo uma renovada perspectiva humanista para o multicentenário ensino superior português.

A partir da UNL, a influência de Nelson Traquina ajudou a moldar a fisionomia de todo o ensino universitário do jornalismo em Portugal que, como no Brasil, passou por uma grande expansão nos anos 1990, com a criação de dezenas de novas escolas. Desde o início, ele rejeitou a possibilidade de um ensino tecnicista da profissão, sustentando que a Universidade deveria oferecer algo mais que a “tarimba” que caracterizava o aprendizado do ofício na prática, anterior à formação de nível superior.

Para Traquina, o que deveria distinguir a formação universitária seria o estudo teórico desta prática. Em Portugal, a disciplina foi institucionalizada com o nome de “Teoria da Notícia” (por influência da inglesa News Theory) e ministrada por Traquina tanto na graduação quanto no Mestrado da UNL, a partir de 1992. As primeiras dissertações sobre jornalismo apareceram em seguida, e a primeira tese foi defendida em 1997, todas orientadas por ele.

Como também ocorre no Brasil, o estudo do jornalismo e da mídia em Portugal enfrenta dificuldades para se afirmar, competindo com as disciplinas tradicionais das Ciências Humanas, ainda mais pertencendo a um campo difuso e mal resolvido como o da Comunicação Social. Lá, como aqui, esses obstáculos o empurram para a busca de uma maior autonomia e de uma identidade mais clara. Em resposta a estas necessidades, o professor Nelson Traquina reuniu um grupo de pesquisadores de diversas instituições e preside

desde 1997 o Centro de Investigação Media e Jornalismo, atualmente com sede na cidade de Cascais. Em 2002, o Centro lançou a revista acadêmica *Media & Jornalismo*, pela Editora Minerva de Coimbra.

Apesar de sua crescente influência entre os professores e pesquisadores da área de jornalismo no Brasil, Nelson Traquina só tinha um livro publicado aqui: *O Estudo do Jornalismo no Século XX*, lançado em 2001, pela Editora Unisinos, no Rio Grande do Sul. As obras portuguesas continuam de difícil acesso, agravado pela crescente defasagem cambial. Foi por estas razões que o Programa de Pós-Graduação em Jornalismo e Mídia da UFSC encomendou a ele este *Teorias do Jornalismo*, que aparece em dois volumes, por razões operacionais, com a chancela da Editora Insular, de Florianópolis.

A editoração [das duas primeiras edições] e a capa do livro foram produzidos por Ginny Carla Morais, estudante de jornalismo da UFSC. A revisão, para o português do Brasil, ficou a cargo da professora Regina Carvalho, mestre e doutoranda em Letras e especialista em texto jornalístico, que solucionou com maestria as diferenças de registro existentes entre o português dos dois países. A [primeira] coedição foi feita com recursos do II Curso de Especialização em Estudos de Jornalismo da UFSC. Agradecemos a todos que colaboraram para que este lançamento se tornasse possível.

---

NE A última edição deste livro foi publicada pela Editora Insular em setembro de 2012 na Série *Jornalismo a Rigor* (volume 6), dirigida por Eduardo Meditsch.

## Nota da revisora<sup>NE</sup>

*Por Regina Carvalho*

Nenhum brasileiro com escolaridade média diz que fala “brasileiro”: falamos português. Alguns serão mais explícitos e dirão que falamos o português do Brasil, um dialeto que nasceu do português europeu e dele foi se diferenciando, sem no entanto chegar a formar uma outra língua. Embora tenhamos maior dificuldade com a língua falada – sotaques, inflexões, coloquialismos –, há necessidade do estabelecimento de algumas mudanças nos textos de um brasileiro a ser editado em Portugal ou nos de um português a ser editado no Brasil.

A ideia inicial da revisão foi que organizássemos um glossário com os termos completamente desconhecidos dos brasileiros, ou usados em acepções pouco usuais. Chegamos, depois, à conclusão de que recorrer ao glossário quebra muito o ritmo da leitura, e que seria mais interessante e funcional usarmos o termo empregado no Brasil – pois a edição é brasileira – no texto, esclarecendo a correspondência do português europeu na nota de rodapé.

Outras dúvidas nos ocorreram: quanto à sintaxe, usamos gerúndio quando os portugueses usam a preposição “a” seguida de infinitivo, construção que nos soa estranha mas perfeitamente compreensível. Assim, optamos por só mudar aquelas cuja compreensão fosse mais difícil. E é, pois, ao fator “legibilidade”, que deveria ser mantido para os leitores dos dois países, que se deve as mudanças feitas.

---

NE Esta 3ª edição teve a ortografia atualizada pela Contextuar.

## Capítulo 1

### O que é o jornalismo?

**É** absurdo pensar que possamos responder à pergunta “O que é o jornalismo?” numa frase, ou até mesmo num livro. Mas sejamos corajosos e tentemos. Poeticamente, podia-se dizer que o jornalismo é a vida, tal como é contada nas notícias de nascimentos e de mortes, tal como o nascimento do primeiro filho de uma cantora famosa ou a morte de um sociólogo conhecido mundialmente. É a vida em todas as suas dimensões, como uma enciclopédia. Uma breve passagem pelos jornais diários vê a vida dividida em seções que vão da sociedade, a economia, a ciência e o ambiente, à educação, à cultura, à arte, aos livros, aos *media*, à televisão, e cobre o planeta com a divisão do mundo em local, regional, nacional (onde está essencialmente a política do país) e internacional. Um exame da maioria dos livros e manuais sobre jornalismo define as notícias em última análise como tudo o que é importante e/ou interessante. Isso inclui praticamente a vida, o mundo e o *outer limits*.

Os jornalistas responderiam prontamente, como define a ideologia profissional dessa comunidade, que o jornalismo é a realidade. Há verdade nessa afirmação. Existe um acordo tácito entre os que escolhem esta profissão de jornalista e o leitor/ouvinte/telespectador que torna possível dar credibilidade ao jornalismo: o principal produto do jornalismo contemporâneo, a notícia, não é ficção, isto é, os acontecimentos ou personagens das notícias não são invenção dos jornalistas. A transgressão da fronteira entre realidade e ficção é um dos maiores pecados da profissão de jornalista, merece a violenta condenação da comunidade e quase o fim de qualquer promissora carreira de jornalista. No entanto, dever-se-ia acrescentar rapidamente que muitas vezes essa “realidade” é contada como uma telenovela, e aparece quase sempre em pedaços, em acontecimentos, uma avalanche de acontecimentos perante a qual os jornalistas sentem como primeira obrigação dar resposta com notícias, rigorosas e se possível confirmadas, o mais rapidamente possível, perante a tirania do fator tempo.

O jornalismo pode ser explicado pela frase de que é a resposta à pergunta

que muita gente se faz todos os dias – o que é que aconteceu/está acontecendo no mundo?, no Timor? no meu país?, na minha “terra”? – o que aconteceu no julgamento de um ex-presidente de um clube desportivo desde ontem – quem ganhou o jogo? Ao longo dos séculos, as pessoas (muitas delas, pelo menos) têm desejado ser informadas sobre o que as rodeia, usando o jornalismo (ou uma forma pré-moderna do jornalismo) para se manterem em dia com os últimos acontecimentos, para os combinarem com um conhecimento dos tópicos que lhes permita participar de conversas pessoais e de grupo, talvez para se sentirem reasseguradas de que através dos vários produtos do jornalismo não estão a perder algo, ou para serem fascinadas pelas alegrias ou tragédias da vida. Em 11 de setembro de 2001, a notícia de que dois aviões se chocaram com o World Trade Center fez com que muitas pessoas em muitos países do mundo largassem o que estavam a fazer e corressem para a televisão ou o rádio mais próximos para obter informação sobre o que estava a acontecer. Estações de televisão em muitos locais interromperam a emissão normal para mostrarem câmaras focadas nas torres gigantes, capturando ao vivo o seu colapso.

Poder-se-ia dizer que o jornalismo é um conjunto de “estórias”, “estórias” da vida, “estórias” das estrelas, “estórias” de triunfo e tragédia. Será apenas coincidência que os membros da comunidade jornalística se refiram às notícias, a sua principal preocupação, como ‘estórias’? Os jornalistas veem os acontecimentos como “estórias” e as notícias são construídas como “estórias”, como narrativas, que não estão isoladas de “estórias” e narrativas passadas. O jornalista feito acadêmico Robert Darnton (1975) descobriu que a notícia que estava a escrever sobre o acontecimento trivial de um rapaz cuja bicicleta tinha sido roubada já tinha sido contada antes. O ex-jornalista e atualmente professor Jack Lule (2001) vê nos acontecimentos do dia a dia “estórias” eternas que ecoam narrativas mais antigas que, ao longo do tempo, criaram figuras míticas sob a forma de arquétipos como o herói, o vilão ou a vítima inocente. Poder-se-ia dizer que os jornalistas são os modernos contadores de “estórias” da sociedade contemporânea, parte de uma tradição mais longa de contar “estórias”.

Pode mesmo parecer absurdo pensar que podemos responder à pergunta “O que é jornalismo?” num único livro.

Primeiro, deixemos claro que este livro não pretende ser um manual para a prática jornalística, com lições sobre como escrever um *lead* da notícia de agência, ou como fazer a cobertura de uma manifestação, ou quais são os truques do jornalismo de investigação. Este livro, destinado ao jovem que sonha ou ambiciona ser membro desta profissão, pretende fornecer uma compreensão teórica do jornalismo. Poder-se-ia dizer que constitui um manual teórico para a prática jornalística, um manual encarado como indispensável para o futuro jornalista.

No entanto, o jornalismo é demasiadas vezes reduzido ao domínio técnico de uma linguagem e seus formatos, e os jornalistas, reduzidos a meros empregados, trabalhadores numa fábrica de notícias. Este livro é escrito na convicção de que há muito mais no jornalismo, para além do domínio das técnicas jornalísticas, e que os jornalistas fazem parte de uma profissão, talvez uma das profissões mais difíceis e com maiores responsabilidades sociais.

Para começar, o jornalismo é uma atividade intelectual. A compreensão da crítica do jornalismo feita pelo recém-falecido sociólogo francês Pierre Bourdieu (1997), em particular a sua veemência, está na compreensão de que ele é um “concorrente” do mesmo espaço, o “campo intelectual”, e detesta estar dependente dos jornalistas para ter um maior acesso ao público. Bourdieu contesta e condena o chamado monopólio que os jornalistas são acusados de exercer dentro do campo intelectual.

Basta um olhar distraído aos diversos produtos jornalísticos para confirmar que é uma atividade criativa, plenamente demonstrada, de forma periódica, pela invenção de novas palavras e pela construção do mundo em notícias, embora seja uma criatividade restringida pela tirania do tempo, dos formatos, e das hierarquias superiores, possivelmente do próprio dono da empresa. E os jornalistas não são apenas trabalhadores contratados, mas membros de uma comunidade profissional que, há mais de 150 anos de luta, está empenhada na sua profissionalização com o objetivo de conquistar maior independência e um melhor estatuto social.

A pergunta “O que é o jornalismo?” devia ser, para estar mais em sintonia com o teor deste livro, “O que é o jornalismo numa democracia?”. A democracia não pode ser imaginada como sendo um sistema de governo sem liberdade e o papel central do jornalismo, na teoria democrática, é de informar

o público sem censura. Os pais fundadores da teoria democrática têm insistido, desde o filósofo Milton, na liberdade como sendo essencial para a troca de ideias e opiniões, e reservaram ao jornalismo não apenas o papel de informar os cidadãos, mas também, num quadro de *checks and balances* (a divisão do poder entre poderes), a responsabilidade de ser o guardião (*watchdog*) do governo. Tal como a democracia sem uma imprensa livre é impensável, o jornalismo sem liberdade ou é farsa ou é tragédia. O que é o jornalismo num sistema totalitário, seja nas suas formas seculares, como, por exemplo, o fascismo, seja numa forma religiosa, como, por exemplo, o ex-regime dos Taleban no Afeganistão, é fácil de definir: o jornalismo seria propaganda a serviço do poder instalado.

Existe uma relação simbiótica entre jornalismo e democracia na teoria democrática. Mas a teoria democrática define claramente um papel adversarial entre o poder político e o jornalismo, historicamente desde o século XIX chamado o “Quarto Poder”, talvez porque séculos de domínio autocrático e por vezes despótico criaram um legado de desconfiança, suspeita e medo em relação ao poder político. Mesmo nas chamadas democracias estáveis, a defesa da liberdade é festejada como uma vitória da comunidade jornalística e, ocasionalmente, marcada por batalhas em defesa da liberdade dos jornalistas, acerbamente demonstrada em Portugal nos anos 1990 quando os jornalistas parlamentares iniciaram um boicote para defender a sua liberdade de movimento na Assembleia da República. Os jornalistas estão na frente de batalha da liberdade, prontos a vir em sua defesa. Três meses após os ataques de 11 de Setembro, o presidente e dono de um prestigiado jornal norte-americano defendeu o papel de guardião do jornalismo na democracia e o dever do jornalismo de publicar pontos de vista divergentes. Perguntou como mantêm as organizações jornalísticas a sua credibilidade, se o público sabe que o governo tem a capacidade de censurar notícias (Mesquita, 2002).

Este livro é sobre o jornalismo exercido em sociedades em que as liberdades básicas, incluindo a liberdade de imprensa, estão consagradas. Os capítulos 2 e 3 oferecem uma trajetória histórica da evolução do jornalismo nas sociedades democráticas: a emergência de um “campo” em que um recurso social – a notícia – é o objeto de um enjeu, isto é, de uma luta na definição e construção das notícias, em que um grupo profissional (os jornalistas)

reivindica um monopólio de saber, precisamente a definição e construção da notícia. Dois polos começaram a tornar-se dominantes na emergência do campo jornalístico contemporâneo: o polo econômico (a definição das notícias como um negócio) e o polo ideológico (a definição das notícias como um serviço público).

No capítulo 4, a questão colocada é se o jornalismo é ou não é uma “profissão”, definida uma profissão a partir do “tipo ideal” da profissão dos médicos. A resposta oferecida é que a pergunta está mal formulada e, com base na literatura sobre as profissões, a pergunta precisa ser reformulada: o jornalismo caminha ou não na direção do “tipo ideal” das profissões. Aqui a resposta é, indubitavelmente, sim. Quem ainda responde “não” ignora mais de 150 anos de história do jornalismo.

Como já foi sublinhado, segundo Bourdieu, a existência de um campo implica a existência de uma “autonomia relativa” dos profissionais do campo. Assim, para Bourdieu, os fatores externos apenas não explicam porque as notícias são como são; há fatores internos<sup>1</sup>.

No capítulo 5, aprofundamos a questão do polo ideológico do campo jornalístico, precisamente porque a existência de uma “autonomia relativa” do campo jornalístico implica que os jornalistas têm poder. Assim, torna-se imperativo ver os contornos do polo ideológico – uma referência ao modo como os jornalistas devem atuar na profissão – um fator a se levar em conta quando é posta a questão do papel social do jornalismo.

As liberdades são reais, mas seria uma visão romântica da profissão imaginar que o jornalismo é a soma de todos os jornalistas a agir em plena liberdade. Uma pergunta permanente é precisamente até que ponto um jornalista é livre e são livres os jornalistas. A resposta teórica deste livro reconhece uma “autonomia relativa” do jornalismo, mas reconhece também que a atividade jornalística é altamente condicionada. Muitas vezes o trabalho jornalístico realiza-se em situações difíceis, marcadas por múltiplas incertezas. O trabalho jornalístico é condicionado pela pressão das horas de fechamento<sup>2</sup>, pelas práticas levadas a cabo para responder às exigências da tirania do fator tempo, pelas hierarquias superiores da própria empresa, e, às vezes o(s) próprio(s) dono(s), pelos imperativos do jornalismo como um negócio, pela brutal competitividade, pelas ações de diversos agentes sociais que fazem a

“promoção” dos seus acontecimentos para figurar nas primeiras páginas dos jornais ou na notícia de abertura dos telejornais da noite.

Compreender porque as notícias são como são tem sido objeto de longa pesquisa, e têm surgido diferentes teorias para explicar as notícias. No capítulo 6, serão expostas diversas teorias que foram elaboradas ao longo do tempo para explicar porque as notícias são como são. É significativo refletir sobre a evolução que as diversas abordagens oferecem do jornalismo como um “espaço” aberto aos diversos agentes sociais. Afinal, o jornalismo é um “contrapoder” ou um “poder” a serviço dos “poderosos”? As diversas respostas oferecidas serão objeto de reflexão. O jornalismo é apenas um espaço fechado de reprodução ideológica do sistema dominante, ou pode ser um espaço aberto a todos os agentes sociais na luta política e social? A resposta deste livro é que o “campo jornalístico” pode ser utilizado como um recurso pelos agentes sociais que oferecem “vozes alternativas”, mas para isso precisam saber jogar o “xadrez jornalístico”.

Como já foi sugerido, a nossa proposta teórica reconhece que o trabalho jornalístico é altamente condicionado, mas também reconhece que o jornalismo, devido à sua “autonomia relativa”, tem “poder”, e, por consequência, os seus profissionais têm poder. Os jornalistas são participantes ativos na definição e na construção das notícias, e, por efeito, na construção da realidade. Há alguns momentos, ao nível individual, durante a realização de uma reportagem ou na redação da notícia, quando é decidido quem entrevistar ou que palavras serão utilizadas para escrever a matéria<sup>3</sup>, de mais poder consoante a sua posição na hierarquia da empresa, e coletivamente como os profissionais de um campo de mediação que adquiriu cada vez mais influência com a explosão midiática, tornando evidente que os jornalistas exercem poder. Uma conclusão teórica deste livro é precisamente que não podemos compreender porque as notícias são como são apenas por fatores externos. Uma conclusão deste livro é que não podemos compreender porque as notícias são como são sem compreender a cultura profissional da comunidade jornalística.

O principal objetivo deste manual é oferecer uma compreensão teórica do jornalismo, baseada numa panóplia de estudos empíricos realizados em diversos países, e de uma forma cada vez mais intensiva nas décadas recentes,

com o aparecimento de duas novas revistas acadêmicas sobre o jornalismo no ano de 2000.

Seguindo esse objetivo, voltamos à importância do conceito de “campo jornalístico”. Iremos preferir utilizar o conceito de “campo jornalístico” no lugar de jornalismo. Para recapitular, a existência de um “campo” implica a existência de 1) um número ilimitado de “jogadores”, isto é, agentes sociais que querem mobilizar o jornalismo como recurso para as suas estratégias de comunicação; 2) um *enjeu* ou prêmio que os “jogadores” disputam, nomeadamente as notícias; e 3) um grupo especializado, isto é, profissionais do campo, que reivindicam possuir um monopólio de conhecimentos ou saberes especializados, nomeadamente o que é notícia e a sua construção. Para o sociólogo francês Pierre Bourdieu, o campo é um “espaço social estruturado, um campo de forças”.

Imaginem, por um momento, que o campo é um campo magnético com dois polos. O positivo é o “polo ideológico” em que a ideologia profissional que se tem desenvolvido ao longo do tempo define o jornalismo como um serviço público que fornece cidadãos com a informação de que precisam para votar e participar na democracia e age como guardião que defende os cidadãos dos eventuais abusos de poder. No entanto, tal como os jornalistas desenvolveram a sua ideologia profissional em consonância com a teoria democrática e inspirados por ela, concomitantemente, mesmo desde antes do século XIX, o jornalismo tem sido um negócio e as notícias, uma mercadoria que tem alimentado o desenvolvimento de companhias altamente lucrativas. Para o sociólogo francês Pierre Bourdieu os dois polos do campo jornalístico contemporâneo – o intelectual e o econômico – tornaram-se dominantes no jornalismo ao longo do século XIX, diminuindo a importância do “polo político”.

Para os jornalistas e para muitas vozes na sociedade, o polo negativo do campo jornalístico é o polo econômico, que associa o jornalismo ao cheiro do dinheiro e a práticas como o sensacionalismo, em que o principal intuito é vender o jornal/telejornal como um produto que agarra os leitores/os ouvintes/à audiência, esquecendo valores associados à ideologia profissional. A tensão entre os dois polos é permanente e insolúvel mas sofre intensificações, como verificado nas duas últimas décadas do século XX, sobretudo na Europa,

com a desregulamentação, às vezes selvagem, da atividade televisiva. Num pano de fundo desta tensão, os diversos “jogadores” tentam mobilizar, para as suas estratégias comunicacionais, os seus acontecimentos, os seus assuntos, ou as suas ideias e valores. São “promotores” que avançam as suas “necessidades de acontecimentos”. Interagem com os profissionais do campo jornalístico, os jornalistas, que, em última instância, decidem, em interação com outros jornalistas, o que é notícia, qual é a sua importância, e como é definida. Nessas interações, os jornalistas atuam como agentes que têm as suas próprias “necessidades de acontecimentos”, ou não há o imperativo de “fechar” a edição do jornal ou começar o noticiário principal do dia a tempo?

A compreensão teórica que este manual pretende oferecer aos futuros jornalistas é ver as notícias como uma “construção” social, o resultado de inúmeras interações entre diversos agentes sociais que pretendem mobilizar as notícias como um recurso social em prol das suas estratégias de comunicação, e os profissionais do campo, que reivindicam o monopólio de um saber, precisamente o que é notícia. A promoção das estratégias de comunicação é legítima e só é “manipulação” quando métodos ilegítimos, como a mentira ou documentos forjados, são utilizados.

Em um nível, os jornalistas interagem com diversas fontes de informação, umas com acesso regular aos jornalistas, enquanto outras precisam perturbar a ordem vigente. Muitos, se não todos, agem intencionalmente com o intuito de mobilizar as notícias como parte da sua estratégia comunicacional, criando mesmo acontecimentos, os *pseudo-events* na terminologia de Boorstein. Por exemplo, um partido político tem um acontecimento que quer ver aparecer como notícia nas primeiras páginas dos jornais ou como tema de abertura dos noticiários da televisão; promove o seu acontecimento, enquanto outro partido agenda para o mesmo dia um discurso do seu líder.

Em um segundo nível, a interação tem lugar entre jornalistas como membros de uma comunidade que partilha uma identidade profissional, valores e cultura comuns. Com o objetivo comum de pôr as notícias na rua antes da hora do fechamento, ou o mais rapidamente possível, porque algumas organizações jornalísticas têm uma hora de fechamento constante, as interações têm lugar dentro e fora da sala de redação, e crescentemente num ambiente global de notícias, sem parar, 24 horas por dia. Uma importante afirmação

teórica deste livro é precisamente que os profissionais do campo jornalístico definem em última análise para nós as notícias e contribuem ativamente na construção da realidade.

Num terceiro nível, na sua definição das notícias, os jornalistas também interagem silenciosamente com a sociedade, por via dos limites com que os valores sociais marcam as fronteiras entre normal e anormal, legítimo e ilegítimo, aceitável e desviante. As notícias têm uma estrutura profunda de valores que os jornalistas partilham, como membros da sociedade, com a sociedade. Como um todo. Como seus membros.

Nos capítulos 1 e 2 do Volume Dois deste livro, serão apresentados, de uma maneira mais aprofundada, os contornos da identidade jornalística nas sociedades democráticas e os elementos cruciais de toda uma cultura profissional, como, por exemplo, os valores que se utilizam na definição das notícias. O estudo do jornalismo demonstra claramente que o jornalismo está orientado para os acontecimentos e não para as problemáticas, tornando necessário estabelecer uma tipologia dos acontecimentos. Afinal, que tipos de acontecimentos? E os acontecimentos são de quem?

Segundo Pierre Bourdieu, os jornalistas partilham estruturas invisíveis, “óculos”, através das quais veem certas coisas e não outras. O jornalismo acaba por ser uma parte seletiva da realidade. Nesta construção teórica do jornalismo, apontamos que os membros da comunidade profissional partilham não só uma maneira de ver, mas também uma maneira de agir e uma maneira de falar, o “jornalês”.

A cultura jornalística fornece toda uma panóplia de mitos acerca da sua própria profissão em que certamente o jornalismo é visto como a melhor profissão. Está na sua ideologia profissional, acompanhado como está pela aura de mitos magníficos que transformaram os próprios jornalistas em heróis discretos, como, por exemplo, os famosos jornalistas do caso “Watergate”, Woodward e Bernstein. Na frente para cobrir a guerra no Afeganistão, os jornalistas são chamados a arriscar a sua vida a serviço da missão de nos informar. O perigo que os jornalistas enfrentam, sejam eles ou elas correspondentes de guerra ou no estrangeiro, ou apenas simples repórteres, é real, como nos recorda o número de jornalistas que deram o último sacrifício em nome da profissão.

Nos capítulos 3 e 4 do Volume Dois deste livro, a hipótese teórica de que a comunidade jornalística é já uma comunidade interpretativa transnacional será posta à prova por via de duas vertentes metodológicas: 1) no terceiro capítulo, a cobertura jornalística comparativa de cinco jornais *Diário de Notícias* (Portugal); *Correio de Manhã* (Portugal); *Folha de São Paulo* (Brasil); *El País* (Espanha); e o *New York Times* (Estados Unidos), situados em três continentes diferentes, de uma problemática social – AIDS; e 2) no quarto capítulo, a análise de um estudo comparativo, baseado em pesquisas representativas da comunidade jornalística de cada país, de cinco comunidades jornalísticas da Alemanha, Estados Unidos, Grã-Bretanha, Itália e Suécia. (Patterson e Donsbach, 1998)

Esta apresentação dos dois volumes do livro *Teorias do Jornalismo*, não seria completa sem a explicitação de que o jornalismo é uma profissão de enorme responsabilidade social, exigente, difícil e, em última análise, perigosa, em que os jornalistas enfrentam decisões difíceis sob intensas pressões.

O jornalismo atrai muitos jovens porque é visto como a antítese da rotina das “9 às 5”, antítese essa onde o inesperado está sempre a acontecer. Mais um mito, porém, porque para além do inesperado o jornalismo é também uma profissão marcada por rotinas. As organizações jornalísticas necessitam impor ordem no espaço e no tempo porque os acontecimentos noticiáveis podem muito bem emergir a qualquer hora e em qualquer lugar, perto da meia-noite do último sábado de agosto, numa avenida parisiense, ou numa terça-feira de outono, do que parecia ser um dia normal de trabalho.

Poucas profissões e poucos profissionais têm sido objeto de tanto escrutínio intensivo e tanta crítica escaldante quanto o jornalismo e os jornalistas. O jornalismo e os jornalistas tornaram-se notícia. O que é o jornalismo? Essa é uma questão que provoca outras questões, muitas questões. Demasiadas para serem todas respondidas num só livro. Ao responder à questão “o que é jornalismo?”, este livro tentará responder a certas questões-chaves que são essenciais para uma compreensão do jornalismo. O que é notícia? O que são as notícias? Por que as notícias são como são? O que é ser jornalista numa democracia? O jornalismo é um “Quarto Poder”? um “contrapoder”? um “quarto do poder”?

---

1 Em Portugal, factuais internos.

2 Em Portugal, horas de fecho.

3 Em Portugal, peça.

## Capítulo 2

### ***A trajetória histórica do jornalismo***

#### ***na democracia***

O filósofo e político romano Cícero escreveu há mais de dois mil anos estas palavras sábias: “*Desconhecer a história é permanecer criança para sempre*”. Uma visão mais global da história do jornalismo na democracia aponta para três vertentes fundamentais do seu desenvolvimento: 1) a sua expansão, que começou no século XIX com a expansão da imprensa, e explodiu no século XX com a expansão de novos meios de comunicação social, como o rádio e a televisão, e abre novas fronteiras com o jornalismo *on-line*<sup>4</sup>; 2) a sua comercialização, que teve verdadeiramente início no século XIX com a emergência de uma nova mercadoria, a informação, ou melhor dito, a notícia; 3) concomitantemente, o polo económico do campo jornalístico está em face da emergência do polo intelectual com a profissionalização dos jornalistas e uma consequente definição das notícias em função de valores e normas que apontam para o papel social da informação numa democracia.

#### **A expansão da imprensa**

O jornalismo que conhecemos hoje nas sociedades democráticas tem as suas raízes no século XIX. Foi durante o século XIX que se verificou o desenvolvimento do primeiro *mass media*, a imprensa. A vertiginosa expansão dos jornais no século XIX permitiu a criação de novos empregos neles; um número crescente de pessoas dedica-se integralmente a uma atividade que, durante as décadas do século XIX, ganhou um novo objetivo – fornecer informação, e não propaganda. Este novo paradigma será a luz que viu nascer valores que ainda hoje são identificados com o jornalismo: a notícia, a procura da verdade, a independência, a objetividade, e uma noção de serviço ao público – uma constelação de ideias que dá forma a uma nova visão do “polo intelectual” do campo jornalístico.

Concomitantemente, as crescentes tiragens dos jornais correspondem à crescente comercialização da imprensa durante o século XIX. Embora houvesse pessoas que, por exemplo, fizeram negócio com a venda de jornais

durante a revolução francesa no fim do século XVIII, os jornais eram sobretudo armas na luta política, estreitamente identificados com causas políticas. Durante o século XIX, sobretudo com a criação de um novo jornalismo – a chamada *penny press* – os jornais são encarados como um negócio que pode render lucros, apontando com objetivo fundamental o aumento das tiragens. Com o objetivo de fornecer informação, e não propaganda, os jornais oferecem um novo produto – as notícias, baseadas nos “fatos” e não nas “opiniões”.

Assim, no século XIX, verificamos a emergência de um novo paradigma – informação, não propaganda – que é partilhado entre os membros da sociedade e os jornalistas; a constituição de um novo grupo social – os jornalistas – que reivindica um monopólio do saber – o que é notícia; e a comercialização da imprensa – a informação como mercadoria, visível com o surgimento de uma imprensa mais sensacionalista nos fins do século, aquilo que se chamou o “jornalismo amarelo”<sup>5</sup> nos Estados Unidos. Numa história universal do jornalismo, cada vez mais visível na era da globalização, dois processos fundamentais marcam a evolução da atividade jornalística: 1) a sua comercialização; e 2) a profissionalização dos seus trabalhadores.

Portanto, o surgimento do jornalismo enquanto atividade remunerada está ligado à emergência dum dispositivo tecnológico, à emergência do primeiro *mass media*, a imprensa. Podemos verificar a expansão vertiginosa da imprensa com dados estatísticos sobre o aumento das tiragens e o aumento do número de jornais na França ao longo do século XIX. O número de jornais franceses aumentou de 49, em 1830, para 73 em 1867, para 220 em 1881, e 322 na véspera da Primeira Guerra Mundial, em 1914. As tiragens dos jornais também sofreram um aumento notável durante o século: 34.000 em 1815, 1.000.000 em 1867, 2.500.000 em 1880, e 9.500.000 em 1914. Nos Estados Unidos, o número de jornais publicados a nível nacional duplicou entre 1830 e 1840. Enquanto a população aumentou 33 por cento, a circulação dos jornais aumentou 187 por cento (Schiller, 1979:46).

Vários fatores contribuíram para fazer do século XIX a “época de ouro” da imprensa: 1) a evolução do sistema económico; 2) os avanços tecnológicos; 3) fatores sociais; e 4) a evolução do sistema político no reconhecimento da liberdade no rumo à democracia. (O’Boyle, 1968).

Segundo Leonor O'Boyle (1968:290-1), o sistema econômico foi determinante na evolução do jornalismo na medida em que um certo tipo de imprensa só pôde emergir num certo estágio da sociedade industrial. O desenvolvimento da imprensa está relacionado com a industrialização da sociedade e com o desenvolvimento duma nova forma de financiamento, a publicidade. O'Boyle (1968:290-1) escreve:

[...]só uma sociedade economicamente avançada podia produzir uma imprensa que se autofinanciasse completamente a partir das vendas a um público leitor de massas e de anúncios pagos. Sem tal base econômica a imprensa ou não subsistia ou tinha que se apoiar em subsídios políticos.

O'Boyle acrescenta:

Da mesma forma, o jornalismo como ocupação integral, com os seus próprios padrões de desempenho, e integridade moral, e com um grau mínimo de estatuto social, só poderia aparecer quando a imprensa se transformasse numa empresa de negócios lucrativa.

O jornalismo transformou-se num negócio com um número crescente de proprietários que começaram a publicar jornais com o intuito de ter lucros e o objetivo central seria a expansão da circulação. A emergência do jornalismo com os seus próprios “padrões de performance e integridade moral” tornou-se possível com a crescente independência econômica dos jornais em relação aos subsídios políticos, método dominante de financiamento da imprensa no início do século XIX. As novas formas de financiamento da imprensa, as receitas da publicidade e dos crescentes rendimentos das vendas dos jornais, permitiram a despolitização da imprensa, passo fundamental na instalação do novo paradigma do jornalismo: o jornalismo como informação e não como propaganda, isto é, um jornalismo que privilegia os fatos, e não a opinião. Com as novas formas de financiamento, a imprensa conquista uma maior independência em relação aos partidos políticos, principal fonte de receita dos jornais ainda no início do século XIX.

Em finais desse mesmo século XIX, o jornal tornou-se cada vez mais importante como veículo para a publicidade, principalmente a partir do momento em que a publicidade em si se tornou mais central numa economia em expansão. A partir dos anos 1880, os armazéns, em conjunto com os medicamentos, eram a base de sustento das colunas de publicidade nos jornais. Os pequenos anúncios ganharam importância. Produtos de “marca”, promovidos a nível nacional, como sabonetes, fermentos e outros, começaram

a aparecer nas colunas dos jornais. A sua circulação dos jornais. O número de pessoas empregadas na indústria da produção das notícias aumentou também.

Mas o desenvolvimento da publicidade ocorreu em ritmos diferentes. Segundo Chalaby (1996:321), a publicidade estava mais bem instituída nos Estados Unidos e no Reino Unido do que na França no início do século XX; os industriais franceses eram mais relutantes, e os jornais franceses vendiam muito menos espaço publicitário. Na França, as receitas publicitárias para um dos maiores diários, *Le Petit Parisien* (o jornal de maior êxito durante a Terceira República francesa), representavam apenas 13.1% do total de receitas entre 1879 e 1914. A exiguidade das receitas de publicidade, segundo Chalaby (1996), levou a práticas de corrupção na imprensa francesa durante a Terceira República, com a entrada de um a dois milhões de francos por ano provenientes do governo francês nos jornais.

Entre 1867 e 1900, a soma total dos investimentos publicitários nos Estados Unidos subiu de 50 milhões de dólares para 542 milhões (Solomon, 1994:5). No Reino Unido, a publicidade representava em 1910 um negócio de 15 milhões de libras (Chalaby, 1997:631). Segundo um historiador contemporâneo, o jornal *The Times* obtinha em 1870 em publicidade o dobro da receita obtida em vendas (Chalaby, 1997:631).

Mas um *mass media*, um “dispositivo tecnológico” que chega a um grande número de pessoas, só foi possível com novas invenções que também tiveram um impacto direto na ideologia da profissão emergente e no estreitamento da relação entre o jornalismo e o fator tempo.

Houve grandes avanços tecnológicos que tornaram possível conseguir um produto de massas, em particular no domínio da técnica tipográfica. Na época de Gutemberg, em meados do século XV, a tecnologia existente permitia a impressão de 50 páginas/hora. Com a invenção de Koenig em 1814 (os prelos com cilindros), era possível a impressão de 1.100 páginas/hora, e com as rotativas de Marinoni, em 1871, tornou-se possível imprimir 95.000 páginas/hora. Outras invenções modificaram o jornalismo no século XIX. As melhorias na reprodução de imagens, sobretudo com a fotogravura em 1851 e a heliogravura em 1905, deram um novo *élan* à imprensa, que seria de novo mobilizado (por essa mesma imprensa) na segunda metade do século XX num combate contra a televisão. Em particular, a invenção da máquina fotográfica

iria, como veremos, inspirar o jornalismo no seu objetivo de ser as “lentes” da sociedade, reproduzindo *ipsis verbis* a realidade.

Os avanços na rapidez de transmissão da informação, em particular o telégrafo em 1844 e o telégrafo por cabo em 1866, iriam ser o sinal de uma nova era do jornalismo, cada vez mais global, e cada vez mais ligado à atualidade, que continua cada vez mais viva hoje, em que o tempo exerce um controle tirânico, embora a obsessão com a rapidez já fosse bem visível nas anedotas dos jornalistas do início do século na Inglaterra. A identificação do jornalismo com a atualidade seria irrepreensivelmente atingida e a obsessão dos jornalistas com a obrigação de fornecer as últimas notícias, de preferência em primeira mão e com exclusividade, tornar-se-á um marco fundamental da identidade jornalística.

Segundo Rantanen (1997), as agências de notícias seriam as primeiras empresas jornalísticas eletrônicas que começam a operar a nível global na primeira metade do século XIX. Escreve Rantanen (1997:608):

Apesar da comercialização de notícias ter tido lugar simultaneamente em diversos países, os investigadores negligenciaram o papel das agências noticiosas no processo de transformação das notícias numa comodidade global que era comprada e vendida numa escala massiva.

As linhas telegráficas juntaram os países da Europa com os Estados Unidos nos anos 50 e 60 do século XIX, e ligaram a Europa com a China, América de Sul e o Japão na década de 70 do mesmo século. As agências de notícias seguiram a expansão colonialista, processo exemplificado pela agência *Reuters*, criada por Julius Reuter em Londres em 1851. *Reuters* abriu escritórios em Alexandria em 1865, Bombaim em 1866, Melbourne e Sydney em 1874 e Cidade do Cabo em 1876 (Rantanen, 1997:613). Em 1859, três agências, *Havas* (França), *Reuters* (Reino Unido) e *Wolff* (Alemanha) assinaram o primeiro acordo entre agências pela divisão do mundo em regime de “exploração exclusiva”; de acordo com o acordo assinado em 1874, Portugal ficou na área de “exploração exclusiva” da agência francesa Havas.

Mas... para que servem as enormes tiragens se não houver leitores para os jornais? Foi no século XIX que a escolarização de massas, com a instituição de escolas públicas, permitiu que um número crescente de pessoas aprendessem a ler, embora de uma forma rudimentar, como aconteceu nos Estados Unidos com a entrada de milhares de imigrantes. Na França, a taxa de analfabetismo

era na ordem de 22% em 1872, 8,5% em 1892, e 4% na véspera da Primeira Guerra Mundial (Delparte, 1999:45).

Outra mudança importante no plano social que contribuiu para a expansão da imprensa foi o processo de urbanização, que se intensificou com o crescimento das futuras metrópoles do século XX como Londres, Paris e Nova Iorque. Cidades como estas crescem durante o século XIX e oferecem um público fácil de atingir com o novo produto de consumo – o jornal. O acesso torna-se ainda mais fácil com a instituição de novas formas de venda, como os ardinhas, cada vez mais comuns ao longo do século XIX.

De novo, encontramos diferenças importantes no processo de urbanização: no ano de 1890, a população urbana nos Estados Unidos e no Reino Unido era o dobro da população urbana da França. Nesse ano, 20 milhões de pessoas viviam nas cidades norte-americanas (28% da população), e 21 milhões de britânicos habitavam nas cidades (62% da população), enquanto apenas 10 milhões de franceses viviam em meio urbano (26% da população), (Chalaby 1997:632). Entre 1890 e 1930, a população total nas sete maiores cidades cresceu quase 300% nos Estados Unidos, 150% no Reino Unido e 120% na França (Chalaby, 1997:632).

Não só os novos lucros do capitalismo, a nova e poderosa maquinaria, e os novos ansiosos leitores em busca de notícias diversificadas alimentaram a expansão da imprensa. Outro ingrediente fundamental, mesmo essencial para o crescimento de um campo jornalístico cada vez mais autônomo e credível, é a liberdade. A expansão da imprensa foi alimentada pela crescente conquista de direitos fundamentais, como a liberdade, cerne de lutas políticas seculares que incendiaram revoltas e revoluções, valor central da emergência de um novo conceito de governo – a democracia. Como a história dos meios de comunicação social em Portugal demonstra claramente, a imprensa cresceu no século XIX em cada momento em que houve mais liberdade.

Com as liberdades essenciais, incluindo a liberdade de imprensa, garantidas na constituição, a imprensa norte-americana explodiu ao longo do século XIX, em particular com a chamada *penny press*, que iremos ver mais adiante. Seguindo o novo paradigma no jornalismo (o jornal de informação), a imprensa norte-americana sofre igualmente ao longo deste século um processo de despolitização. Segundo o estudo da historiadora norte-americana Patricia

Dooley (1997:82), a percentagem de jornais abertamente partidários caiu de 43%, no início do século, para 16% no seu epílogo.

No Reino Unido, nos anos de 1830, havia 60 repórteres a fazer a cobertura do Parlamento. Na sessão de 1870, o jornal *The Times* por si só tinha 19 jornalistas a seguir os debates. Em contraste, na França havia ainda nos anos 1870 restrições aos jornalistas que faziam a cobertura do Parlamento: só podiam, in extenso, publicar as declarações dos debates (Chalaby, 1996:308). A repressão à imprensa francesa era intensa até 1877. Uma nova lei de imprensa, de 1881, iria revogar mais de 300 artigos de 42 estatutos, incluindo artigos de censura, de restrições administrativas e de restrições econômicas. “Nós não proclamamos a liberdade, fazemos melhor, realizamo-la”, declarou um dos deputados franceses, autores da nova lei de imprensa francesa (citado em Delporte, 1999:19).

Sem entraves, a imprensa francesa iria também explodir. Já entre o período 1869-1880, tinha aumentado as suas tiragens na ordem dos 46 por cento; entre 1880 e 1891, a expansão intensificou-se com um crescimento da ordem de 52 por cento. Seguindo o modelo norte-americano, verificou-se igualmente uma despolitização da imprensa francesa, com uma forte quebra nas tiragens dos jornais partidários como *La Petite République*. A onda do *penny press*, do jornalismo informativo, invadiu a imprensa francesa, sobretudo no fim do século XIX, com o domínio dos chamados quatro grandes, *Le Petit Parisien*, *Le Journal*, *Le Petit Journal* e *Le Matin*, que controlam 84% das tiragens da imprensa da França em 1912 (Delporte, 1999:44). Na última década do século XIX, a forte concorrência entre os jornais provocou enormes campanhas de autopromoção, com a oferta de brindes, a organização de acontecimentos desportivos (corridas de bicicletas em 1884 e corridas de automóveis em 1899), e concursos. Dois jornais, *Le Matin* e *Le Journal*, criaram um acontecimento quando organizaram uma competição entre um repórter de cada jornal para ver quem dava a volta ao mundo primeiro, publicando todos os dias um relato da viagem do repórter. O jornalista do *Le Matin* levou 63 dias e 13 horas de viagem para vencer o concorrente do *Le Journal* (Delporte, 1999:70).

De novo, no Reino Unido, as chamadas “taxas sobre o saber” foram reduzidas em 1836 e eliminadas entre 1855 e 1861 (Chalaby, 1996:318). Assim, tal como os outros fatores, o ritmo e a intensidade da mudança política

divergem nas especificidades de cada país. Mas a relação entre democracia e jornalismo é fundamentalmente uma relação simbiótica em que a liberdade se encontra como estrela brilhante de toda uma constelação teórica que fornece ao novo jornalismo emergente uma legitimidade para a atividade/negócio em expansão e uma identidade para os seus profissionais. Assim, o campo jornalístico moderno, com os seus dois polos (Bourdieu), o “econômico” e o “intelectual” (onde as notícias são vistas como informação e não propaganda partidária) constitui-se nas sociedades democráticas numa fundação onde o jornalismo partilha como herança toda uma história contra a censura e em prol da liberdade, uma herança que inclui alguns dos nomes mais sonantes da história da humanidade, como Milton, Rousseau e Voltaire.

## **A luta pela liberdade**

A afirmação da nova legitimidade jornalística ocorre perante o antagonismo do poder político, inserido num processo secular em luta pela liberdade, e, subsequentemente, pela conquista de uma nova forma de governo: a democracia. O poder absoluto é posto em causa e existe a procura de caminhos alternativos, perante dúvidas sobre os benefícios e os custos de um sistema de poder que tem como base a “opinião pública”, termo utilizado pela primeira vez em 1744, embora sem um sentido político.

A luta pela liberdade começa com a luta contra a censura de um poder político absoluto, sob forma de monarquia na esmagadora maioria dos países. Quando John Milton publica o seu manifesto contra a censura, intitulado *Areopagítica*, em meados do século XVII, já tinha havido mudanças importantes no Ocidente desde a invenção de Gutemberg no século XV. A Reforma Protestante pôs em causa a autoridade da Igreja, que teimava em insistir, como criação divina, que a Terra era o centro do universo. Durante os séculos XVII e XVIII, uma nova classe, a burguesia, iria denegrir as estruturas políticas da sociedade autocrática e o seu monopólio do poder político, enquanto começa a emergir, na terminologia de Jurgen Habermas (1989), um “espaço público” com os cafés em cidades como Londres e Paris, num total de mais de 2000 cafés na capital inglesa no início do século XVIII.

Na obscuridade do poder absoluto, Milton escreve uma crítica feroz contra a existência da censura. Milton argumenta que só a apresentação de todos os

lados de uma questão poderá permitir a sua compreensão. Para Milton, entre o que é a verdade e o que é falso, a verdade irá sair triunfante. Na Inglaterra, a censura seria abolida em 1695, e a completa eliminação de controle da reportagem parlamentar, em 1771. Na França, a luta contra a censura seria um dos objetivos da revolução de 1789, havendo, no entanto, fortes ataques e mesmo supressão das liberdades fundamentais ao longo do século XIX.

O filósofo inglês John Locke defendeu na sua obra principal, *Two Treatises on Government*, publicada em 1690, o direito da revolução. Segundo Locke, as pessoas têm o direito, mesmo o dever, de revoltar-se contra os líderes tirânicos. Locke avança com a ideia do contrato em que os governantes atuariam com base no consentimento dos governados. O homem dava à sociedade civil a autoridade de limitar as suas liberdades no interesse do bem comum, através da maioria (entendido por Locke como a maioria dos “homens com propriedade”).

No século XVIII, a elaboração de uma nova teoria de governo recebe as contribuições de outros escritores. Charles-Louis de Secondet, o Barão de Montesquieu, publica o livro, *The Spirit of Laws*, em 1748, onde exprime meio século antes as ideias que constituirão a base para um documento chave da Revolução francesa, a Declaração dos Direitos do Homem. Para Montesquieu, a melhor forma de governar era a que permitia a cada cidadão prosseguir a riqueza e o poder com o mínimo de constrangimento. Para Montesquieu, a liberdade de expressão era fundamental. A República seria, para o autor, a melhor forma de governo. Boas leis podiam garantir o triunfo da justiça e da liberdade, mas era possível a degeneração, ou seja, a transformação da república na ditadura da multidão. Assim, Montesquieu defendeu a importância de dois fatores: a educação e a divisão do poder. Escreve Montesquieu: “Se não se quiser abusar do poder, as coisas devem ser dispostas de modo a que o poder controle o poder”.

Outra contribuição veio de Jean-Jacques Rousseau, cujo famoso livro, *Contrato Social*, seria publicado em 1762. O livro começa com estas palavras: “O Homem nasceu livre mas está por todo o lado preso com correntes”. O conceito básico que Rousseau avança é o de *volonté générale* que representa o “interesse público”. Escreve Rousseau:

Por si mesmo o povo será sempre bom, mas de modo algum o vê sempre por si mesmo. A Vontade Geral tem sempre razão, mas o julgamento que a guia nem sempre está informado... A

informação pública leva à união da compreensão e da vontade no corpo social.

Com Rousseau, o termo “opinião pública” ganha claramente um sentido político que seria desenvolvido nos inícios do século XIX pelos filósofos ingleses, Bentham e Mills.

Outro contemporâneo de Rousseau, François-Marie Arouet de Voltaire, avançou três conceitos fundamentais na sua obra de mais de 50 volumes: 1) o conceito de tolerância; 2) a autoridade da lei; e 3) a importância da liberdade de opinião. A sua mais famosa citação reza assim: “Posso ser contra aquilo que tu dizes, mas bater-me-ei até à morte para que o possas dizer”.

Impulsionada pelas revoluções americana (1776) e francesa (1789), a liberdade torna-se um princípio sagrado. Reza o artigo 11 da Declaração do Homem e do Cidadão, aprovada em agosto de 1789:

A livre circulação de pensamento e opinião é um dos direitos mais preciosos do Homem. Todos os cidadãos podem portanto falar, escrever e publicar livremente, exceto quando forem responsáveis pelo abuso dessa liberdade em casos bem determinados por lei.

O Marquês de Mirabeau defendeu a declaração nos Estados Gerais, onde afirmou:

Que a primeira das vossas leis consagre para sempre a liberdade de imprensa. Esta é a mais intocável, a mais incondicional liberdade – sem a qual as outras liberdades nunca poderão ser asseguradas.

## **O “Quarto Poder” e a democracia**

A retórica da liberdade não apagava uma visão muito crítica da imprensa que vigorava no início do século XIX, largamente associada à ligação entre os jornais e a propaganda política. Como iremos ver mais adiante, a imprensa era identificada com demagogos, fanáticos, ou, simplesmente, escritores de terceira categoria. A atitude do poder político, ainda largamente um poder autoritário, era de antagonismo, bem ilustrado pelo comentário do Ministro dos Negócios Estrangeiros do governo alemão, Mitternich, em 1819, sobre a imprensa:

Todos os governos alemães chegaram à conclusão de que... a imprensa serve um partido antagonista de todos os governos existentes... traz consigo o mal inominável, ao denegrir toda a autoridade, ao questionar todos os princípios, ao tentar reconstituir todas as verdades... Estes jornais servem um partido que trabalha imperturbavelmente para a destruição de tudo o que existe na Alemanha... não há palavra melhor para indicar a atividade destes jornais que conspiração (citado em O’Boyle, 1968:306).

Leonor O'Boyle escreve que esta atitude dos governos envolvia um certo paradoxo, porque os jornalistas eram temidos como perigosos revolucionários, mas ao mesmo tempo “desprezados como escritores de segunda categoria que não representavam ninguém” (O'Boyle, 1968:306-7).

Este “maior poder da nação” tinha sido designado como o “Quatro Poder” anteriormente, no mesmo século, por um deputado do Parlamento inglês, McCaulay, que um dia apontou para a galeria onde se sentavam os jornalistas e os apelidou o “Quarto Poder” (tradução do termo inglês *Fourth Estate*) (Boorstein, 1971:124). No ano de 1828, ainda sobre a influência da Revolução Francesa, quando McCaulay se referiu-se ao “quarto” *état* (o termo francês para *estate*) ou “poder”, tinha como quadro de referência os três *états* da Revolução Francesa: o clero, a nobreza e o *troisième état*, que engloba os burgueses e o povo. No novo enquadramento da democracia, com o princípio de “poder controla poder” (*power checks power*), a imprensa (os *media*) seria o “quarto” poder em relação aos outros três: o poder executivo, o legislativo e o judicial.

O novo designado “Quarto Poder”, a imprensa, o jornalismo, necessitava de uma legitimidade para tranquilizar os receios, justificar o seu lugar crescente na sociedade, e dar cobertura a um negócio rentável. Encontrou essa legitimidade nos intérpretes convincentes e influentes da teoria da opinião pública. O conceito de opinião pública foi um produto das filosofias liberais de finais do século XVII e XVIII e, sobretudo, as teorias democráticas do século XIX. Mas é particularmente nas ideias dos “utilitaristas ingleses” do século XIX que a imprensa iria encontrar uma série de argumentos para combater a imagem de uma força perigosa e revolucionária que alguns políticos queriam impor. Segundo Bentham, a opinião pública era uma parte integrante da teoria democrática do Estado. A opinião pública era importante como instrumento de controle social. Numa opinião pública esclarecida, podíamos encontrar um tribunal que reunia “toda a sabedoria e toda a justiça da nação”. Mas como é que esta opinião pública ia ser alimentada com os ingredientes necessários para que pudesse tomar as suas decisões? Como podia esta opinião pública exprimir-se?

Para Jeremy Bentham, a resposta era simples: a imprensa. Segundo o historiador George Boyce, a imprensa atuaria como um elo indispensável entre a opinião pública e as instituições governantes (Boyce, 1978:21). Os jornais

eram vistos como um meio de exprimir as queixas e injustiças individuais e como uma forma de assegurar a proteção contra a tirania insensível. Portanto, a legitimidade jornalística está na teoria democrática e, segundo os seus teóricos, assenta claramente numa postura de desconfiança (em relação ao poder) e numa cultura claramente adversarial entre jornalismo e poder. Assim, James Mill escreve em 1821:

É tão verdadeiro que o descontentamento do povo é o único meio de remover os defeitos dos governos vivos, que a liberdade de imprensa, o instrumento principal para criar descontentamento, é, em todos os países civilizados, visto por todos exceto os adeptos do mau governo como uma segurança indispensável e a maior salvaguarda dos interesses da humanidade.

Com a legitimidade da teoria democrática, os jornalistas podiam salientar o seu duplo papel: como porta-vozes da opinião pública, dando expressão às diferentes vozes no interior da sociedade que deveriam ser tidas em conta pelos governos, e como vigilantes do poder político que protege os cidadãos contra os abusos (históricos) dos governantes. Pareciam deste modo ser qualquer coisa como um tipo de autoridade eleito pelo povo para apresentar as necessidades populares ao governo: o radical Johann Wirth pensava que os jornalistas deveriam efetivamente ser eleitos e pagos pelo povo (O'Boyle, 1968:306).

Segundo Leonor O'Boyle, os governos, no entanto, acreditavam que os jornalistas fabricavam a opinião pública em vez de a expressar. Aos seus olhos, os jornalistas eram essencialmente personagens políticas subversivas, uma mão-cheia de homens sem princípios que agitavam a instabilidade social por motivos baixos de proveito económico e promoção pessoal.

Em França, Pierre Royer Collard pensava na imprensa como um “quarto poder” no estado, exercendo algumas das funções antes associadas às corporações do “*Ancien Regime*”; os jornais verificavam o poder do governo central tal como os parlamentos o haviam feito antes. Deste ponto de vista, a liberdade de imprensa era não só uma liberdade mas também um poder, na medida em que a imprensa equilibrava os outros poderes na sociedade (O'Boyle, 1968:296). Outro escritor, René de Chateaubriand, explicou as relações entre opinião pública e governo, estabelecendo que as câmaras existam para julgar os interesses particulares da França, enquanto que a nação fazia os seus julgamentos por meio da imprensa. Uma imprensa livre parecia ser uma

parte necessária do governo representativo. Sem ela, o governo e o povo não se compreenderiam um ao outro. Escreve Chateaubriand:

Nas discussões que necessariamente se levantam entre o ministério e as câmaras, como poderia o público saber a verdade se os jornais estivessem sob censura do ministério, isto é, sob a influência de uma das partes interessadas? Como poderiam o ministério e as Câmaras conhecer a opinião pública, que constitui a vontade geral, se essa opinião não se podia expressar livremente? Eleições livres exigem uma imprensa livre. Só a imprensa poderia exercer um controle do governo num período no qual as Câmaras não estão em sessão (citado em O'Boyle, 1968:296).

Outro influente filósofo do início do século XIX foi James Mills. Mills defendeu a quase absoluta liberdade de imprensa e preconizava um papel importante para ela. Deveria ser um instrumento de reforma da sociedade, aliás o principal instrumento para obrigar o governo a efetuar as reformas sociais. Estipulando claramente uma relação “litigiosa” (*adversary*) entre governo e o “Quarto Poder”, Mills defende que os jornalistas devem também ser “agitadores”. Escreve Mills em 1831:

O povo, para estar no seu melhor estado, deveria parecer pronto e impaciente para entrar em ação, sem na realidade entrar. A imprensa, que é o nosso único instrumento, tem neste momento a efetuar a mais delicada e exaltante função que algum poder teve até agora que desempenhar neste país.

Mais adiante, iremos ver como a definição da imprensa como “contrapoder” conquistou um lugar mítico na cultura jornalística.

Assim, o jornalismo, o designado “Quarto poder”, e a democracia constituíram-se em simbiose. Alexis Tocqueville escreveu que a soberania do povo e a liberdade de imprensa eram coisas absolutamente inseparáveis. O terceiro Presidente dos Estados Unidos, Thomas Jefferson, afirmou: “Não há democracia sem liberdade de imprensa”. E num artigo publicado no *Edinburg Review* em 1855, a imprensa é descrita na seguinte maneira: “O instrumento por meio do qual a inteligência agregada da nação os critica e controla a todos. É na verdade o ‘Quarto Poder’ do Reino”.

## **O novo jornalismo**

Por um lado, a teoria democrática apontava para que o jornalismo cumprisse um duplo papel: 1) com a liberdade “negativa”, vigiar o poder político e proteger os cidadãos dos eventuais abusos dos governantes; 2) com a liberdade “positiva”, fornecer aos cidadãos as informações necessárias para o

desempenho das suas responsabilidades cívicas, tornando central o conceito de serviço público como parte da identidade jornalística. Por outro lado, a comercialização da imprensa torna o jornalismo mais independente dos laços políticos e transforma a atividade também numa indústria onde um novo produto – as notícias como informação – é vendido com o objetivo de conseguir lucros. A nova ideologia pregava que os jornais deveriam servir os leitores, e não os políticos, pregava que traziam informação útil e interessante aos cidadãos, em vez de argumentos tendenciosos em nome de interesses partidários, pregava fatos e não opiniões.

O novo jornalismo veio na forma da chamada *penny press*, nome que vem do fato de que, perante o preço estabelecido ou comum de seis centavos, o preço desta nova imprensa foi reduzido a um centavo. Com o objetivo de aumentar a circulação, atingindo pessoas que normalmente não compravam um jornal por razões econômicas, o baixo preço destes jornais tornava-os acessíveis a um novo leque de leitores. Há assim um novo conceito de audiência: 1) um público mais generalizado e não uma elite educada; 2) um público politicamente menos homogêneo.

Com o desenvolvimento da *penny press* nos anos 1830-1840, exemplificado com o aparecimento de novo títulos como com *The Sun* nos Estados Unidos (Nova Iorque) em 1831; *Presse* na França (Paris) em 1836 e *Diário de Notícias* em Portugal (Lisboa) em 1864, surgiu um novo jornalismo que privilegia informação, e não propaganda, distinção que era vista como pressupondo um novo conceito de notícia onde existiria a separação entre fatos e opiniões. É precisamente esta ideia que a chamada *penny press* dinamizou, efetuando assim a mudança de um jornalismo de opinião para um jornalismo de informação.

Um dos mais ardentes defensores deste novo jornalismo foram as agências de notícias, que aparecem nos anos 1830-1860, com a *Agence Havas* na França em 1836, a *Associated Press* nos Estados Unidos em 1844, e a *Reuters* na Inglaterra em 1851. Em 1856, o correspondente em Washington da agência noticiosa *Associated Press* pronunciou o que ia ser a bíblia desta nova tradição jornalística: “O meu trabalho é comunicar fatos: as minhas instruções não permitem qualquer tipo de comentários sobre os fatos, sejam eles quais forem”. A influência do “novo jornalismo” atravessou fronteiras, como iremos ver mais adiante. Em 1889, no prefácio do anuário da imprensa francesa, o autor

Edouard Locroy escreveu:

A informação, a notícia exata ou inexata, toma um lugar cada vez mais considerável nas colunas dos jornais, e o estilo telegráfico tende cada vez mais a substituir o dos mestres. ‘Americanizamo-nos’ todos os dias... A imprensa sofre uma transformação completa. O leitor exige a brevidade acima de tudo... E sobretudo nada de doutrinal Nada de exposição de princípios”.

O surgimento deste novo jornalismo não ocorre de forma isolada e divorciada no contexto social e intelectual. Surgiu no século XIX, como escreve Todd Gitlin (1979:28), “um vasto movimento intelectual em direção à distanciação científica e à separação cultural dos fatos do valor”. Assim, é no século XIX, em que o positivismo é reinante, que todo o esforço intelectual, tanto na ciência como na filosofia como ainda, mais tarde, na sociologia e outras disciplinas, ambiciona atingir a perfeição de um novo invento, invento esse que parecia ser o espelho há muito desejado, cujas imagens eram reproduzíveis, cuja autoridade era incontestável – a máquina fotográfica. Escreveu Samuel Morse: “Eles (os daguerreótipos) não podem ser chamados cópias da natureza, mas sim pedaços da própria natureza”. Outro escritor da época argumentava que “a verdade” da fotografia “[...]eleva-se alto, acima de toda a linguagem, pintura ou poesia. É a primeira linguagem universal, dirigindo-se a todos os que têm imaginação” (citado em Schiller, 1979:49).

O realismo fotográfico tornou-se assim o farol orientador da prática jornalística, como podemos verificar num texto escrito em 1855:

Porque um repórter deve ser uma mera máquina que repete, apesar de uma orientação editorial. Ele não deve conhecer nenhum dono mas só o seu dever, e esse dever é o de fornecer a verdade exata. A sua profissão é superior, e nenhum amor por lugar ou popularidade deve desviá-lo de fornecer a verdade na sua integridade. A política do jornal tem sido de reportar *ipsi verbis*.

Neste novo jornalismo na era do positivismo, vive-se um culto dos fatos. Como afirmou o que podemos chamar um ideólogo deste novo jornalismo: “O comentário é livre, mas os fatos são sagrados” (citado por Elliott, 1978:188). Podemos encontrar um claro sinal deste culto dos fatos na literatura – o surgimento de um novo gênero literário e assim o aparecimento de uma nova personagem na literatura. “Elementar”, diria Sherlock Holmes ao Doutor Watson, “é o detetive.”

No jornalismo apareceu também, de uma forma crescente, uma nova figura que iria ocupar um lugar mítico e mesmo romântico na profissão emergente: o repórter. E era para esse mundo dos fatos que esta nova figura do campo

jornalístico – o repórter – fazia um esforço supremo: a respiga e a montagem dos fatos. E este esforço tentava transformar o jornalismo numa máquina fotográfica da realidade, ou seja, na sua ideologia profissional, o espelho da realidade. A caça hábil dos fatos dava ao repórter a categoria comparável à do cientista, do explorador e do historiador. Posteriormente, iria emergir uma nova forma jornalística baseada num trabalho exaustivo dos fatos: o jornalismo de investigação.

A seguinte citação do século XIX traduz bem o sentimento dominante da época: “O mundo cansou-se de pregadores e sermões. Hoje o mundo pede fatos. Está cansado de fadas e anjos, pede carne e sangue”. Duas das palavras-chaves eram a palavra “observar” e a palavra “lente”. Estas palavras exprimiam bem o sentimento do quão realistas a notícia do jornal, o artigo de revista, e mesmo o romance, podiam ser, deveriam ser, fotograficamente fiéis à vida real (Schudson, 1978).

A obsessão pelos fatos acompanhou uma crescente obsessão com o tempo e uma maior orientação por parte da imprensa para os acontecimentos. O impacto tecnológico marcou o jornalismo do século XIX como iria marcar toda a história do jornalismo ao longo do século XX até o presente, apertando cada vez mais a pressão das horas de fechamento, permitindo a realização de um valor central da cultura jornalística – o imediatismo. De novas edições dos jornais no mesmo dia à quebra da programação televisiva anunciada com boletins, novos avanços tecnológicos nas últimas décadas do século XX tornaram possível, de longa distância, atingir o cúmulo do imediatismo – “a transmissão direta do acontecimento”.

Como já tivemos a oportunidade de sublinhar, o advento do telégrafo no século XIX ligou o jornalismo mais à atualidade e criou diversões e demarcações adicionais, tornando possível noticiar de mais sítios e, acima de tudo, permitindo ao jornalismo operar dentro de um novo tempo: o “presente instantâneo”, como escreveu Anthony Smith. O impacto do telégrafo no jornalismo foi significativo porque consolidou tudo o que a *penny press* tinha posto em movimento: 1) permitiu que os jornais funcionassem em tempo real; 2) ajudou a fomentar a criação de uma rede mais vasta de pessoas empregadas integralmente no trabalho de produzir informação, nomeadamente as agências de notícias, que rapidamente alargaram ao nível internacional a sua cobertura

jornalística, num processo continuado até hoje na globalização do jornalismo; e 3) introduziu alterações fundamentais na escrita das notícias, nomeadamente a utilização duma linguagem homogeneizada, rápida, de fatos escassos, numa palavra, telegráfica.

As notícias tornaram-se mais orientadas para o acontecimento, o que não é dizer que o anterior jornalismo não noticiava acontecimentos; mas o conteúdo dominante dos jornais começou a concentrar-se em acontecimentos, por oposição a opiniões políticas.

### **Velhos conceitos do que é “notícia”**

Para além do culto dos fatos, porém, a nova imprensa, liberta do conceito de porta-voz partidária, voltava a oferecer aos leitores uma maior diversidade de informação, contada de uma forma mais sensacionalista. O sensacionalismo foi, quando muito, predominante nas publicações na Europa do século XVIII que precederam o jornal. O autor britânico Matthew Engel (1996) descreve que as publicações na Inglaterra nessa altura desta forma: “Assuntos carnavais e pecados secretos eram o tema dos jornais populares de domingo”. E uma quadra britânica do século XIX sobre o jornalismo reza assim: “Faz cócegas ao público, fá-lo sorrir; quanto mais faz cócegas, mais ganhas; ensina o público, nunca será rico; vives como um mendigo, e morres na valeta”.

O novo jornalismo oferecia uma velha receita das “notícias”.

De novo, lembrando as palavras de Cícero, viajamos ao passado. Desta vez para o momento em que Cícero viveu: a época Romana. Durante suas longas ausências de Roma, Cícero recebia “notícias” sob a forma de cartas do seu amigo Caelius. Não podia ir ao quiosque comprar o jornal local porque não havia jornais há 2.000 anos. Numa carta Caelius escreveu a Cícero: “Não aconteceu absolutamente nada de novo a não ser que queiras que as ninharias que se seguem – e tenho a certeza que queres – te sejam descritas numa carta” (citado em Stephens, 1988:12).

O que segue era uma coleção de “notícias” sobre casamentos, divórcios e adultério entre romanos proeminentes. Durante a Idade Média, uma “folha volante” – uma forma pré-industrial do jornal moderno – para o czar russo continha “curiosas”, definidas como uma combinação do estranho e do bizarro. No ano da morte de William Shakespeare, em 1616, dos 25 “livros

noticiosos” publicados na Inglaterra nesse ano, quase um terço é dedicado às “pessoas importantes”, como a Rainha Isabel; um outro terço dedicado aos assassinios, e o último terço, a uma variedade de assuntos.

Assim, é preciso estar atento às qualidades mais permanentes das notícias. Como iremos sublinhar mais adiante, os padrões básicos do que é notícia, como aponta o historiador Mitchell Stephens, revelam enormes semelhanças. Escreve Stephens (1988:34):

Podemos imaginar um sistema noticioso que desdenhasse o raro em favor do típico, que ignorasse o proeminente, que dedicasse tanta atenção ao datado quanto ao atual, ao legal como ao ilegal, à paz como à guerra, ao bem-estar como à calamidade e à morte.

Mais liberto do paradigma dos jornais como armas políticas, com a *penny press*, houve uma maior diversidade de informação. Devido ao objetivo de querer mais leitores, houve a necessidade de obter uma melhor utilização econômica do espaço do jornal, ainda muito limitado. Era importante assegurar que o espaço usasse matéria que interessasse às pessoas. Com a maior diversidade nos assuntos abordados, para além das notícias sobre a política e o estrangeiro, houve espaço nos jornais da *penny press* para publicar notícias sobre os tribunais, a polícia, os acontecimentos da rua, os acontecimentos locais. Apareceu também, sobretudo no fim do século XIX, uma torrente de jornalismo sensacional.

## **Uma nova empresa jornalística**

No primeiro jornal norte-americano, que surgiu em 1690, o Diretor prometeu que o jornal iria fornecer notícias regularmente... isto é, uma vez por mês. O Diretor explicou que o jornal poderia aparecer com maior frequência “se acontecer algum excesso de ocorrências”. O diretor continuou: “A responsabilidade pelo fabrico de notícias era inteiramente de Deus, ou do Diabo”.

Com o novo jornalismo, desenvolveu-se a ideia de que competia ao próprio jornal andar atrás da “notícia”; era preciso encher o jornal com notícias que poderiam interessar os leitores. Para responder à procura, a própria empresa jornalística teve que crescer, empregando mais pessoas para a produção de notícias. Assim, emergiu uma nova figura no jornalismo – o repórter. O repórter tornou-se uma ocupação integral no jornalismo.

Inicialmente, a figura do repórter tinha pouco prestígio dentro da atividade. Uma primeira definição na Inglaterra encarava o repórter como alguém que “[...]vê como seu dever tomar notas do desenvolvimento dos acontecimentos e que tem o estranho hábito de considerar os fatos como fatos” (Faucher, citado em Chalaby, 1996:309).

Quatro décadas mais tarde, uma definição no dicionário *Larousse* ainda continha conotações negativas, mas, como iremos ver no capítulo 3, a atividade geral de jornalismo tinha pouco prestígio social. No entanto, a figura do repórter iria ganhar um lugar de prestígio dentro da profissão emergente e a contratação de mais repórteres seria a tendência geral ao longo do século, com a especialização dos repórteres em situações cada vez mais diversas, como o correspondente especial, ou o correspondente de guerra.

A emergência do correspondente especial e, em particular, a emergência do correspondente de guerra iria ter lugar na segunda metade do século XIX. De fato, a Guerra Civil norte-americana seria um dos primeiros conflitos de guerra que teria uma cobertura jornalística extensiva, com o envio de mais de 60 correspondentes por parte do *New York Herald* e 20 por parte do *New York Times* e do *New York Tribune* (Stephens, 1988:248). Entre os jornais britânicos, *The Times* tinha o departamento de assuntos estrangeiros mais desenvolvido, com quase 20 correspondentes estrangeiros em 1857, enviando correspondentes à China durante dois anos nessa época (Chalaby, 1996). O jornalismo francês foi mais lento no seu desenvolvimento, sendo o jornal *Le Temps* o primeiro a criar uma pequena equipe de correspondentes nos anos 1870.

Com a expansão da imprensa, as empresas jornalísticas eram empresas cada vez maiores, mais complexas, mais burocráticas, com uma crescente divisão do trabalho. A estrutura da indústria tomou forma a partir de uma divisão do trabalho entre departamentos e a emergência de numerosas posições jornalísticas. Como escreve Michael Schudson (1989), as funções de gestão, editoriais e de reportagem foram diferenciadas à medida que os repórteres eram empregados para não fazer mais nada a não ser recolher e escrever notícias. Mas o grande profissionalismo destes primeiros jornalistas era ainda pequeno (Schudson, 1983:9). Houve um processo de crescente burocracia. Os departamentos comercial e editorial ficaram mais claramente demarcados.

Surgiu uma nova dependência da publicidade – construiu-se uma base financeira mais sólida ao mudar a venda de publicidade para um custo à linha e ao organizar um sistema eficiente de distribuição baseado em transportadoras e vendas de rua. O papel do tipógrafo divergiu do de diretor, e outros papéis ficaram mais definidos. Na França, uma redação de 10 a 20 jornalistas representava a norma para os jornais franceses na década de 1880; no início do século XX, depois de anos de expansão, as redações dos jornais de grande expansão tinham entre 50 a 100 jornalistas. Entre 1880 a 1900, os custos salariais do jornal *Le Petit Parisien* triplicaram (Delporte, 1999:99).

## **Novas práticas e formatos jornalísticos**

A divisão do trabalho alimentou a emergente profissão de jornalista (Schiller, 1979:46). No caso do repórter – uma nova figura que aparece no século XIX na paisagem jornalística –, desenvolveu-se a nova técnica da estenografia, que transformou o trabalho de reportagem numa espécie de ciência. Segundo Smith, a estenografia foi

[...]a primeira de uma longa série de técnicas jornalísticas que a princípio pareceu prometer ao leitor a recuperação completa de alguma semelhança com a realidade”. Acrescenta: “Ao apresentar ao leitor a ipsissima verba de um discurso, parecia de início que a reportagem era capaz de fornecer um verdadeiro espelho da realidade (Smith, 1978:161).

No caso da cobertura da Guerra Civil norte-americana (1861-1865) por parte da imprensa, a presença de repórteres tornou a guerra mais acessível. Ao acompanhar as tropas durante a Guerra Civil, os leitores tiveram acesso a notícias de batalhas, do desempenho dos generais, das estratégias militares, da vida nos acampamentos e do comportamento das tropas. E os jornalistas utilizaram novas técnicas no seu trabalho, como a descrição das testemunhas e dos cenários. Os repórteres recorrem cada vez mais à técnica de entrevistar as pessoas na obtenção dos fatos. A técnica da entrevista foi utilizada pela primeira vez por um dos primeiros jornais da nova *penny press*, *The New York Herald*, numa reportagem sobre um crime que teve lugar num bordel, com uma entrevista com a proprietária do negócio. Depois da Guerra Civil norte-americana, a utilização da entrevista tornou-se vulgar. Outra técnica nova no trabalho jornalístico, o recurso a fontes múltiplas, tornou-se uma prática estabelecida.

Não só as peças noticiosas incluíam cada vez mais fontes múltiplas, apresentando uma diversidade de pontos de vista no mesmo artigo, como também os jornalistas demonstraram ainda mais agressividade na obtenção de elementos informativos: a prática dos correspondentes do Norte durante a Guerra Civil norte-americana, de viajar disfarçados no Sul para evitar serem detectados, forneceu um modelo para o “jornalismo de disfarce” que se desenvolveu nos anos de 1880. (O primeiro artigo desse tipo foi publicado no jornal de Joseph Pulitzer, *New York World*, com o título “Inside the Madhouse”, e era uma reportagem sobre um hospício). Outro importante desenvolvimento, demonstrativo do crescente poder da imprensa, seria o surgimento do jornalismo de investigação, com os chamados jornalistas *muckrakers* no fim do século XIX e início do século XX.

A utilização de testemunhas oculares, o desenvolvimento da reportagem, com a utilização da técnica da descrição, foram algumas das inovações no jornalismo no decurso do século XIX. Mas houve também uma mudança importante no formato das notícias durante o século. À medida que as notícias começaram a ser tratadas como um produto, uma forma nascente de “empacotamento” apareceu. As notícias tornaram-se crescentemente standardizadas ao tomarem a forma a que chamamos hoje “pirâmide invertida”, enfatizando o parágrafo de abertura, o *lead*.

O estudo de Michael Schudson sobre a cobertura jornalística do “Discurso à Nação” do Presidente norte-americano ao Congresso, desde 1790 até 1978, demonstra que as formas narrativas não são um dado adquirido imutável. No estudo, Schudson demonstra que os aspectos do acontecimento que são selecionados para fazer parte da notícia também são mutáveis ao longo do tempo: a inclusão ou não de referências às reações dos congressistas, às reações na imprensa estrangeira, ao espetáculo do encontro; a utilização ou não de entrevistas; a constituição do próprio Presidente como um ator, como o ator principal; a existência de interpretações sobre o conteúdo da mensagem e de comparações com outras mensagens.

As notícias sobre o “Discurso à Nação” tomaram três formatos básicos: o registro estenográfico do discurso, de 1790 até 1850; uma cronologia e comentário sobre o acontecimento, de 1850 até 1900; e a reportagem da mensagem, com a utilização da “pirâmide invertida”, a partir de 1900. O relato

estritamente cronológico do acontecimento deu lugar a um relato em que a utilização de um *lead* se tornou uma prática corrente no jornalismo norte-americano, demonstrando o crescente sentimento de autoridade por parte dos jornalistas, a decidir quais são os elementos mais importantes do acontecimento e que merecem figurar no *lead*. A utilização da pirâmide invertida reconheceu implicitamente o jornalista como “perito”. Para Schudson (1982), essas mudanças não são um reflexo de mudanças na estrutura política, isto é, da realidade relatada; algumas mudanças no sistema político são posteriores às mudanças operadas nas convenções narrativas. Assim, já no século XX, segundo Schudson, os jornalistas norte-americanos sentiram ter o direito de analisar o significado das mensagens presidenciais, algo que também os jornalistas da televisão norte-americana mais tarde afirmariam (após uma fase inicial de dúvidas sobre o lugar da informação no novo meio).

Outra invenção do jornalismo que ocorre no século XIX, hoje banal no jornalismo, é a entrevista. Apesar da disputa histórica em torno da data da primeira entrevista (Schudson, 1994:566), a utilização da entrevista apenas começou a ser uma prática corrente nos anos 1870. Um exame do jornal *Atlanta Constitution* sugere que a utilização de entrevistas era rara no início dos anos 1870, mas tornou-se frequente no fim da década. Foi no ano de 1871 que o Papa supostamente deu a sua primeira entrevista ao jornalista Thompson Cooper do jornal *New York World* (Schudson, 1994:571). No entanto, era rara a utilização de citações diretas: uma entrevista com Karl Marx, publicada no dia 6 de setembro, só tinha citações diretas no fim.

Outro indício das mudanças que ocorrem no jornalismo foi a utilização da primeira página para colocar as notícias. Por exemplo, em 1829, um dos jornais mais vendidos em Nova Iorque pediu desculpa aos leitores por ter colocado notícias na primeira página. Escreveu o jornal:

Um certo número de artigos omitidos ontem poderão ser encontrados no exterior do jornal de hoje. Devemos requerer sempre aos nossos leitores que olhem para a nossa primeira página onde a necessidade nos compele a colocar muito do que gostaríamos que aparecesse no interior do nosso jornal (Schudson, 1983:6).

## **Uma análise comparativa da evolução do jornalismo**

Podemos identificar as mesmas tendências noutros países, com variações,

tendo em conta os fatores que tivemos oportunidade de apresentar: 1) a expansão da imprensa; 2) a sua crescente comercialização; 3) um número crescente de pessoas que ganham a sua vida trabalhando nos jornais; 4) uma crescente divisão do trabalho no jornalismo, com uma crescente especialização na profissão emergente. Escreve O'Boyle (1968:290):

Dentro dos limites deste padrão, o desenvolvimento de profissões individuais variava de país para país, e a história do jornalismo demonstra como podia um grupo profissional ter uma função e importância diferentes, consoante o tipo de sociedade em que operava. No geral, a história do jornalismo seguiu o padrão europeu ocidental de desenvolvimento profissional, na medida em que era uma resposta à crescente alfabetização, ao aumento de riqueza, e aos desenvolvimentos nas técnicas de comunicação e imprensa que chegaram com a industrialização.

Acrescenta O'Boyle (1968:290):

Por todo o lado, a figura emergente do jornalista tinha de ser diferenciada de um estatuto de pessoas educadas com pretensões de liderança social, um grupo que compreendia o artista, o professor e o líder político. Na França, na Alemanha e na Inglaterra, contudo, o processo de separação do jornalismo de atividades relacionadas tomou formas bastante diferentes. Enquanto que em cada país a ocupação combinava as *belles lettres*, a reportagem, e a agitação política, mesmo assim estes elementos seriam combinados em cada caso em proporções diferentes; a variação explica-se apenas em termos de dessemelhanças nos sistemas económicos e políticos.

As importantes lutas na Inglaterra contra a censura, a sua abolição ainda no fim do século XVII, mais de cem anos antes da Revolução Francesa, contribuíram para a expansão de uma imprensa que privilegia a informação, e não a propaganda política. A contratação de repórteres para a cobertura do Parlamento britânico era uma prática corrente na Inglaterra já nos anos 1830, com perto de 60 correspondentes que faziam a cobertura das sessões parlamentares, um número que subiu para mais de 100 em 1870 (Chalaby, 1996). A expansão da imprensa veio com o crescimento do que era designado por “imprensa respeitável”, os grandes jornais diários como *The Times*. A imprensa respeitável era ela própria um produto da industrialização na Inglaterra. Segundo O'Boyle (1968), a nova classe média formou um largo público que queria notícias políticas e económicas, de modo que foi possível a um jornal diário atrair leitores e anunciantes suficientes para se autossustentarem, sem qualquer dependência de subsídios políticos.

A comercialização tornou possível o amadurecimento da profissão de jornalista. Os grandes jornais, liderados pelo *The Times*, começaram a pagar salários elevados de modo que melhores profissionais foram atraídos por este

campo, e o repórter podia viver num nível social melhor.

Estabeleceu-se a ideia de que a primeira função de um jornal era noticiar com exatidão, e não distorcer as notícias com propósitos políticos. *The Times* recusou subsídios políticos a partir de 1803 (O'Boyle, 1968). Escrevendo sobre a história da imprensa inglesa, Philip Elliott (1978:183-184) escreve que a estenografia e o telégrafo tornaram possível a reportagem rápida e precisa. A expansão da imprensa e a especialização de funções no interior da indústria significavam que diferentes organizações, trabalhando no seu interior, tinham que lidar com um produto comum, comercializável. Escrevendo sobre a imprensa inglesa em 1851, William Johnston notava que

[...]o povo da Inglaterra em geral não tem tanto gosto pela discussão como pela informação. Interessa-se muito mais pelos fatos, ou pelo que supõe ser fatos do que pelos mais iluminados raciocínios no mundo sobre esses fatos (citado em Elliott, 1978:184).

Na Inglaterra, escrever para a imprensa também se tornou cada vez mais uma ocupação integral, em vez de acessória de outra ou de um passo a caminho de algo melhor. Levou algum tempo, certamente, antes de homens de reputação estarem dispostos a associar-se abertamente ao jornalismo (O'Boyle, 1968).

Na evolução da imprensa inglesa durante o século XIX, as inovações no jornalismo norte-americano tiveram impacto nos jornais ingleses. Houve os apelos emocionais e sensacionais da imprensa para atrair os novos leitores, e dar-lhes uma sensação do maravilhoso, da excitação e do perigo da cidade moderna. Houve a crescente ênfase na notícia, a utilização da entrevista, a presença da reportagem nas páginas dos jornais. A primeira entrevista publicada no jornal de Londres, *Pall Mall Gazette*, ocorreu em 1883; em 1884, o jornal publicou 134 entrevistas. A reportagem desenvolveu-se em parte devido ao estímulo da presença de jornalistas norte-americanos que foram atraídos a Londres para trabalhar nos jornais ingleses, especialmente naqueles que adotaram o “novo jornalismo” (Marzolf, 1984). Escreve Marzolf:

Pelos finais do século, os europeus tinham exemplos do ‘novo jornalismo’ nas suas capitais, e o estilo americanizante, com a sua ênfase na notícia, no uso extensivo da entrevista, na história de interesse humano e na reportagem investigativa, tinha também influenciado e modificado a imprensa política e elitista nesses locais. (1984:529).

Na França, o jornalismo teve maiores dificuldades na afirmação da sua autonomia, mantendo laços mais estritos com a literatura e a política. Segundo Thomas Ferenczi:

A história do jornalismo francês mostra com efeito que este apresenta dois fatores recorrentes. O primeiro é a sua ligação à literatura, o segundo a sua relação com a política. (Ferenczi, 1993:12).

#### Acrescenta Ferenczi:

A figura do militante e do escritor exerceram uma e outra uma forte influência sobre o jornalismo francês. Assim que, em fins do século XIX, este começa a emergir como força autônoma, não renega esta dupla origem (Ferenczi, 1993:13).

#### A avaliação de Ferenczi é apoiada por O'Boyle (O'Boyle, 1968:291):

Na França, o jornalista foi lento a definir um papel distinto do artista, do político e do financeiro, e a perder a reputação de venalidade e inferioridade social. A razão principal para isto era sem dúvida o estado relativamente atrasado da economia francesa, que permanecia predominantemente agrária, com uma pequena comunidade de comerciantes não muito inclinada para a inovação e mais dominada pela finança que pela indústria.

Na França, havia pouca publicidade paga, e não havia um público leitor de massas. Como consequência, os jornais franceses não conseguiam o tipo de dividendos que teria feito deles um negócio lucrativo ou até autossuficiente. Permaneciam dependentes financeiramente dos vários partidos políticos, e assim altamente politizados e partidários. Em 1858, o crítico Alphonse Karr escreveu que: “Há apenas duas espécies de jornais: os que aprovam o governo, faça ele o que fizer, e os que o condenam e atacam, faça ele o que fizer” (citado em O'Boyle, 1968:292).

Para governos sucessivos, por essa razão, a imprensa aparecia como uma força política que necessitava de mais regulamentação. Mas, escreve O'Boyle,

[...]a seu tempo, a extrema orientação política da imprensa modificou-se, embora apenas parcialmente, como resultado do crescimento econômico. A mudança chegou por causa do aumento da alfabetização e da formação de um público leitor novo que já não estava tão interessado na política, e por causa do aumento da publicidade paga, que diminuiu a dependência financeira da imprensa dos partidos políticos” (O'Boyle, 1968:293).

Como nos Estados Unidos, emergiu o “novo jornalismo” na França, sob a forma da *penny press*, com a publicação do jornal *Presse* por Émile de Girardin, em 1836. Com este jornal, Girardin pretendia fundar um grande projeto na área jornalística, que ele esperava viesse a inaugurar um novo tipo de jornalismo. O jornal custava 40 francos, exatamente metade do preço normal da época. Girardin calculava que os dividendos perdidos através do baixo preço seriam compensados por um corpo alargado de assinantes atraídos pelo baixo preço do jornal, e por uma expansão da publicidade. *Presse* abandonou os

tradicionais artigos políticos longos e substituiu-os pelas notícias de rua, moda e furos jornalísticos. No entanto, a grande novidade foi a introdução dos folhetins, uma inovação recebida com tremendo entusiasmo pelo novo público leitor, que ansiava por diversão e não estava muito interessado em política. A agitação política foi subordinada às notícias, à publicidade, e ao entretenimento, com o objetivo de conseguir a maior venda possível do jornal.

No entanto, observa O'Boyle (1968:295), os jornais franceses permaneceram “politizados e venais a um grau surpreendente através do século”. Apesar do aparecimento do jornal *Presse*, o desenvolvimento da chamada *penny press* iria ter um verdadeiro surto apenas a partir dos anos 1870 e 1880, sobretudo depois da aprovação de uma nova lei de imprensa que consagra o princípio da liberdade de imprensa com a instituição da Terceira República, em 1881 (Delporte, 1999). Depois da Revolução Francesa, a sociedade francesa estava marcada pela luta política: a Revolução Francesa tinha destruído consensos sobre questões fundamentais. Escreve O'Boyle (1968:295):

Os anos 1815-1830, e em menor medida 1830-1848, caracterizaram-se por uma imensa absorção e discussão políticas, à medida que os franceses tentavam pensar a fundo nos problemas básicos de governo e desenvolver instituições satisfatórias. Ao seu nível mais profundo o seu problema era definir o poder soberano, localizar a autoridade final na sociedade francesa... A Revolução tinha destruído o consenso nos assuntos fundamentais, e agora cada assunto específico parecia levar inevitavelmente de volta à questão dos direitos respectivos do governo e do povo, do monarca e das Câmaras (O'Boyle, 1968:295).

Para o setor mais conservador da sociedade francesa, a liberdade era uma noção perigosa. Para muitos, os jornais continuavam a ser vistos como órgãos de partidos políticos, e foi esta ligação aos partidos que os fez parecer tão perigosos e o seu controle tão importante. O perigo óbvio era que as discussões políticas na imprensa fossem conduzidas cada vez mais impulsivamente numa tentativa de ganhar leitores, ao fornecer excitação, novidade e escândalo. Um deputado francês, Baron Pasquier, disse que

[...]cada época tem o seu próprio fanatismo. Nas épocas passadas, isto tinha sido político no caráter, mas na época presente é outro fanatismo que domina – o da opinião política. ‘Onde vamos encontrar os órgãos deste fanatismo? Por quem é ele encorajado, suportado, exaltado? Quem pode negar, meus senhores, que é pelos jornais e periódicos de todos os tipos?’ (citado em O'Boyle, 1968:297).

Como iremos ver no próximo capítulo, a imagem dos jornalistas em todos os países é pouco prestigiada. Na França, na primeira metade do século XIX,

segundo O'Boyle (1968:298), a imagem do jornalista era a de um homem que era “ele próprio um fanático político ou alguém que queria explorar o fanatismo de outros para os seus próprios fins”.

Para além das ligações com a política, o jornalismo francês mantém relações bastante fortes com a literatura. Talvez nenhum outro fato ilustre tão bem a ligação entre o jornalismo e a literatura na França, do que o primeiro congresso internacional dos jornalistas em Londres, em que a delegação francesa foi conduzida pelo escritor Émile Zola já no fim do século XIX, em 1893. A identificação entre jornalismo e literatura foi um fator que explica as fortes resistências dentro do jornalismo francês às influências do “novo jornalismo”. Mas, para além do jornal *Presse*, há claros sinais da influência do “novo jornalismo”. Cada vez mais, os fatos assumem um papel importante no conteúdo dos jornais. O jornalista francês Yves Guyot estava consciente da evolução do jornalismo e dizia que a imprensa seria no futuro “um secretariado de informações e um laboratório” (citado em Ferenczi, 1993:175). Para Guyot, o jornalismo devia conquistar o primeiro lugar na procura da informação. “Não há outros mestres senão os fatos”, afirmava Guyot. “A questão é, portanto, ter fatos de primeira qualidade, de uma exatidão tão grande quanto possível. O primeiro dever da imprensa é fornecê-los!” (citado em Ferenczi, 1993:175).

Como já foi referido, pode-se ler no prefácio do anuário da imprensa francesa, em 1875:

A informação, a notícia exata ou inexata, toma um lugar cada vez mais considerável nas colunas dos jornais, e o estilo telegráfico tende cada vez mais a substituir o dos mestres. ‘Americanizamo-nos’ todos os dias... A imprensa sofreu uma transformação completa. O leitor exige a brevidade acima de tudo...E sobretudo nada de doutrina. Nada de exposição de princípios.

Já no fim do século XIX, em 1898, o jornalista Eugène Melchoir nota no jornal *Figaro* que “a curiosidade pública exige cada vez mais a informação total e rápida, à americana” (citado em Ferenczi, 1993:234). Espalha-se também a ideia de que os jornais têm por função revelar fatos escondidos ou informações incômodas tanto quanto, senão mais que, exprimir uma opinião, formular um julgamento.

Outro valor que é cada vez mais valorizado no jornalismo francês é uma escrita atraente. O jornalista francês Paul Blouet descrevia o jornalismo

americano como “a maior e mais brilhante conquista da atividade americana”.  
Acrescenta Blouet:

O jornalista americano pode ser um homem de letras, mas acima de tudo tem que possuir uma pena brilhante e gráfica, e não lhe requisitam os serviços se não conseguir escrever um artigo ou um parágrafo enérgico a partir do acontecimento mais trivial. Deve relatar os fatos, mas deve ser interessante e legível, e isto faz do jornal americano uma enorme coleção de contos (citado em O’Boyle, 1968:532).

O contraste com a França era claro para Blouet. Para Blouet, o jornalismo francês é pessoal, e os franceses querem as opiniões de escritores e diretores do jornal. O jornalista francês assina os seus artigos e é um líder de opinião. O jornalismo é considerado um ramo da literatura (O’Boyle, 1968:532). Escreve Blouet:

O jornalismo americano é o resultado natural das circunstâncias e da época democrática em que vivemos. O jornalismo não pode ser o que era quando lido por apenas algumas das pessoas da cultura. Numa democracia, o Estado e o jornalismo têm que agradar às massas. À medida que as pessoas ficam mais educadas, o Estado e o jornalismo elevar-se-ão com elas (citado em O’Boyle, 1968:532).

A influência do “novo jornalismo” foi também visível com a emergência de repórteres no jornalismo francês, embora o processo se desenvolvesse de uma forma mais lenta do que no jornalismo norte-americano ou inglês. Segundo Chalaby (1996), o caso de correspondentes estrangeiros ilustra os ritmos diferentes de desenvolvimento. O jornal norte-americano *New York Herald* estabeleceu correspondentes na Europa nos anos 1840; depois da Guerra Civil norte-americana, numerosos correspondentes estrangeiros norte-americanos podiam ser vistos nos campos de batalha, da Guerra da Crimeia ao conflito russo-japonês. O jornal inglês *The Times* tinha já constituído em meados dos anos 1850 uma equipe de correspondentes estrangeiros, e muitos dos outros diários ingleses também tinham correspondentes estrangeiros, embora em número mais reduzido do que o rival *The Times*. Em contraste, nenhum jornal francês tinha correspondentes estrangeiros antes dos anos 1870, sendo apenas dois os jornais, *Le Temps* e *Le Journal des Débats*, que tinham correspondentes estrangeiros até a Primeira Guerra Mundial (Chalaby, 1996:307).

Nas últimas décadas do século XIX, os jornais franceses começaram a empregar pessoas para as atividades ligadas à procura de notícias, utilizando o termo inglês “*reporter*” para, como escreve Chalaby (1996:309), designar “esta

nova raça de jornalistas”. A parte reservada às reportagens na maior parte dos jornais, favorecida pela modernização dos transportes e das comunicações, modifica pouco a pouco a fisionomia da imprensa. Uma primeira definição do “repórter” em 1836, palavra que vem do inglês, retratava o repórter como “uma espécie de empregado que vê como seu dever tomar notas do desenvolvimento dos eventos” e que tem o estranho hábito de considerar os fatos como fatos (Chalaby, 1996:309). O dicionário Larousse, na sua edição de 1869, ainda dava à palavra “repórter” uma conotação negativa. No entanto, na definição dada pelo dicionário Larousse nos inícios dos anos 1930, o repórter é definido como um jornalista que recolhe informação, escrevendo que o gosto do público para a informação rápida e completa deu à reportagem e ao repórter um lugar considerável no jornalismo contemporâneo (citado em Delporte, 1999:234).

Há uma multiplicação de títulos e um forte aumento de tiragens, em grande parte devido à emergência de quatro grandes títulos: *Le Petit Journal*, fundado em 1863, *Le Petit Parisien*, em 1876, *Le Matin*, fundado em 1884, e *Le Journal*, que será lançado em 1892. Escreve Ferenczi (1993:30) que, a essas mudanças quantitativas, “juntam-se as transformações qualitativas, das quais a mais espetacular e sem dúvida a mais significativa é o lugar crescente ocupado na profissão pelos repórteres”.

Num ambiente descrito pelo redator de *Soleil*, Charles Canivet, como “uma concorrência desenfreada e que iniciou uma corrida vertiginosa à informação” (citado em Ferenczi, 1993:233), o crescente protagonismo do repórter no jornalismo francês provocou críticas, tal como este comentário: “Estes repórteres que não têm um naco de memória e que não se rebaixam a tomar notas. De agora em diante dir-lhes-ei: não lido senão com repórteres que tomem notas” (citado em Ferenczi, 1993:33). Na *Gazette de Lausanne*, Edouard Rod escreve que

[...]jornalista – ou, melhor, o repórter – tende a usurpar todas as funções: conduz os inquéritos, instrui o processo, dá conselhos aos sábios e aos militares, substitui o juiz, o diplomata e o general. Em suma, é preciso que saiba tudo antes de toda a gente, que chegue primeiro a todo o lado, que tenha uma opinião que não recue perante ninguém (citado em Ferenczi, 1993:234).

*Le Matin* apareceu no dia 22 de fevereiro de 1884 como edição francesa de um jornal de língua inglesa chamado *Morning News*, fundado em Paris por dois

norte-americanos, Albert C. Ives e Samuel S. Chamberlain. É, sem dúvida, a primeira tentativa feita na França de ir até ao fundo na lógica do “novo jornalismo” e, segundo Marzolf, foi denunciada como uma “americanização” da imprensa francesa. No seu primeiro número, *Le Matin* anunciou que

[...]será um jornal que não terá nenhuma opinião política, que não estará enfeudado a nenhum banco, que não venderá o seu protagonismo a nenhum assunto: será um jornal de informações telegráficas, universais e verdadeiras (citado em Ferenczi, 1993:36-37).

Em seis meses, a nova publicação tinha uma circulação de 33.000 exemplares (Marzolf, 1984:534).

Marzolf descreve este jornal francês como um exemplo do “novo jornalismo”. Escreve Marzolf (1984:534):

*Le Matin* era americano na aparência e na sua aproximação à notícia. A primeira página apresentava cabeçalhos de várias colunas e notícias, incluindo as histórias mais recentes telegrafadas de Londres. O uso da primeira página como uma montra<sup>6</sup> de exposição de notícias, com grandes cabeçalhos e ilustrações, no entanto, não se tornaria comum nos diários europeus até ao início da 1ª Guerra Mundial.

Para um certo número de pessoas, incluindo intelectuais influentes como Émile Zola, as mudanças provocadas pelos ventos do “novo jornalismo” representam uma degradação da imprensa. Para Henri Bérenger, a crise da imprensa não é senão um aspecto de uma crise mais vasta que toca também a escola e o parlamento, as duas outras instituições-chaves da democracia. A escola, a imprensa, o Parlamento, eis os novos poderes dirigindo a França, afirma Bérenger, antes de explicar:

Cada vez mais no nosso país a opinião pública e a lei serão o que delas fizerem a escola, o parlamento e a imprensa. Ora estes três ‘poderes’ não desempenham o papel que deveria ser o seu: ‘O que deveria moralizar corrompeu, o que deveria clarificar toldou a vista, o que deveria governar desnordeou’ (citado em Ferenczi, 1993:217).

Para o cronista do jornal *Figaro*, Maurice Talmery, todo o mal vem do fato da imprensa ser ao mesmo tempo uma imprensa de dinheiro e uma imprensa democrática (Ferenczi, 1993:226).

O jornalista Albert Moise Millaud condenou o “novo jornalismo”, dizendo que ele tinha “morto a literatura” e “está a matar o jornalismo”. Escreve Millaud: “A reportagem está a insinuar-se nos jornais franceses, e esta é a última palavra em decadência literária”. Acrescenta que os leitores norte-americanos ainda estavam “na idade da ‘infância’ como leitores e precisavam

que lhes contassem ‘pequenas histórias’ em vez de grandes coisas da arte e da literatura” (citado em O’Boyle, 1968:531).

O escritor Émile Zola escreve em 1888, no prefácio do seu livro *La Morasse*:

O fluxo desencadeado pela informação transformou o jornalismo, matou os grandes artigos de discussão, matou a crítica literária, deu de dia para dia mais lugar aos despachos, aos grandes e pequenos, aos processos verbais dos repórteres e dos entrevistadores (citado em Ferenczi, 1993:31-32).

Mas, nas últimas décadas do século XIX, a crítica ao novo jornalismo é também uma crítica à liberdade. Numa série de artigos publicados na revista *Revue Bleue*, publicados em 1890, a liberdade de imprensa é descrita como excessivamente recente para não desencadear com ela excessos de todo o tipo.

Para a maioria dos observadores, tinha havido uma reviravolta deplorável, que modificou completamente a função de imprensa: de instrumento contribuindo para a formação da opinião, ei-la mudada, segundo testemunhos entristecidos, em meio de divertimento, não visando senão o baixo prazer dos seus leitores (citado em Ferenczi, 1993:215).

Apesar das resistências, no fim do século algumas vozes críticas já se mostram mais abertas aos ventos do “novo jornalismo”. Em 1894, o escritor Émile Zola já tinha mudado de opinião. Já não recusava este novo jornalismo que estimula “a investigação... sobre fatos reais e sobre os atores vivos do drama cotidiano” (citado em Ferenczi, 1993:204). Zola já não reprovava “um estilo simples, claro e forte” que, dizia, caracterizava a nova imprensa em 1894. Escreve Zola:

São ditas tantas coisas más da imprensa... mas a forma nova é a informação, e devemos ser reeducados. Todos os homens de 50 anos sentiram a falta da velha imprensa com o seu estilo lento e comedido” (O’Boyle, 1968:532-3).

O jornalismo francês sofreu enormes mudanças ao longo do século XIX, influenciado pelos ventos “do novo jornalismo”. Tentou afirmar-se como um poder de parte inteira, exercido por um corpo de profissionais que, por não ter ainda cortado todos os laços com os políticos e com os escritores, não reivindicava menos a sua liberdade de ação. E na formação do “corpo” de profissionais, processo que iremos detalhar no próximo capítulo, houve a afirmação de uma identidade profissional. August Sabatier escreve:

Porque não reconhecer que há... bons e maus jornalistas e, se o reconhecemos em teoria, porquê, aqui como ali, não procuram os bons evitar ser confundidos com os outros e defender, de uma forma legítima e privada, a dignidade de sua profissão (citado em Ferenczi, 1993:230-231).

O jornalista francês Yves Guyot foi um jornalista que percebeu o futuro poder do jornalismo. Guyot acreditava que a imprensa, considerada algumas vezes como o “Quarto Poder do Estado”, tornar-se-ia no primeiro “à medida que os governos de discussão substituíssem os governos absolutistas” (citado em Ferenczi, 1993: 175). A profissionalização era acompanhada por uma nova concepção do jornalismo que dava em princípio a prioridade à informação e não à propaganda. Sem dúvida, este sentimento de pertença a um grupo é eloquentemente evidenciado no encontro entre o pintor Claude Monet e o jornalista Gustave Geffroy:

Quando Gustave Geffroy encontrou Claude Monet pela primeira vez em 1886, em Belle-Isle-en-Mer, o pai do Impressionismo perguntou-lhe:

“O senhor também é pintor?”

“Não, tranquilize-se”, respondeu Gustave Geffroy. “Não sou senão um jornalista, mas escrevo artigos de arte num jornal que o senhor com certeza não conhece”.

“Qual?”

“*La Justice*”, responde Geffroy.

“Então”, diz Monet, “o senhor chama-se Gustave Geffroy” (citado em Ferenczi, 1993:200).

“Não sou senão um jornalista”... Após duas revoluções em que a questão da liberdade está no centro de convulsões turbulentas, a expansão da imprensa, que implicou o desenvolvimento do capitalismo, a alfabetização de cidadãos, a constituição de centros urbanos, a emergência de um novo sistema de governo, e uma constante luta em prol da liberdade e de autonomia, tornou possível o aumento do número de pessoas que se dedicavam integralmente à atividade jornalística, que, por sua vez, se orientava por novos valores, em consonância com as enormes responsabilidades sociais que o novo sistema de governo – a democracia – definia para o poder emergente, o novo designado “Quarto Poder”. Os jornalistas inventaram novas formas, novas práticas, novas técnicas, e uma série de valores que contribuíram para uma identidade profissional. Apesar da retórica empolgante acerca do papel do jornalismo na democracia, os membros da profissão em construção enfrentaram constantes ameaças, baixos vencimentos, difíceis condições de trabalho.

---

4 Em Portugal, jornalismo-em-linha (NR).

5 No Brasil, “imprensa marrom”.

6 No Brasil, vitrine. (NR)

## Capítulo 3

### **O jornalismo enquanto profissão**

**A** pesar do papel central dado à imprensa (e, mais tarde, a todos os *media*) pela teoria democrática, bem como o reconhecimento do poder do jornalismo desde a famosa referência ao “Quarto Poder” em 1828, o jornalismo tem sido, historicamente, uma profissão pouco prestigiada. O sociólogo norte-americano Michael Schudson reconhece que o jornalismo não tem tido muito prestígio historicamente. Escreve Schudson (1983:1):

O jornalismo não é uma das profissões consideradas... O jornalismo está mais bem estabelecido agora mas ainda não está entre as profissões respeitadas. Apesar dos jornalistas na Europa, nos Estados Unidos, e noutros locais se terem associado aos ricos e poderosos, nunca foram respeitados por eles.

Como apontou Max Weber, o jornalista “pertence a uma espécie de casta de párias’, que é sempre vista pela sociedade em termos dos seus representantes mais baixos eticamente” (Schudson, 1983:1). Em relação à Grã-Bretanha, o especialista na sociologia das profissões, Philip Elliott, chega à mesma conclusão. Escreve Elliott (1978:175): “Estudos acerca do prestígio associado a diferentes ocupações mostraram os jornalistas classificados entre os profissionais menos prestigiados”. O prestígio do jornalismo em França é, da mesma forma, historicamente baixo, como iremos ver na análise sobre a situação do jornalismo nestes três países: Grã-Bretanha, Estados Unidos e França.

#### **Uma atividade pouco prestigiada**

Na Grã-Bretanha, no início do século XIX, os críticos da imprensa eram tão vituperativos nos seus ataques aos jornalistas como alguns jornais o eram nos seus ataques à aristocracia (Elliott, 1978:176). Havia pouco intercâmbio entre a política e o jornalismo, em comparação com a França, um fato que alguns achavam responsável pelo estatuto e qualidade inferiores da imprensa inglesa. John Stuart Mills, por exemplo, mantinha que

[...]na França, os melhores pensadores e escritores da nação escrevem nos jornais e governam a opinião pública, mas os nossos escritores diários e semanários são os mais baixos serventes da literatura a qual, quando é um ofício, é o mais vil e degradante de todos os ofícios, porque são

necessárias mais hipocrisia e afetação, e mais subserviência aos baixos sentimentos dos outros para o exercer, que em qualquer outro negócio, de proxeneta para cima (citado em Elliott, 1978:177).

Bulwer-Lytton fez também uma análise mais geral do baixo estatuto do jornalismo. Do seu ponto de vista, tanto o baixo estatuto do jornalismo como as suas tendências antiaristocráticas explicavam-se porque “não tinham, tal como a classe média em geral, qualquer dependência dos costumes e favores dos grandes... a massa comum de escritores de jornais sendo um corpo peculiar e separado” (citado em Elliott, 1978:178).

Na França, durante muitos anos, o jornalismo não era uma “profissão”, mas uma saída ou um meio para atingir outros fins: “Espero”, escreveu Stendhal numa carta de 10 de abril de 1814, de Paris,

[...]que o senhor Conde d’Artois esteja a achar bastante embaraçoso reconciliar todas as queixas conflituosas. 30.000 nobres sem nada melhor para fazer estão a inundar a cidade em todas as diligências para exigir tudo (citado em O’Boyle, 1968:299).

Numa situação de enorme desemprego, arranjar um emprego num jornal era melhor que nada, ainda mais para pessoas letradas. Segundo O’Boyle, sob tais circunstâncias, escrever na imprensa deve ter parecido uma dádiva de Deus a muitos. O jornalismo dava algum do prestígio de uma profissão intelectual, já que requeria uma educação literária, mas não exigia um período de preparação longo e dispendioso. Podia observar-se a mesma situação por todo o lado na Europa:

Homens que eram, segundo a frase de Girardin, vítimas de uma educação universitária, homens que não tinham conseguido ser advogados, médicos, professores, voltaram-se para o jornalismo (O’Boyle, 1968:300).

Mantiveram-se na França ligações muito estreitas com a política. Escrever nos jornais era visto como um passo normal na carreira política de um homem e um meio aceito para atingir um cargo político. Na ausência de uma imprensa de massas, o jornalismo era mais visto como um primeiro passo para outras carreiras e não uma profissão de direito próprio (O’Boyle, 1968:301). Na sua monografia da imprensa parisiense, publicada em 1843, Balzac faz um ataque feroz contra o jornalismo do seu tempo. Balzac distingue dois grandes gêneros: o gênero publicista e o gênero crítico. Os publicistas? São, escreve Balzac, “todos os escrevinhadores que fazem política”. Os críticos? “São os autores impotentes tornados especialistas da literatura dos outros” (citado em Ferenczi,

1993:28). Em 1875, o *Dicionário Universal do Século XIX*, de Pierre Larousse, resume sobriamente a opinião comum:

O repórter é em geral malvisto pelo público sério, que lamenta ver a novidade tomar uma importância exagerada e expulsar do jornal o artigo sério, histórico ou crítico (citado em Ferenczi, 1993:30-31).

Segundo o historiador francês, para os homens da política e das letras os jornalistas “provocam mais vezes o desprezo que a admiração” (Ferenczi, 1993:36).

Com o desenvolvimento da reportagem, e em particular a grande reportagem, o jornalismo ganha algum prestígio. É só em fins dos anos 1880 que a grande reportagem se torna um ingrediente essencial do jornalismo em França (Ferenczi, 1993:47-48). Na virada do século, nota Bernard Voyenne, a conotação da palavra “repórter” mudou completamente. O termo, que designava “a mais humilde categoria das gentes da imprensa”, vai tornar-se “como por uma metamorfose à vista desarmada, uma das mais prestigiadas e invejadas” (citado em Ferenczi, 1993:48). Entre os grandes repórteres mais admirados figuram, bem entendido, os correspondentes de guerra. É, sem dúvida, a guerra russo-japonesa, em 1904-5, que marca a consagração do seu papel (Ferenczi, 1993:49).

No entanto, a tradição literária mantém-se viva. Escreve Pierre Giffard, diretor de um jornal:

Acreditamos que a reportagem, longe de baixar o nível do jornalismo, como se acreditou, pelo contrário, elevá-lo-á, quando a necessidade de repórteres hábeis e instruídos modificar o seu modo de recrutamento. A nossa época começa apenas a ver esta transição (citado em Ferenczi, 1993:51).

Nos Estados Unidos, os jornalistas norte-americanos eram mais bem pagos e gozavam de um estatuto mais elevado que os jornalistas europeus (Marzolf, 1984:536). No entanto, os jornalistas norte-americanos viviam situações de grande dificuldade. Em primeiro lugar, enfrentavam uma situação generalizada de péssimas condições de trabalho, a começar por vencimentos baixos. No seu estudo, Smythe indica que “há boas razões para acreditar que os repórteres não auferiam grandes somas, especialmente nos seus primeiros anos de trabalho” (Smythe, 1980:2). O jornalista ganhava, comparativamente, o mesmo que o canalizador. Mas os jornalistas não queriam comparar-se com os outros ofícios; queriam ser comparados aos membros das profissões liberais, tais como os

médicos e os advogados. Os jornais utilizavam um sistema de pagamento por espaço. Os repórteres recebiam uma taxa fixa por coluna por cada notícia que fosse impressa. Se fossem designados para uma tarefa que não se materializasse, seriam pagos a uma taxa horária pelo tempo que tivessem despendido nessa tarefa. As notícias impressas eram colocadas num *string-book*, e as polegadas por coluna eram totalizadas semanalmente (Smythe, 1980:2).

Havia igualmente uma grande insegurança de emprego. O sistema de pagamento era complementado por um sistema de emprego e de dispensa que mantinha os repórteres no medo de perder o emprego, apesar de alguns deles serem mal pagos. Por causa dos repórteres serem pagos semanalmente e serem empregados verbalmente, era fácil despedi-los quando recebiam o ordenado da semana, apesar de não terem feito nada de reprovável (Smythe, 1980:3). Os diretores tinham também lugares pouco seguros: quando Moses Koenigsberg se tornou o diretor do *Chicago Evening American* em 1903, era a 27ª pessoa a ocupar o cargo em 37 meses (Smythe, 1980:5). Para além dos baixos vencimentos e da insegurança, trabalhavam muitas horas e tinham poucas férias.

Essas condições de trabalho tinham enormes efeitos na prática jornalística. Por exemplo, o sistema de pagamento por número de linhas levavam os jornalistas a “esticar” as notícias, porque o jornalista era pago consoante o tamanho das mesmas. Este sistema de pagamento contribuía também para mais sensacionalismo nas notícias porque assegurava melhores hipóteses de publicação e, portanto, de pagamento ao jornalista.

Segundo o estudo de Smythe, muitos jornalistas norte-americanos tinham um segundo emprego, para suplementar os baixos vencimentos. Por exemplo, alguns escreviam anúncios enquanto trabalhavam como repórteres. Para além desse efeito negativo, os baixos vencimentos levavam alguns jornalistas a aceitar subornos. Por exemplo, visto que os padrões éticos não estavam totalmente desenvolvidos, alguns jornalistas complementavam os seus rendimentos colocando nomes no meio das “notícias”, incluindo nomes de produtos e de políticos, a troco de uma retribuição monetária. Há jornalistas que contam “estórias” em que métodos “não éticos”, mas considerados necessários na época para conseguir um furo, são utilizados na recolha de informação (Smythe 1980:7). Por exemplo, havia a prática de esconder as testemunhas da polícia e

da concorrência. Uma peça de teatro que se estreou nos Estados Unidos em 1926, “A Primeira Página”, posteriormente transformada em cinema pelo menos quatro vezes, inclui uma cena em que os jornalistas não hesitam em esconder o fugitivo da polícia e dos outros jornalistas na busca de um furo. Outra prática era o jornalismo de disfarce em que os jornalistas não hesitam em esconder a sua identidade como jornalista na busca de uma “estória” (ver Smythe, 1980:7).

Em Portugal, diversos fatores que já tivemos a oportunidade de sublinhar, incluindo a fragilidade das liberdades políticas, contribuíram para o fraco desenvolvimento do jornalismo e uma situação generalizada de pouco prestígio social e baixos vencimentos para os jornalistas, não só no século XIX mas durante uma grande parte do século XX. O jornalista português, Norberto Lopes, comenta os tempos em que começou a sua carreira profissional, dizendo que os jornalistas eram muito mal pagos. Num relatório sobre a situação dos jornalistas elaborado pelo Sindicato dos Profissionais de Lisboa em 1925, a situação dos jornalistas é descrita como “muito má”, com quase todos os jornalistas em situação de duplo emprego, não muito diferente à situação no país na véspera do 25 de abril de 1974. Segundo o relatório, é dito que há em Portugal, nessa altura, cerca de 300 jornalistas, dos quais talvez 30 vivem exclusivamente da profissão.

## **A profissionalização do jornalismo**

Uma forma de promover a profissionalização foi a criação de clubes, associações, sindicatos, etc. Nos Estados Unidos, na capital, Washington, foi organizado em 1867 um clube socialmente exclusivo chamado *Washington's Correspondents Club*. Em Nova Iorque, foi criado em 1873 o *New York Press Club*. Nos anos 1880, organizaram-se clubes de jornalistas nas cidades de Chicago, Minneapolis, Milwaukee, Boston, St. Paul e San Francisco. Outro clube exclusivo, o *Gridiron Press Club* foi criado em 1885. Mais tarde, em 1908, foi criado o *National Press Club*.

O mesmo processo teve lugar em Inglaterra. Em 1884, assistiu-se à criação da *Associação Nacional de Jornalistas*, rebatizada mais tarde, em 1889, com o nome de *Instituto de Jornalistas*. Inicialmente, os objetivos da Associação eram melhorar as condições de trabalho dos jornalistas, proteger a sua reputação, e ajudá-los e

aos seus dependentes em situações de dificuldade. Os benefícios da segurança social figuravam também na lista de objetivos estabelecidos quando a Associação se transformou em Instituto. Contudo, o seu principal objetivo era conseguir um estatuto profissional para os jornalistas, promovendo os seus interesses, elevando o seu estatuto social e as suas qualificações de associado (Elliott, 1978:175).

Mas, em 1906, os jornalistas assalariados, em particular os da província (o setor mais mal pago), não satisfeitos com a orientação do Instituto, criaram a *National Union of Journalists*. Desde a fundação, a sua preocupação principal tem sido proteger e melhorar as condições de vida dos seus membros. A sua estratégia principal tem sido conseguir acordos de salário mínimo para diversas categorias de jornalistas (Elliott, 1978:174).

Na França, nos primeiros anos da Terceira República, em 1881, segundo Ferenczi (1993:41), os jornalistas franceses começaram a constituir “um grupo profissional e social distinto que toma consciência de si mesmo”. É um espírito de corps que os jornalistas vão tentar, pouco a pouco, forjar no decurso das duas últimas décadas do século XIX, a fim de adquirir uma existência e uma legitimidade coletivas (Ferenczi, 1993:245). O primeiro método foi a criação de associações, uniões, fraternidades, que proliferaram a partir de 1880. Alguns exemplos são o *Sindicato da Imprensa Parisiense*, criado em 1882, e a *Associação dos Jornalistas Parisienses*, que começou a reunir aderentes em 1885, tendo 435 em 1890 e 495 em 1912. Segundo Ferenczi (1993:247), essas organizações cumpriam a função de ajudar a construir uma coesão profissional, oferecendo aos seus membros três prestações principais: a assistência médica, as licenças de circulação nas ferrovias e, sobretudo, as reformas. Uma data fulcral foi a criação, em 1918, do primeiro sindicato, que, lamenta um dos fundadores, o jornalista Clement Vautel, privilegiou as questões de natureza material.

Em Portugal, surgem algumas associações ligadas à atividade jornalística durante a segunda metade do século XIX. A *Associação de Jornalistas e Escritores Portugueses* é formada em 1880, dizendo que irá desenvolver “esforços para elevar o nível da imprensa à altura da primeira instituição social dos povos livres e civilizados”. Em 1885, é fundada a *Associação dos Jornalistas e Homens de Letras do Porto*, com uma declaração em que é dito que a associação irá “empenhar-se em elevar o nível intelectual e moral da imprensa e reivindicar a

justa consideração que lhe é devida”. Outras organizações de jornalistas seriam criadas mais tarde. Em 1896, é criada a Associação dos Jornalistas em que podiam ser membros também escritores que não faziam do jornalismo a sua ocupação habitual. A *Associação da Imprensa Portuguesa* foi criada em 1897 para “todos os trabalhadores, embora modestos, que se empregam na ingloria e, por vezes, bem mais rude fauna da imprensa periódica.” A *Associação de Classes dos Trabalhadores da Imprensa*, criada em 1904, persegue objetivos mais ligados às condições laborais e aos vencimentos. A Associação seria transformada num sindicato em 1924, mas seria necessário esperar até 1933, com o regime fascista, para a existência de uma organização nacional que reunisse todos os jornalistas de norte a sul de Portugal.

No fim do século XIX, houve outras formas de organização ao nível internacional, nomeadamente a realização de encontros internacionais, o primeiro em Londres em 1893. Um dos encontros internacionais de jornalistas teve lugar em Lisboa em 1898. No Congresso de Paris, em 1900, houve vários relatórios que fizeram referência a um “bilhete internacional de identidade dos jornalistas”, bem como à escola de jornalistas (Ferenczi, 1993:249). Nesse encontro, um jornalista defendeu a posição de que os jornalistas deviam fazer esforços para “conquistar e fortalecer o seu lugar no Estado e na sociedade”, para “elevar a sua profissão à altura de uma função pública rodeada da confiança de todos” (Ferenczi, 1993:250). Um documento explicava que a organização dos jornalistas continuava a enfrentar “uma questão prévia” que “se põe em todo o lado”: o debate entre “profissional” e “amador”.

## **O desenvolvimento do ensino universitário em jornalismo**

Outro aspecto importante no processo de profissionalização é o desenvolvimento da formação e do ensino. Os dois países em que este processo se desenvolveu mais cedo foram os Estados Unidos e a França. Nos Estados Unidos, o desenvolvimento do ensino do jornalismo começou nos anos 60 do século XIX, com a introdução formal de uma instrução jornalística no ensino superior. O General Robert E. Lee, reitor de uma universidade conhecida hoje como a Universidade de Washington e Lee, começou o treino em impressão após a Guerra Civil norte-americana. Seguiram-se-lhe outras universidades. O

Kansas State College começou a instrução em impressão em 1873, a Universidade do Missouri em 1878, e a Universidade da Pennsylvania em 1893, onde uma disciplina de jornalismo prático foi introduzida ligada ao curso de ciências políticas e sociais. A regra geral é que essas aulas eram dadas por antigos homens dos jornais. Muitos desses primeiros programas de ensino em jornalismo davam ênfase ao treino da escrita e da edição, primeiro nos departamentos de inglês, depois em departamentos independentes e escolas de jornalismo. Essa formação ao nível da licenciatura evoluiu posteriormente, no início do século XX, para a instrução a nível de Mestrado em escrita e edição em Colúmbia e noutras universidades. Durante o período de 1920 a 1940, os programas de jornalismo nos Estados Unidos estabeleceram-se numa base muito mais firme. Um certo número seguiu a norma estabelecida por Missouri em 1908 e por Colúmbia em 1912 de se tornarem escolas profissionais independentes. Outras tornaram-se departamentos independentes no interior de escolas de ciências sociais e humanas. Esta norma foi seguida na Universidade de Wisconsin, onde Willard G. Bleyer começou a dar aulas de jornalismo em 1904, e na Universidade de Minnesota, onde Ralph Casey, um aluno de Bleyer, tomou conta do programa de jornalismo em 1930. Em 1927, criou-se um programa de Doutoramento em jornalismo na Universidade de Wisconsin. Bleyer colocou o jornalismo nas Ciências Sociais e não nas Humanidades, uma decisão que teve um impacto de grande alcance no tipo de pesquisa e educação jornalística levado a cabo em muitas escolas e universidades norte-americanas nos anos seguintes. Fundamentalmente, por causa deste desvio em direção às Ciências Sociais em muitas escolas de jornalismo importantes no EUA, começou a ser dada mais ênfase às formas de observar o mundo, e de registrar e analisar sistematicamente tais observações. Foi posta mais ênfase na generalização a partir de observações específicas, especialmente no jornalismo e na pesquisa de comunicação de massas.

Desde os anos 1940, houve o desenvolvimento dos programas de Mestrado e de Doutoramento em jornalismo nas universidades norte-americanas. Em 1944, na Universidade de Minnesota, houve o estabelecimento de uma divisão de pesquisa jornalística. Outras instituições, particularmente nas universidades estaduais do interior, as chamadas *Big Ten*, estabeleceram também programas de doutoramento próprios.

Os cursos universitários em jornalismo não cessaram de crescer em número e na quantidade de estudantes inscritos desde o começo do século XX. Houve um aumento de quatro cursos universitários em 1910, para 28 em 1920, e para 54 em 1927. Esses programas deram menos de 25 licenciados por ano em 1910, comparados com 931 em 1927. Entre 1971 e 1982, o número de alunos inscritos em licenciaturas em jornalismo triplicou de um total de 36.697 em 1971 para 91.016 em 1982. Hoje em dia, há perto de 300 Licenciaturas em jornalismo no país.

Na França, o debate sobre a existência de escolas de jornalismo começou no fim do século XIX, embora continuassem a existir vozes contra a existência de escolas. Para o jornalista Leon Daudet, uma escola de jornalismo não era necessária porque “o jornalismo dependia de um dom desenvolvido pela assiduidade” (Ferenczi, 1993:257).

Em 1899, um norte-americano que vivia na França, Dick May, fundou a Escola Superior de Jornalismo, baseada no modelo da Universidade de Pennsylvania, nos Estados Unidos. Este estabelecimento foi o único do seu tipo em França; outras escolas de jornalismo não viram a luz do dia senão em 1924. Um comentarista escreve em 1914:

Não restam dúvidas de que, com a aparição, mesmo limitada, de um ensino de jornalismo, este tendia a tornar-se uma atividade profissional verdadeira e a ‘corporação’ adquiria uma legitimidade nova. Pode-se dizer que o jornalismo hoje é reconhecido como uma ciência ou uma arte, a estudar do mesmo modo que a medicina, a pintura ou a literatura (citado em Ferenczi, 1993:257).

Depois da criação da Escola de jornalismo na Faculdade Católica de Lille, em 1924, defrontavam-se três opções pedagógicas na França: os discípulos da tarimba, os defensores de uma formação profissionalizante insistindo nas aprendizagens técnicas, e os partidários de uma formação intelectual fundamental. Escreve Denis Ruellan:

A utilidade muitas vezes repetida de uma formação superior dos futuros jornalistas sublinhava o desejo de uma abertura da profissão aos melhores estudantes, mais tradicionalmente orientados para as atividades liberais e a alta administração. Esta vontade de abertura era também motivada pelo pobre nível de recrutamento da profissão antes de 1939 e a imagem assaz negativa da imprensa na opinião (Ruellan, 1993:32).

Segundo Ruellan, essa ambição atenuar-se-á fortemente durante os anos 1950-60, quando se desenvolveram as formações técnicas especializadas.

Na Grã-Bretanha, o desenvolvimento do ensino universitário em

jornalismo foi mais tardio. É particularmente surpreendente, na verdade, que em comparação com muitos outros países, o jornalismo no Reino Unido não tenha avançado mais na estrada do desenvolvimento do ensino universitário em jornalismo. Os interesses dominantes que promoveram a formação em jornalismo na Grã-Bretanha têm sido fortemente antagônicos em relação ao tipo de cursos de graduação em jornalismo de nível universitário que são dominantes nos EUA e em muitos outros países em todo o mundo (Elliott, 1978:313).

A imprensa regional, especialmente a imprensa semanária regional, constitui o mais importante campo de treinos para a indústria como um todo. Fornece um número de trabalhadores experientes aos jornais diários, às emissões locais e nacionais, ao trabalho de relações públicas. Também não tem havido grande interesse em retardar a idade de entrada no jornalismo, forçando indefinidamente mais qualificações de admissão ou educação de pré-admissão alargada, ou por outras formas incorrendo em maiores custos de formação. A indústria jornalística regional tem vindo a depender de uma força de trabalho relativamente jovem, e alguns dos semanários menores são dirigidos quase inteiramente por interinos ou diretores recentemente habilitados. Segundo o sociólogo britânico Jeremy Tunstall (1996), no fim dos anos 1960 apenas 30% dos jornalistas especializados tinham uma formação universitária.

## **O desenvolvimento de códigos deontológicos**

As preocupações deontológicas no jornalismo começaram a existir em fins do século XIX, mas são essencialmente um fenómeno do século XX. Antes desse tempo, essas preocupações eram nulas, o que foi, aliás, bem ilustrado pelo seguinte comentário feito em relação ao trabalho realizado por um jornalista inglês do Parlamento no início do século XIX:

O seu estilo é florido, e descobriu o homem de gênio. Os membros, ao examinarem o que tinham dito na manhã anterior, ficavam surpreendidos ao encontrá-lo enfeitado com metáforas e passagens de prosa estonteante, que não tinham proferido; mas estavam por vezes tão maravilhosamente redigidas que nunca encontravam defeitos nas metamorfoses, engoliam a afronta e apadrinhavam os ornamentos orientais (Elliott, 1978:179).

Segundo Schudson, os primeiros livros de ensino do jornalismo nos Estados Unidos aconselhavam os estudantes a improvisar sobre os fatos, para

oferecerem aos leitores “não apenas ‘fatos’ mas ‘colorido’”. Já tivemos a oportunidade de ver as práticas de publicidade clandestina, as situações de duplo emprego, e o sensacionalismo no jornalismo no Estados Unidos que continuaram a existir mesmo no início do século XX.

Nos Estados Unidos, o primeiro artigo localizado de crítica da imprensa que usou a palavra ética no título apareceu em 1889. O primeiro “código de conduta” localizado para jornalistas apareceu em 1890, e apesar de terem sido registradas “máximas” rudimentares e claras nos fins do século XIX, ninguém parece ter oferecido um código mais formal até 1911.

Nos anos 1840, por exemplo, Horace Greely, diretor do *New York Tribune*, estabeleceu regras regendo as contribuições dos leitores, e George W. Childs fez uma lista de 24 regras de conduta jornalística no *Philadelphia Public Ledger* após tê-lo comprado em 1864.

No entanto, o primeiro código deontológico escrito data de 1900 e era sueco, mas seria adotado apenas em 1920. Em 1918, o *Sindicato Nacional de Jornalistas* francês aprova o primeiro código deontológico. A nível internacional, a *Federação Internacional de Jornalistas* adota um código de honra profissional em 1939.

## **A emergência de um sentido de autoridade profissional**

No seu estudo sobre a evolução do formato jornalístico, Schudson (1982) demonstra de uma forma muito clara que a evolução no tratamento jornalístico da mensagem do “Estado da Nação” do Presidente norte-americano denota uma mudança significativa no desenvolvimento dos jornalistas enquanto profissionais, isto é, a crescente afirmação de uma autoridade profissional.

Segundo Schudson, os relatos da mensagem do “Estado da Nação” evoluíram do registro estenográfico à cronologia do acontecimento, à utilização da “pirâmide invertida”. Neste último formato, dominante a partir de 1900, os jornalistas já não eram os repórteres que faziam o relato estritamente cronológico da reabertura dos processos congressionais. Assume particular importância a preocupação por parte dos jornalistas no lead da notícia. É precisamente com o estabelecimento do lead como convenção que podemos identificar a crescente afirmação de uma autoridade profissional,

embora já tivessem existido outras manifestações de crescentes saberes ligados à atividade jornalística, tais como: 1) a estenografia; 2) a invenção de novos gêneros, como a entrevista e a reportagem; e 3) a elaboração de uma linguagem específica. Com a pirâmide invertida, os jornalistas, cada vez mais, tomaram como sua prerrogativa afirmar algo sobre o mais vasto sentido político da mensagem. Toma-se como certo o direito e a obrigação do jornalista de mediar e simplificar, cristalizar e identificar os elementos políticos no acontecimento noticioso. Assim, com base no exemplo norte-americano, houve a afirmação de competências e saberes específicos por parte dos membros deste grupo de pessoas que trabalhavam nos jornais. Começavam a reivindicar um monopólio de saberes, indicativo da construção de uma “profissão”.

## Capítulo 4

### **O jornalismo: ser ou não ser profissão?**

**T**alvez nenhuma outra questão tenha marcado tanto a discussão do jornalismo ocidental durante os dois últimos séculos como a de que é ou não o jornalismo uma profissão. Como escrevem McLeod e Hawley (1964:529): “Uma controvérsia jornalística recorrente tem envolvido a questão de o jornalismo ser uma verdadeira profissão ou simplesmente um emprego”.

A resposta é claramente um “Não” categórico durante a maior parte do século XIX. Em relação ao jornalismo norte-americano, o sociólogo Michael Schudson responde de uma forma também ela categórica: nos anos 1830, não havia nada a que se pudesse dar o nome de profissão de jornalismo (Schudson, 1983:5). No outro lado do Atlântico, na França, em 1842, o *Dicionário das Profissões* de Edouard Charou não menciona a profissão de jornalista. À pergunta “Será o jornalismo uma profissão?”, o *Dicionário das Profissões* respondeu de uma forma muito clara:

Não, porque o que constitui uma profissão é que uma pessoa a prepara e que terminada esta preparação, toma-a. No jornalismo, não existe nem aprendizagem, nem diploma, nem certificado. Basta haver o acordo do chefe de redação (Ferenczi, 1993:21).

No *Dicionário das Profissões* publicado em 1851 na França, o jornalismo é definido da seguinte forma.

O jornalismo não é uma profissão no sentido habitual do termo. Isto é tão verdade que ele recruta nas outras profissões, geralmente as que exigem conhecimentos gerais, a advocacia, os professores, os homens de letras ou das ciências (citado em Ruellan, 1997:25).

Ainda em 1888, Léon-Bernard Derosne escreve “Há pedreiros, notários, padeiros, soldados, comerciantes de modas; há também, de fato, homens que ganham a vida a escrever nos jornais; mas não há jornalistas” (citado em Ruellan, 1997:26).

Mas a resposta negativa à pergunta “o jornalismo é uma profissão?” continua a ser dada no fim no século XX. Mais de 100 anos depois, no 3º Congresso dos Jornalistas Portugueses que teve lugar em 1998 em Lisboa, a resposta à pergunta permanece um “não” categórico. O Presidente do *Sindicato dos Jornalistas* pronuncia-se da seguinte forma:

Nós, os jornalistas, de tanto convivermos com o poder, temos, por vezes, uma errada percepção sobre o nosso estatuto: mas não somos profissionais liberais; somos trabalhadores por conta de outrem, muitas vezes em situações precárias e sempre sujeitos a uma imensa competição, numa profissão a que se chega quando alguém nos contrata para exercê-la.

Como tivemos oportunidade de ver nos primeiros dois capítulos, a expansão da imprensa tornou possível a constituição de um grupo cada vez maior de pessoas que dedicaram todo o seu tempo a uma atividade que, exigindo divisão de trabalho, viu emergir novas figuras como o repórter. O novo grupo criou técnicas específicas e novos formatos, tornando-se “agentes especializados” que reivindicam um “monopólio de saber” – o que é notícia. O grupo esforçou-se, a partir da segunda metade do século XIX, a prosseguir diversos processos de profissionalização como a criação de associações e sindicatos, o desenvolvimento de cursos universitários e a instituição, já na virada do século XX, de códigos deontológicos. A nova figura do repórter, em particular através dos correspondentes de guerra, contribui para uma afirmação do jornalismo como profissão no fim do século XIX. A intensificação dos contatos internacionais entre jornalistas, no período entre 1894 e 1914, com a realização de congressos levou os jornalistas a reivindicar cursos universitários e a criação de uma carta internacional de identidade (Mathien, 1994:147). Assim, ainda no século XIX, um número crescente de jornalistas respondia claramente que o jornalismo é uma profissão. No congresso que teve lugar em Lisboa em 1898, Albert Bataille, jornalista no *Figaro*, defendeu que o jornalismo se tornou uma carreira, uma profissão liberal que uma pessoa podia aprender como aprendia a ser médico, advogado, professor ou engenheiro. No congresso de 1905, na cidade de Liège, Victor Taunay compara os jornalistas aos médicos. Afirmou Taunay: “Já é tempo de dizer que, do mesmo modo que para a confissão, a profissão de médico e outras, existe um segredo profissional dos jornalistas” (citado em Mathien, 1994:147).

## **O estudo da problemática das profissões**

A reivindicação, por parte dos jornalistas, de pertencer a uma profissão tem as suas raízes claramente no século XIX, e o crescente poder das profissões era também reconhecido no século XIX. Num livro publicado em 1857, *A Escolha de uma profissão*, o autor escreve:

A importância das profissões e das classes profissionais dificilmente pode ser sobre-estimada. Elas formam o topo das classes médias, mantêm o seu tom e independência, mantêm-se ao nível da sua moralidade, e dirigem a sua inteligência (citado em Banning, 1994:6).

Mas o estudo das profissões é claramente um fenômeno do século XX.

Sem ter a intenção de apresentar todas as definições que foram dadas na tentativa de estabelecer o que é uma profissão, será necessário identificar aspectos-chaves na literatura antes de examinar mais de perto a aplicação teórica ao caso do jornalismo. A primeira história e discussão do processo de profissionalização foi um artigo publicado por Abraham Flexner em 1915 (Elliott, 1972). No artigo, Flexner oferece a seguinte definição de uma profissão: 1) um sentido de responsabilidade individual; 2) uma base de ciência e aprendizagem; 3) um uso prático de conhecimentos especializados; 4) uma partilha de técnicas comuns entre o grupo; 5) uma forma de auto-organização; e 6) um sentido de altruísmo. O livro publicado pelos sociólogos M. Carr-Saunders e P. A. Wilson em 1933, intitulado *The Professions*, foi um estudo influente, que documentou a evolução do processo de profissionalização. Em 1957, Ernest Greenwood oferece uma nova definição de uma profissão, em que identifica cinco atributos fundamentais: 1) uma teoria sistemática; 2) um sentimento de autoridade por parte dos membros do grupo; 3) a ratificação por parte da comunidade dos “agentes especializados”; 4) a existência de um código ético; e 5) a existência de uma cultura profissional. Iremos examinar mais de perto os atributos de Greenwood mais adiante.

Nas décadas de 1950 e 1960, a sociologia das profissões foi uma das áreas de maior desenvolvimento, em particular na sociologia anglo-saxônica. Para compreender a literatura sobre a problemática, é preciso ter em mente que há, na língua inglesa, uma distinção entre *occupation* e *profession*, em que a primeira designa uma atividade remunerada, enquanto o termo *profession* é reservado para atividades mais prestigiadas e tradicionais, tais como a medicina e o direito. A distinção é importante para compreender uma das ideias largamente consensuais na discussão da problemática das profissões: a organização do trabalho ocorre numa linha contínua entre os dois polos vistos como “tipo ideal” na terminologia do sociólogo alemão Max Weber e não deve ser visto nos termos tudo ou nada, isto é, ter ou não todos os atributos. Na sua abordagem da questão, Greenwood é claro na sua rejeição de uma visão

simplista da questão da problemática das profissões. Escreve Greenwood (1957:45-46):

No que respeita a cada um dos atributos acima citados, a verdadeira diferença entre uma ocupação profissional e uma não profissional não é qualitativa mas sim quantitativa. Estritamente falando, estes atributos não são o monopólio exclusivo das profissões; as ocupações não profissionais também os possuem, embora em menor grau. Tal como é verdade acerca da maioria dos fenômenos sociais, o fenômeno da profissionalização não pode ser estruturado em termos de classes definidas. Antes, devemos pensar nas ocupações numa sociedade como distribuindo-se ao longo de um *continuum*.

Bernard Barber (1963:671) sublinha o mesmo ponto quando escreve que não há

[...]diferenças absolutas entre comportamento profissional e outros tipos de comportamento ocupacional mas apenas diferenças relativas com respeito a certos atributos comuns a todo o comportamento ocupacional.

Vollmer e Mills (1966) consideram uma “profissão” como sendo um tipo ideal de organização ocupacional que não existe na realidade, mas serve de modelo para a forma de organização ocupacional que resultaria de qualquer grupo vocacional tornado completamente “profissionalizado”. Para os autores, existe um linha contínua entre o tipo ideal de profissões de um lado e categorias ocupacionais completamente desorganizadas do outro. Nayman (1973) sublinha também a necessidade de colocar as profissões numa linha contínua de acordo com a posse que a ocupação tem dos critérios básicos de uma profissão.

Nos estudos do sociólogo Everett Cherrington Hughes publicados em finais dos anos 1950 e no princípio dos anos 1960, são dois os atributos de uma profissão: 1) padrões de conduta; e 2) formação especializada. Hughes defende a posição de que, na fase incipiente de profissionalização, a formação especializada não precisa estar ligada às universidades, mas a ligação entre a formação e as universidades é estabelecida numa fase posterior. Escreve Hughes (1958:134):

A seu tempo, as escolas de aprendizagem podem procurar e conseguir conexão com as universidades, algumas das quais tentam conquistar os estudantes, o prestígio e o dinheiro acordados à nova profissão.

Hughes sublinha que, no processo de mudança da sua imagem, as ocupações pretendem obter maior prestígio social com a introdução dos

estudos na sua área nas universidades.

Para Hughes, a questão de uma licença para ter acesso à profissão está ligada à formação especializada. Embora Hughes note que algumas profissões exigem uma licença para ingressar, o sociólogo é da opinião que a formação especializada pode constituir uma licença em si. Escreve Hughes (1958:15): “A escolaridade e aprendizagem padronizadas tornam-se, em caso de sucesso, efetivamente a licença para trabalhar na ocupação”.

A discussão de Hughes sobre essa questão alerta para uma visão em que a autorização implica um compromisso com a sociedade. Escreve Hughes (1959:447):

A licença, como atributo de uma ocupação, é usualmente vista como uma autorização legal específica para desempenhar a ocupação. Estou a pensar em algo mais vasto. A sociedade, pela sua natureza, consiste em parte em permitir e esperar simultaneamente que algumas pessoas façam coisas que não se permite ou espera que outras pessoas façam. A maior parte das ocupações – especialmente as que são consideradas profissões e as do submundo – incluem como parte da sua existência uma licença para se desviarem em alguma medida de certas formas comuns de comportamento. As profissões, talvez mais que outros tipos de ocupação, exigem um vasto mandato legal, moral e intelectual. Não apenas os seus praticantes, em virtude de conseguirem entrada no círculo encantado das profissões, exercem individualmente uma licença para fazer coisas que os outros não fazem, mas presumem coletivamente dizer à sociedade o que é bom e certo para ela num aspecto vasto e crucial da vida.

Para Hughes, outro atributo são padrões apropriados de conduta, isto é, a existência de códigos éticos. Escreve Hughes (1959:447):

Geralmente, se as pessoas na ocupação tiverem algum sentido de identidade e solidariedade, exigirão também um mandato que defina – não apenas para eles, mas igualmente para os outros – uma conduta apropriada no que respeita aos assuntos relacionados com o seu trabalho.

A existência de padrões apropriados de conduta, isto é, a existência de códigos deontológicos, ilustra de forma exemplar que, na emergência do campo jornalístico, a constituição da “comunidade interpretativa” implica a emergência de uma identidade profissional. É precisamente esse ponto que Hughes sublinha na sua obra sobre as profissões. Escreve Hughes (1959:447):

Eles (as pessoas na ocupação) procurarão também definir e possivelmente consegui-lo-ão, não apenas uma conduta apropriada mas até modos de pensar e de crer para todos individualmente e para o corpo social e político com respeito a uma certa área alargada de vida que creem estar no seu domínio ocupacional.

Acrescenta Hughes (1959:453):

Uma ocupação histórica é-o não porque a sua atividade seja antiga, mas porque há muito que tem um nome, uma licença, e um mandato, um lugar reconhecido no esquema das coisas. Num caso extremo, uma ocupação histórica tem um forte sentido de identidade e continuidade; uma galáxia de fundadores históricos, inovadores, e outros heróis, os santos ou deuses da profissão, e uma riqueza de eventos históricos ou lendários recordados, os quais justificam as suas exigências presentes.

A existência de uma identidade profissional implica, por sua vez, a definição de como ser jornalista e como estar na profissão, isto é, um *ethos* profissional, como é sublinhado por Hughes. Escreve Hughes (1963:657):

Estas características e exigências coletivas de uma profissão estão dependentes de uma forte solidariedade entre os seus membros, constituindo em certa medida um grupo à parte com um *ethos* próprio. Isto por seu turno implica uma dedicação profunda, para toda a vida.

Nos seus estudos sobre as profissões, Hughes sublinha outro ponto que merece uma atenção especial. Como explica Hughes, com a industrialização e a urbanização das sociedades, desenvolve-se o mundo do trabalho cada vez mais organizado, com a crescente divisão do trabalho. Para Hughes a divisão do trabalho, em termos sociológicos, é “incidentalmente técnica”. Escreve Hughes (1959:445): “Ela (a divisão do trabalho) consiste, não em componentes fundamentais de perícia ou de operações mecânicas ou mentais, mas na atribuição real de funções a pessoas”. Assim, para Hughes, o estudo das ocupações torna-se em parte um “estudo da atribuição de funções e da consequente composição de uma dada ocupação” (p. 447). A perspectiva funcionalista do estudo das profissões tem sido muito criticada, como nota o sociólogo francês Denis Ruellan. Para Ruellan (1997:140), no estudo sobre os jornalistas deve ser dada atenção à “visão do mundo e à concepção da sua própria posição no mundo social”. Assim, a chave é a definição da representação dos jornalistas, isto é, “um corpo de papéis”. Seja “função” ou “papel”, ambos os conceitos apontam para a existência de uma clara definição do que os jornalistas deveriam ser, uma definição que é partilhada tanto pelo “corpo social” como pelos membros do “grupo profissional”; e a definição é importante para a legitimidade social do jornalismo.

Outros estudos apontaram a importância do código deontológico na definição de uma profissão (Barber, 1963; McLeod e Hawley, 1964; Wilensky, 1964; Vollmer e Mills, 1966). Na discussão do código, são associados outros conceitos às profissões. Por exemplo, os conceitos de distanciamento e

imparcialidade são identificados com uma profissão. Segundo Wilensky (1964), o profissional distancia-se; nenhuma influência pessoal determina as suas ações. Outro conceito é o universalismo: todos os clientes são tratados de igual maneira, de uma forma profissional (Hughes, 1963:660). O profissional deve fornecer serviço a quem quer que o requeira, independentemente de idade, rendimento, parentesco, ideologia política, raça, religião, sexo e estatuto social do cliente. Parsons chama a este elemento na conduta profissional o “universalismo”. No caso do jornalismo, este conceito apontaria para a publicação de uma notícia sobre a corrupção, seja qual for a cor política dos infratores (Hughes, 1963:660).

Outro conceito importante é a autonomia e a independência. Segundo McLeod e Hawley (1964), é dado a uma profissão um leque alargado de autonomia. Elliott escreve que uma crença na liberdade e autonomia profissional no local de trabalho é um dos aspectos importantes das profissões. Escreve Elliott (1972:104): “A ideologia do profissionalismo tem sempre mantido que o praticante deveria ter independência e autoridade quando lida com um cliente”.

Outro conceito ligado às profissões, muitas vezes ligado aos códigos éticos, é a ideia de serviço ao interesse da comunidade (Barber, 1963; McLeod e Hawley, 1964; Elliott, 1972). Barber (1963) afirma que uma orientação primordial para o interesse da comunidade, e não o interesse próprio, é um dos atributos essenciais de uma profissão. Para Wilensky, para além do saber especializado, que considera um atributo importante de uma profissão, a existência de normas é outro atributo, no qual há uma aderência a um ideal de serviço. Na opinião de Wilensky (1964:140), uma “devoção aos interesses do cliente deveria guiar as decisões mais do que lucros pessoais ou comerciais”. Para Elliott, a noção de serviço é um dos aspectos fundamentais do “ideal profissional”. Escreve Elliott (1972:112)

Poder-se-ia argumentar que é mais provável encontrar uma orientação ‘missionária’ ou ‘de serviço’ entre os membros de uma ocupação numa fase relativamente primitiva do processo de profissionalização. Ocupações que procuram estabelecer-se como profissões afirmam, usualmente, que o serviço que fornecem é importante, se não vital, para a sociedade.

Na abordagem da problemática das profissões, Harold Wilensky sublinha dois atributos essenciais: 1) um conjunto de normas profissionais; e 2) um

saber sistemático. Tendo já examinado a importância dos códigos éticos, viramos a nossa atenção para a questão-chave do saber sistemático. Nenhuma das inúmeras definições do que é uma profissão se esquece de fazer figurar o saber como atributo necessário (Hughes, 1958, 1959, 1963; Barber, 1963; Wilensky, 1964; McLeod e Hawley, 1964; Elliott, 1972; Nayman, 1973). Como já foi referido, mais tarde ou mais cedo a questão do saber especializado é ligada, durante o processo de profissionalização, às universidades que assumem uma função central na transmissão dos saberes.

Para Wilensky, o trabalho de um profissional é técnico, baseado em conhecimentos ou doutrina sistemáticos adquiridos apenas através da longa aprendizagem recebida. Wilensky (1964:139) afirma que tanto os sistemas de pensamento científicos como os não científicos servem de base “técnica” para o profissionalismo, mas o “êxito é maior quando é possível evidenciar na sociedade um consenso largo em relação ao conhecimento ou doutrina que deve ser aplicada”. Wilensky sublinha que uma barreira importante para a profissionalização de muitas ocupações é a natureza e estrutura da sua base de conhecimentos e doutrina, em particular nas profissões de relações humanas, em que o conhecimento é ao mesmo tempo demasiado vasto e demasiado vago. Mas Wilensky defende que a base ótima de conhecimentos para uma profissão é uma combinação de conhecimentos intelectuais e práticos, os quais tanto são explícitos como implícitos. Escreve Wilensky (1964:149): “O conhecimento profissional, como todo o conhecimento, é até certo ponto tácito, e é isto que dá às profissões estabelecidas a sua aura de mistério”. Sobre este ponto, o sociólogo Everett Cherrington Hughes (1963:655) concorda: “A natureza do conhecimento é muitas vezes uma mistura de várias espécies de conhecimento prático e teórico”.

Para Elliott, o grupo profissional controla um corpo de conhecimentos especializados que é aplicado a tarefas especializadas. Os três aspectos fundamentais do ideal profissional, segundo Elliott, são: 1) a noção de serviço; 2) a crença na liberdade profissional e a autonomia na situação de trabalho; e 3) uma ênfase na opinião profissional baseada no conhecimento profissional. Escreve Elliott (1972:95): “Se o indivíduo adota um quadro profissional de referência, então estas características são as que lhe estarão acessíveis como indicadores pelos quais orientar a sua atividade”. Para Elliott, o processo

dinâmico de profissionalização envolve “fazer é ser” e a aprendizagem de papéis e a aquisição de uma variedade de ideias estereotipadas e modelos populares. Através da integração, o membro do grupo profissional é imerso numa cultura de grupo que pode ser vista como “uma sabedoria pela qual responder aos problemas da experiência comum” (Elliott, 1972:91).

Diversos autores apontam para a existência de uma cultura profissional, ou, nas palavras de Wilensky (1964:207), uma “subcultura”, que é criada pela interação entre os membros da comunidade. A definição oferecida pelo sociólogo Ernest Greenwood aponta para a existência de uma cultura profissional como um dos atributos das profissões. Depois de uma análise dos atributos de uma profissão propostos por Greenwood, iremos aplicá-los ao caso do jornalismo.

## **Os cinco atributos de uma profissão segundo Greenwood**

Para Greenwood (1957), todas as profissões parecem possuir os seguintes atributos: 1) teoria sistemática; 2) o sentimento de autoridade por parte dos “agentes especializados”; 3) a ratificação da comunidade; 4) códigos éticos; e 5) a existência de uma cultura profissional.

O corpo sistemático de teoria para Greenwood é um sistema de proposições abstratas que descreve em termos gerais as classes de fenômenos compreendendo o foco de interesse da profissão. A teoria serve de base em termos segundo os quais o profissional racionaliza as suas opções em situações concretas. A aquisição de saber profissional requer um domínio prévio ou simultâneo da teoria subjacente a esse saber (Greenwood, 1957:46).

Sendo a compreensão da teoria tão importante para o saber profissional, a preparação para uma profissão deve ser uma experiência tanto intelectual como prática. Instrução no local através da aprendizagem, sendo suficiente para uma ocupação não profissional, torna-se inadequada para uma profissão. A orientação em teoria pode ser mais bem alcançada através da educação formal num ambiente acadêmico. Daí o aparecimento da escola profissional, as mais das vezes de filiação universitária, em que o meio é um contraste com o da escola de comércio. Escreve Greenwood:

Podemos generalizar que à medida que uma ocupação se move em direção ao estatuto

profissional, o treino de aprendizagem cede o seu lugar à educação formal, porque a função da teoria como trabalho de base para a prática adquire importância crescente (Greenwood, 1957:47).

O segundo atributo de uma profissão, segundo Greenwood, é a existência de um sentimento de autoridade profissional. A educação exaustiva na teoria sistemática da sua disciplina dá ao profissional um tipo de conhecimento que enfatiza a comparativa ignorância do leigo. Este fato é a base para a autoridade do profissional, a qual tem algumas características interessantes (Greenwood, 1957:47). Uma ocupação não profissional tem fregueses; uma ocupação profissional tem clientes. Qual é a diferença?, pergunta Greenwood. O autor explica que, numa relação profissional, não é o freguês que manda, mas sim o profissional: o profissional impõe o que é bom ou mau para o cliente; o cliente não tem outra escolha senão submeter-se ao juízo profissional. Numa relação profissional, o cliente, porque não possui o *background* teórico, não pode fazer o seu próprio diagnóstico. Essa subordinação à autoridade profissional concede ao profissional, segundo Greenwood, um monopólio do parecer. Quando uma ocupação caminha na direção da profissionalização, uma das suas aspirações é adquirir esse monopólio.

A ratificação pela comunidade da autoridade do profissional é o terceiro atributo de uma profissão, segundo Greenwood. Todas as profissões procuram persuadir a comunidade a sancionar – a autorizar – a sua autoridade, conferindo a essa profissão uma série de poderes e privilégios (Greenwood, 1957:48). De entre os seus poderes está o controle da profissão sobre os seus centros de instrução. Isso se atinge através de um processo de acreditação exercido por uma das associações no interior da profissão. A profissão requer também o controle da admissão. A profissão persuade a comunidade a instituir em seu favor um sistema de autorização para examinar aqueles habilitados a exercê-la. Outro poder é o de facilitar a comunicação entre o profissional e o cliente, concebendo essa comunicação como privilegiada, partilhada apenas entre cliente e profissional, portanto protegida legalmente contra qualquer violação da sua natureza confidencial. Ainda outro dos privilégios profissionais, segundo Greenwood, é a relativa imunidade em relação ao julgamento da comunidade sobre matéria técnica. Os padrões de desempenho profissional atingem-se por consenso no interior da profissão e são baseados no corpo de teoria existente. A comunidade laica é considerada incapaz de

compreender estes padrões e, por isso, de os usar para identificar os abusos. Concede-se em geral que o desempenho de um profissional só pode ser avaliado pelos seus pares (Greenwood, 1957:49). Os poderes e privilégios anteriormente descritos constituem um monopólio concedido ao grupo profissional pela comunidade. Por conseguinte, quando uma ocupação luta por um estatuto profissional, um dos seus objetivos primeiros é adquirir esse monopólio (Greenwood, 1957:49).

Através das suas associações, escreve Greenwood, a profissão empreende uma campanha organizada para persuadir a comunidade de que se beneficiará grandemente ao conceder-lhe o monopólio. Especificamente, a profissão procura provar: 1) que o desempenho do saber ocupacional requer educação especializada; 2) que os que possuem esta educação, ao contrário dos que não a têm, efetuam um serviço superior; 3) e que a necessidade humana a ser satisfeita é de suficiente importância social para justificar um superior desempenho (Greenwood, 1957:49).

O quarto atributo de uma profissão, segundo Greenwood, é a existência de um código regulador de ética. Greenwood distingue dois códigos: um formal e um informal. Há um código escrito, formal, que o profissional jura seguir (por exemplo o juramento hipocrático). Um código profissional é talvez mais explícito, sistemático e obrigatório; possui certamente mais alusões altruístas e é mais orientado para o serviço público (Greenwood, 1957:50). Para o cliente, o profissional deve assumir uma neutralidade emocional. O código é também informal através do fenómeno de consultas e interdependência entre os profissionais. A constante violação da etiqueta profissional desperta o ressentimento dos colegas. A disciplina formal é exercida pela associação que tem o poder de criticar, censurar e mesmo expulsar os violadores do código.

O último atributo de uma profissão é a existência de uma cultura profissional. Segundo Greenwood, a existência de uma cultura profissional constitui o atributo que mais efetivamente diferencia uma profissão das outras ocupações. Para Greenwood, a cultura de uma profissão consiste nos seus valores, normas e símbolos (Greenwood, 1957:52). Os valores – os valores sociais de um grupo profissional – são as suas crenças básicas e fundamentais, as premissas inquestionáveis sobre as quais assenta a sua própria existência. Primeiro entre estes valores está o mérito essencial do serviço que o grupo

profissional estende à comunidade. As normas de um grupo profissional são os guias para o comportamento em situações sociais. Os símbolos de uma profissão são os seus itens carregados de significação. Para Greenwood, estes podem incluir coisas como: 1) as suas insígnias, emblemas e trajes distintivos; 2) a sua história, folclore e calão; 3) os seus heróis e os seus vilões; os seus estereótipos do profissional, do cliente e do leigo (Greenwood, 1957:52). Para o sociólogo, a transformação de um neófito num profissional é essencialmente um processo de aculturação em que este internaliza os valores sociais, as normas de comportamento e os símbolos do grupo ocupacional (Greenwood, 1957:53).

Segundo Greenwood, um dos conceitos centrais das profissões é o de uma carreira. O termo carreira é, por regra, empregado apenas em referência a uma ocupação profissional. Assim, não falamos de carreira de ladrilhador ou de mecânico (Greenwood, 1957:53). Uma carreira é essencialmente uma vocação, uma vida dedicada às “boas ações”. O trabalho profissional nunca é visto apenas como um meio para um fim; é o próprio fim. Curar os doentes, educar os jovens, fazer progredir a ciência são valores em si mesmos. O profissional executa os seus serviços em primeiro lugar para satisfação psíquica e em segundo lugar por compensações monetárias. A vida do trabalho invade a vida depois do trabalho, e a demarcação nítida entre as horas de trabalho e as horas de lazer desaparece. Para o profissional, o seu trabalho torna-se a sua vida. Por consequência, escreve Greenwood (1957:53), “o ato de embarcar numa carreira profissional é semelhante nalguns aspectos à entrada numa ordem religiosa”.

## **Ser ou não ser uma profissão**

O jornalismo é ou não é uma profissão, identificando profissão com o “tipo ideal”, na linha contínua das profissões, das profissões liberais como os médicos ou os advogados? Se é compreensível ouvir uma resposta negativa categórica em meados ou mesmo no fim do século XIX, quem defende a mesma posição no fim do século XX, de que os jornalistas são apenas trabalhadores por conta de outrem, desconhece a história: desconhece os mais de 150 anos de luta levada a cabo por jornalistas em numerosos países, incluindo Portugal, em prol de maior liberdade e autonomia, de um melhor estatuto social e, em última instância, de legitimidade social.

Desconhece a história, como tivemos oportunidade de ver, porque os jornalistas têm estado envolvidos num processo de profissionalização que começou em meados do século XIX e continuou ao longo do século XX. No caso português, devido ao fraco desenvolvimento econômico, as altas taxas de analfabetismo (ainda perto de 50 por cento em meados do século XX), e o enorme peso de mais de cinco décadas de repressão durante o século XX, com o estabelecimento de um regime político que garante as liberdades fundamentais apenas em 1974, a profissionalização dos jornalistas portugueses desenvolveu-se lentamente no século XX, com algumas, frágeis raízes ainda no século XIX.

Desconhece a história porque o processo de profissionalização é mais antigo do que o próprio capitalismo, isto é, precede o capitalismo. A profissionalização do direito começou na Idade Média, na Inglaterra, quando qualificações académicas mais exigentes começam a ser requeridas para o exercício da atividade. Já em 1292, o Arcebispo Peckham ordenou que os advogados precisavam de três anos de formação especial. A profissionalização da medicina seguiu a mesma evolução. Em 1353, na Inglaterra, discutiu-se sobre a existência de cursos de medicina e graus académicos em medicina nas universidades (Banning, 1994:4-5).

Os jornalistas não foram exceção à tendência histórica da profissionalização. Pelo contrário, acompanharam, embora com algum atraso, todo um processo que se intensificou, como já tivemos a oportunidade de sublinhar, com a industrialização e a urbanização das sociedades no século XIX. Analisando a exigência de desenvolvimento social em relação à divisão do trabalho, um especialista na questão da modernização das sociedades, o académico Lucien W. Pye escreve que “num sentido fundamental, a modernização contém a ascensão de uma classe profissional de comunicadores” (1963:716).

E, em todos os países, os jornalistas não foram exceção quanto aos objetivos essenciais do processo de profissionalização: 1) maior liberdade e autonomia; e 2) um estatuto social identificado com as profissões dos médicos e advogados. Escreve Elliott (1977:152):

Primeiro, a ideologia de profissionalismo, de que ele é uma garantia de autonomia e não um mecanismo de controle, é particularmente significativa quando a teoria liberal democrática acentua

a necessidade de independência entre os *media* e o Estado. Segundo, a exigência de profissionalismo é a exigência de um status associado à elite das profissões liberais.

No caso português, embora mais atrasado e enfrentando enormes dificuldades, os jornalistas também prosseguiram na mesma linha, com, por exemplo, a reivindicação de um ensino superior em jornalismo ou a edificação de um código deontológico ainda durante a permanência do regime fascista. E, no período após a restauração do regime democrático, importantes progressos foram conseguidos com a criação de cursos universitários nesta área científica, ao nível da Licenciatura nas universidades portuguesas (em 1979 na Universidade Nova de Lisboa e em 1980 na Universidade Técnica), e a aprovação do primeiro código deontológico para os jornalistas portugueses em 1976. Mas o *Sindicato dos Jornalistas Portugueses*, em vez de querer aproximar a profissão das profissões liberais, como os médicos e os advogados, tem prosseguido em um caminho onde o objetivo estratégico parece ser manter uma clara identificação da profissão com o elemento “mítico” do pensamento marxista – a classe operária.

Neste caminho, o Sindicato privilegiou como objetivo, durante os anos 1980 e 1990, o livre acesso à profissão, quando já nos anos 1920 o sindicato francês de jornalistas tentou limitar o acesso ao jornalismo e distinguir entre “os profissionais” e “os amadores”. O *Sindicato dos Jornalistas Portugueses* tem relegado para um plano secundário a questão das qualificações necessárias para a profissão, com o resultado de que o número de pessoas com habilitações abaixo da frequência universitária aumentou no jornalismo português durante a década de 1980. Em vez de querer tornar central o papel das universidades na formação dos futuros jornalistas, denigre a formação oferecida em todos os cursos de comunicação e jornalismo nas universidades portuguesas como “(des)formação” e despreza a utilidade da formação teórica, com base na ideia de que a experiência prática já forneceu todos os saberes necessários para o exercício da profissão. Exemplificativa deste desprezo foi uma proposta apresentada numa reunião no Ministério da Educação, a pedido do Sindicato e com representantes do Ministério presentes, entre os responsáveis dos cursos de Licenciatura nesta área científica do ensino universitário e politécnico e representantes do Sindicato, em meados dos anos 1990, em que o Sindicato propôs que qualquer jornalista com dez anos de experiência teria acesso direto

ao grau acadêmico de Mestrado. Insiste em referir-se aos jornalistas como membros de uma “classe”, um termo que aponta claramente para a existência de condições econômicas semelhantes, quando existem enormes diferenças nos vencimentos dos jornalistas, o que é fácil de ver comparando a remuneração do jovem estagiário em início de carreira, menos de 100 contos por mês, com as remunerações de algumas estrelas da profissão, sobretudo no meio televisivo, na ordem de mais de mil contos por programa.

O jornalismo é ou não é uma profissão? Uma resposta afirmativa categórica seria, no início do século XXI, ainda utópica perante o fato de que é jornalista praticamente quem quer. Escreve o jornalista francês Alain Woodrow, num livro publicado no início dos anos 1990: “Nenhum (jornalista) é submetido a qualquer espécie de ‘exame’ onde se leve em conta a integridade moral, as capacidades intelectuais ou as habilitações acadêmicas” (1996:15). Acrescenta Woodrow (1996:15): “Assim se chegou à aberrante situação em que os que maior poder detêm são os que menos provas foram obrigados a dar”.

A questão do acesso ao jornalismo tem sido levantada ao longo da sua história e é um elemento de enorme polémica, como podemos ver num novo regresso ao passado, analisando mais de perto as situações na Inglaterra e na França.

As questões de quem é jornalista e quais são os objetivos fundamentais de uma organização de jornalistas estão na origem de uma divisão dos jornalistas em duas organizações no caso inglês: Instituto e Sindicato. O Instituto, criado ainda em finais do século XIX, incluirá como membros os diretores, proprietários de jornais locais, tal como figuras consagradas dos jornais nacionais e regionais, alguns deles também proprietários. A sua constituição não fazia distinção entre jornalistas empregados e jornalistas-proprietários. Para o Instituto, o objetivo central era “obter para os jornalistas, como jornalistas, aquele estatuto profissional e reconhecimento formal que outras profissões haviam assegurado” (Christian, 1980:274). O desejo de ter membros proprietários por causa do efeito de elevação de estatuto entrou em conflito com o desejo de alguns membros de fazer do Instituto um corpo negocial coletivo, excluindo os proprietários.

Em 1906, foi fundada a *União Nacional de Jornalistas*, e esta excluía os proprietários. Em 1922, dois anos após ter falhado a primeira tentativa de fusão

entre o Instituto e o Sindicato, o jornal do Instituto comentava:

O jornalismo tem sido visto como um ofício de cavalheiros. É inútil piscar os olhos ao fato das gradações sociais. Se todos os jornalistas aderissem aos princípios sindicais, perderiam todos os vestígios de estatuto profissional (Christian, 1980:276).

O Instituto, que encarava o jornalismo como profissão, apresentou, nos anos 1930, uma proposta de lei no Parlamento que defendia o estabelecimento de um Conselho de Registro estatutário dos jornalistas semelhante ao obtido pelos arquitetos em 1931. A proposta de lei pretendia preservar o título de “jornalista” das pessoas devidamente registradas, mas nunca chegou a ser aprovada. Nos anos 1950, os líderes do Instituto admitiam abertamente que este tinha falhado na obtenção de autocontrole profissional (Christian, 1980:280).

Apesar dos esforços do *Instituto de Jornalistas*, que apoiou duas vezes uma proposta de lei de registro de jornalistas nos anos 1930, o objetivo de fechar o acesso à profissão provou ser quimera em todos os sentidos. Simultaneamente, o Instituto registrou-se também como sindicato sob o *Trade Union Act* de 1913, mas nunca teve sucesso na tentativa de ganhar a iniciativa da negociação salarial (Elliott, 1978:176).

Na opinião do sociólogo Henry Christian, a revisão da relação entre o Sindicato e o Instituto salienta que o sindicalismo, mais que o profissionalismo, provou ser o método mais eficaz de fazer progredir os interesses materiais dos jornalistas. O Sindicato, logo nas décadas iniciais do século XX, tornou-se rapidamente a organização principal da profissão, com um muito maior número de membros, mas tem expressado continuamente os seus próprios objetivos em termos profissionais. Por exemplo, o Sindicato declarou à Primeira Comissão Real para a imprensa:

Procuramos acima de tudo, como um conjunto de homens e mulheres profissionais, que a indústria na qual servimos a comunidade seja dirigida e gerida essencialmente no interesse público (citado em Elliott, 1978:176).

Na França, a questão central do controle dos acessos impôs-se desde a criação do Sindicato em 1918. Em 1922, o Sindicato francês defende a seguinte posição sobre o acesso à profissão:

O Sindicato dos Jornalistas não obedece unicamente à preocupação de ‘profissionalismo’ limitado e tirânico. Sabemos que a profissão de jornalista é uma profissão constantemente aberta a todos, e que não pode ser de outra forma (citado em Ruellan, 1993:71).

Apesar desta confissão, o Sindicato não vai cessar de progredir na via do fecho e da exclusão. Em 1930, depois de uma campanha contra os deputados, o Sindicato lança uma campanha contra os funcionários dos ministros que redigiam artigos para os jornais:

Os amadores pululam, os intrusos submergem-nos; a uns e a outros, é tempo de dizer que não estamos dispostos a tolerá-los... Considerando os lucros do jornalismo como um suporte, (eles) tomam o lugar dos profissionais. Durante este tempo, estes vivem precariamente e procuram em vão lugares que lhes são roubados por amadores trabalhando ao biscate (citado em Ruellan, 1993:73).

Sobre o processo, o sociólogo francês Denis Ruellan (1993) comenta que a questão deontológica foi invocada para fechar o campo jornalístico aos “profissionais”.

A evolução foi radical, a julgar por estas duas declarações do pai do sindicalismo francês, Georges Bourdon. Em 1924, Bourdon definia deste modo as fronteiras da profissão: “É jornalista quem quer que escreva nos jornais, tal como é arquiteto quem quer que construa casas”. Em 1931, Bourdon excluía os “aproveitadores” e os “amadores” e afirmou: “É jornalista quem quer que faça de o ser profissão exclusiva. Dizemos que o jornalismo é uma profissão da mesma forma que a de advogado, médico, até negociante de produtos alimentares”.

Desde 1918, os jornalistas franceses acarinhavam a ideia de criar uma Ordem profissional, capaz de os reunir e de os defender dos intrusos. “O Sindicato dos Jornalistas propõe-se desempenhar um papel análogo ao que desempenha o Conselho da Ordem dos Advogados”, lia-se na primeira declaração de intenções (Ruellan, 1992:30). Mas, em 1929, o Sindicato encara esse objetivo como impossível:

Periodicamente entendemos preconizar a criação de uma Ordem da imprensa... É uma obsessão. E a ideia caminha... Aqueles de entre nós que a examinaram com um pouco de atenção depressa se aperceberam que ela é vazia de sentido... Como assimilar uma “Ordem” eventual da Imprensa à Ordem dos advogados? Não é advogado quem quer; é preciso um diploma, um grau, obtido por via de exames, aos quais dedicam vários anos de estudos. É jornalista quem quer que maneje uma caneta, aluga-se um “gagista” que as coloque no lugar, e encontre-se um impressor. Poderia ser de outra forma? Como conciliar a liberdade de imprensa com a interdição de publicar um escrito? (Ruellan, 1993:80-81).

Desistindo da ideia da Ordem, o sindicato francês prossegue na sua tentativa de delimitar uma fronteira profissional. Com a eleição de um governo

de esquerda nos anos 1930, o governo da Frente Comum, foi reconhecida a instituição da carteira profissional, que foi aclamada como uma vitória histórica dos jornalistas. O jornal do sindicato publica na primeira página o seguinte comentário:

Eis o título de jornalista arrancado aos fazedores e tornado uma propriedade, do mesmo modo que o de médico ou advogado da Corte... A carta profissional é o direito permanente de olhar da profissão sobre ela mesma, é o controle do jornalismo pelos jornalistas (citado em Ruellan, 1993:83).

O sociólogo Denis Ruellan comenta que a declaração triunfante do sindicato tem que ser vista como o produto de uma pena embalada pela emoção, mas é mais do que isso: esta tomada de posição pelo Sindicato sublinha até que ponto os jornalistas franceses acreditavam que tinham conquistado um espaço profissional e tinham fechado esse espaço.

Mas, sublinha Ruellan, os jornalistas franceses apenas conseguiram uma delimitação no plano simbólico, em que a carteira profissional do jornalista desempenha um papel essencial – “como um atributo simbólico capaz de determinar as fronteiras onde o legislador não as terá imaginado” (Ruellan, 1993:87). A carteira profissional permite, escreve Ruellan, a uma categoria de indivíduos de se demarcar dos seus congêneres “traçando fronteiras artificiais”, mas, no plano jurídico, a carteira “nunca pôde impedir quem quer que fosse de se pretender jornalista e de se fazer passar por tal – e ainda menos de escrever nos jornais”.

Escreve Ruellan (1993:89):

É um muro de palha para marcar os limites de um domínio mal definido, e cada vez menos já que se encontra hoje cercado por múltiplas novas profissões nascidas da subida em força da atividade da comunicação.

Assim, a conclusão de Ruellan é que o jornalismo é uma profissão *flou*, no sentido em que os jornalistas foram incapazes de delimitar o seu “território” de trabalho de uma forma igual aos médicos e aos advogados. Para Ruellan, a carteira profissional serve um “mito” fortemente ancorado no espírito do público e mesmo dos jornalistas: a existência de uma estrutura fiável que garante a qualidade e a integridade dos jornalistas, porque faz crer na existência de uma barreira que garante a qualidade, mas que não existe na prática (Ruellan, 1993).

A identificação do jornalismo com a liberdade, um valor que alimenta o

desenvolvimento de um jornalismo autônomo e serve de escudo na defesa dessa autonomia, colocando repetidamente os jornalistas na frente da batalha em sua defesa, torna difícil e, na opinião de muitos cidadãos dentro e fora da profissão, mesmo perigoso, estabelecer qualquer licença para ser jornalista. Como salienta o sociólogo britânico Philip Elliott, o ideal profissional surgiu como contraste aos valores industriais e comerciais, e a ideologia de profissionalismo tem sempre defendido que o praticante deveria ter independência e autoridade. Devido à longa tradição de abuso de poder por parte do Estado, existe uma enorme receio de qualquer processo de licenciamento para controlar a qualidade do jornalismo. Para Kimball, a ideia de entregar, a qualquer entidade do governo, os poderes de atribuir licença aos jornalistas é mesmo “impensável”, tornando difícil a aquisição de todos os requisitos das profissões. Escreve Kimball (1963:246):

Mas enquanto a entrada numa carreira jornalística não implicar um período obrigatório de aprendizagem especializada, enquanto este não existir para ter acesso à atividade, os jornalistas serão sempre afastados das fileiras das profissões formais.

Um dos atributos assinalado por todos os estudiosos da problemática é a existência de um saber especializado que Greenwood designa como “um corpo sistemático de teoria”. Segundo o sociólogo britânico Oliver Boyd-Barrett (1980:311), um dos problemas básicos ao considerar o jornalismo uma profissão, seguindo os padrões estabelecidos pelas antigas profissões, é a ausência de um corpo significativo de teoria e de saber específicos do jornalismo. Mas será que o problema do jornalismo enquanto profissão corresponde a uma ausência de um corpo teórico? Segundo Penn Kimball, o problema é exatamente o contrário: um excesso de “corpo teórico”. Escreve Kimball (1963:247): “O plano curricular para um jornalista excepcional é terrivelmente vasto”. Acrescenta Kimball:

O repórter faz parte de um processo independente de comunicação. É uma razão para explicar porque as ciências sociais surgem de uma forma tão proeminente nos planos curriculares dos cursos universitários em jornalismo. A compreensão do comportamento e dos preconceitos humanos, dos padrões sociais e culturais, são o equipamento essencial (p. 248).

Diariamente, os jornalistas lidam com todos os aspectos da vida humana; diariamente, reagem a uma avalanche de acontecimentos produzidos por uma variedade de seres humanos, individualmente ou no âmbito de atividades de instituições, partidos, movimentos, governo etc. O jornalismo é, por excelência,

uma atividade ligada às relações humanas e, como já foi sublinhado por Harold Wilensky (1964:146), o conhecimento ligado às relações humanas é “ao mesmo tempo demasiado abrangente e demasiado vago”. Embora ainda não haja um consenso generalizado com respeito a um plano exato de estudos, existem poucas dúvidas, como ocorre num estágio avançado de profissionalismo, de que a formação apropriada para os jornalistas está identificada com a educação a nível universitário.

No início do século XX, os jornalistas licenciados eram uma “espécie rara”, embora um certo número de pessoas licenciadas fosse atraído para o jornalismo ainda nos fins do século XIX, devido ao crescente prestígio social dos repórteres; no fim do século XX, é geralmente reconhecido o papel central do ensino universitário, em particular na própria área científica da comunicação e do jornalismo, na formação dos futuros jornalistas. No início do século XXI, os jornalistas com um grau acadêmico universitário constituem uma maioria em muitos países, mas ainda uma minoria em Portugal, devido aos enormes obstáculos que o jornalismo enfrentou num país marcado por quase 50 anos de ditadura durante o século XX; no fim do século XXI, com um processo histórico irreversível, os jornalistas não licenciados serão uma “espécie em extinção”, com uma comunidade profissional constituída totalmente por pessoas com formação superior. Como os dados estatísticos demonstram largamente, a percentagem de jornalistas com formação universitária aumenta em todos os países, incluindo Portugal, e aumenta sobretudo devido à entrada de pessoas formadas nos cursos superiores de jornalismo e comunicação.

Certamente que os saberes dos jornalistas são frequentemente vistos como saberes técnicos: o domínio de técnicas de recolha de informação, de elaboração de estruturas narrativas bem precisas e de uma linguagem específica – *o jornalês*. E o saber ligado à afirmação da capacidade de distinguir o que é notícia, definido por Ericson, Baranek e Chan (1987) como o “saber de reconhecimento”, está identificado com uma conceitualização que liga este saber ao intuitivo, e não ao teórico: o jornalista sabe o que é notícia porque tem “faro para a notícia”, ou, na gíria do jornalismo norte-americano, tem “um nariz para as notícias”. Como sublinham Tuchman (1976) e Philips (1976), a epistemologia jornalística explica essa tendência para privilegiar o empírico e

desprezar o teórico, aspecto importante a considerar para compreender melhor a grande dificuldade que o jornalismo tem enfrentado nos seus esforços de profissionalização.

Para Bourdieu, a atividade jornalística precisa ser localizada no campo intelectual. Como escreve Menanteau-Horta (1967:717):

A parte mais importante do processo informativo envolve essencialmente uma operação intelectual. Os serviços prestados pelo jornalismo requerem um elevado grau de edição, seleção, ou análise, o qual efetivamente implica uma função intelectual.

Como afirma Hughes, o conhecimento de uma profissão é tanto prático como teórico e, na essência do jornalismo, para além do conhecimento técnico, existe o conhecimento teórico associado a um papel ou função central dos jornalistas, algo que eles devem supostamente conhecer: saber o que é notícia.

Como tivemos a oportunidade de ver no primeiro capítulo, com o processo de profissionalização no jornalismo, os jornalistas conquistaram um sentimento de autoridade profissional, bem visível com a emergência do novo formato jornalístico desenvolvido em meados do século XIX, a pirâmide invertida. Ao estruturar a notícia em termos deste formato, compete aos jornalistas exercer os seus saberes e escolher os elementos mais importantes que devem figurar no primeiro parágrafo da notícia. O sociólogo francês Denis Ruellan escreve que se considerarmos o profissionalismo como processo de maturidade de um grupo, então há também um percurso em direção ao reconhecimento de uma competência específica. Como escreve Hughes (1963:656):

Os profissionais professam. Professam conhecer melhor que os outros a natureza de certos assuntos, e saber melhor que os seus clientes o que os preocupa. Isto é a essência do ideal e da reivindicação profissional. Dela derivam muitas consequências. Os profissionais reclamam o direito exclusivo à prática.

Os jornalistas professam; professam saber o que é notícia e como escrevê-la.

A teoria democrática reconhece certamente que os jornalistas têm uma competência específica que é identificada em primeiro lugar com o fornecimento de informação à sociedade, isto é, das notícias. É suposto os jornalistas saberem o que é notícia e resistir a qualquer invasão daquilo que Wilensky (1964) chamou um “monopólio de perícias”, e Pierre Bourdieu (1998) designou por um “monopólio de saberes”. Assim, embora os jornalistas

tenham falhado nas suas tentativas de “delimitar” o seu campo de trabalho, conseguiram definir uma identidade profissional ligada a papéis sociais claramente definidos que examinaremos mais adiante quando discutirmos a cultura jornalística. Segundo Rieffel (1992:70), a imagem que os jornalistas se esforçaram por estabelecer assenta portanto na “satisfação de um mandato acordado pela sociedade (informar o melhor possível os cidadãos) e na valorização de um saber e de um saber-fazer”.

Como Greenwood sublinha, na sua análise das profissões, todas procuram persuadir a comunidade a reconhecer a sua autoridade, conferindo uma série de poderes e privilégios. Como já foi sublinhado, devido ao anátema de qualquer controle no acesso à profissão, os jornalistas não controlam a admissão, como no caso dos médicos e advogados através da sua Ordem. Mas os jornalistas, tal como os membros dessas profissões liberais, reivindicam o poder de guardar segredo quanto à comunicação que tem lugar entre o profissional e o cliente. No caso do jornalista, o cliente é a fonte de informação e o sigilo profissional é tanto uma pedra angular no desempenho das suas atividades profissionais como o é no caso dos médicos e dos advogados. Conceber a comunicação entre jornalistas e fontes como uma comunicação privilegiada faz parte da cultura jornalística e é vista pelos profissionais como uma questão de honra, ao ponto de recusar qualquer traição a esse compromisso mesmo sob pena de prisão.

É preciso sublinhar também, num plano relacionado com as relações entre jornalistas e fontes, que, embora os jornalistas se encontrem na situação de empregados, o fato é que quando deixam uma empresa levam consigo os seus livros de endereço, isto é, levam consigo as suas fontes. As relações com as fontes não são propriedade da empresa; devido ao seu estatuto de profissional, as relações com as fontes são propriedade privada do jornalista.

No plano de outro atributo das profissões, a existência de códigos deontológicos, os códigos deontológicos no jornalismo não têm a força disciplinar que têm no caso dos médicos e dos advogados, em que a organização representativa dos membros da comunidade tem o poder de controlar os transgressores dos códigos, com a possibilidade de os expulsar da profissão. Num contexto de uma crescente onda de crítica do jornalismo e dos media em fins do século XX, em que é condenado o maior sensacionalismo e trivialismo da informação, atos de invasão da privacidade, e o chamado

“jornalismo de ataque” (um jornalismo obcecado por escândalos) (Sabato, 1991), especialistas como Claude Jean Bertrand (1998) defendem o desenvolvimento de instituições de responsabilização dos media, identificando mais de 30 diferentes práticas de responsabilização, que incluem a criação de “provedores” e conselhos de imprensa.

Mas a existência de um código deontológico é reconhecida por todos os estudiosos da problemática das profissões como um atributo indispensável na definição de uma profissão liberal e a sua existência no jornalismo torna insustentável a defesa da posição de que o jornalista é apenas um “trabalhador por conta de outrem”. Há somente três atividades de trabalho em que um código deontológico desempenha um papel estruturante não só na atividade prática e diária, mas também em toda a inserção dessa atividade na própria sociedade. O código deontológico não define apenas normas para os membros da comunidade, mas esboça também todo um ethos para os membros composto por conceitos básicos como o universalismo (todos os clientes são tratados sem discriminação), o distanciamento (nenhum interesse próprio influencia as ações do jornalista), um princípio de equidistância em relação aos diversos agentes sociais (designado como imparcialidade ou objetividade do profissional) e o ideal de serviço à comunidade. Visto por alguns estudiosos como “uma vocação” (Kimball, 1963) ou uma orientação “missionária” (Eliott, 1972), o jornalismo é, assim, definido como um “serviço público” e não um negócio; mais, encontra a sua legitimidade social na sua identificação como serviço público e não como uma atividade econômica igual aos outros negócios. Escreve Kimball (1963:256):

Os jornalistas são servidores do público (*public servants*) oficiosos cujo propósito é servir a comunidade. O sentido de responsabilidade com a comunidade, a lealdade para com o público enquanto cliente acima de todas as outras lealdades, é a principal exigência do jornalista no seu trabalho. O serviço público, de fato, acaba por ser uma das motivações essenciais dos jovens que procuram um futuro no jornalismo.

Mas os códigos deontológicos não definem apenas os comportamentos desejáveis para os jornalistas; definem também os deveres dos jornalistas em relação aos outros membros da sociedade. Escrevem Vollmer e Mills (1966:52): “O que dá aos códigos profissionais o seu significado peculiar é que prescrevem também os deveres dos membros de todo um grupo em relação aos que estão fora dele”. Os códigos, associados como estão à definição do papel

social dos jornalistas, ajudam a definir os comportamentos que a sociedade espera dos profissionais. Como sublinha Ruellan (1997: 155), existe um reconhecimento coletivo das responsabilidades específicas que os jornalistas têm no “espaço público”, responsabilidades julgadas essenciais ao funcionamento de todo o sistema democrático, responsabilidades que constituem elementos importantes de toda uma cultura profissional, responsabilidades que estão associadas a toda uma mitologia que foi construída ao longo dos últimos séculos.

Para Greenwood, a existência de uma cultura profissional é o atributo mais importante de uma profissão e, neste ponto, o jornalismo tem uma das culturas profissionais mais ricas, se não a mais rica, identificado como é com os valores mais nobres na história da Humanidade, como, por exemplo, o valor da liberdade. Na literatura sobre as profissões, outros autores sublinham com uma terminologia diferente que os membros de uma profissão partilham “uma comunalidade determinada por um quadro partilhado de referência” (Zelizer, 1993:402). Segundo McLeod e Hawley (1964:538), os membros de uma profissão, não os operários, “tendem a exhibir padrões distintos de julgamento cognitivo e atitudes específicas divergentes”. McLeod e Rush (1969a:584) defendem que a profissionalização de uma ocupação envolve “o estudo de um conjunto de papéis”. Oguz Nayman *et al.* (1973:73) afirmam que uma profissão caracteriza-se por “uma comunidade mais ou menos homogênea cujos membros partilham identidade, valores, definição de papéis e interesses”. Para Boyd-Barrett (1979: 310), uma profissão envolve “um conjunto distintivo de significados que são afirmados”. No seu livro, *A sociologia das profissões*, Philip Elliott (1972) aponta para a existência de “crenças comuns” e define a cultura do grupo como “sabedoria coletiva”. Escreve Elliott (1972:131): “A adoção de uma identidade profissional tem um impacto no pensamento e no comportamento através do desenvolvimento de ideologias profissionais distintas”.

Se os jornalistas não foram capazes de fechar o seu “território” de trabalho, foram capazes de forjar uma forte identidade profissional, isto é, uma resposta bem clara à pergunta “o que é ser jornalista”, parte de toda uma cultura constituída por uma constelação de crenças, mitos, valores, símbolos e representações que constituem o ar que marca a produção das notícias. A vasta

cultura profissional dos jornalistas fornece um *modo de ser/estar*, um *modo de agir*, um *modo de falar*, e um *modo de ver* o mundo – tema do próximo capítulo.

Para Ruellan (1997), o processo de profissionalização é essencialmente a construção de um espaço por princípios de diferenciação em que a construção de modos de representação está no centro da ação dos agentes sociais. Analisando mais de cem anos de luta social dos jornalistas franceses em prol da profissionalização, Ruellan denota derrotas mas acaba por concluir que conquistaram enormes vitórias, com o desenvolvimento de uma identidade profissional enraizada na “concepção da sua própria função neste mundo social” (1997:140). Escreve Ruellan (1997:156):

Eles (os jornalistas) são obrigados a fazer partilhar a ideia da sua importância social e política, que os jornalistas convenceram da urgência da tomada em conta dos seus interesses, da necessidade de lhes conferir urgentemente um estatuto, um domínio parcial do seu destino e finalmente o reconhecimento de uma posição reconhecida, para não dizer privilegiada.

O jornalismo é ou não é uma profissão? Como a própria literatura sobre o estudo da problemática das profissões alerta, a resposta não pode ser estruturada em classes definidas de “sim ou não”. A pergunta “o jornalismo é ou não é uma profissão?” é uma pergunta mal formulada porque, como sublinham os diversos estudiosos das profissões, em vez da dicotomia é preciso pensar as atividades de trabalho na sociedade numa linha de profissionalização. Nessa perspectiva, a pergunta que deveríamos colocar é, portanto, se o jornalismo tem estado envolvido num processo de profissionalização que visa à sua deslocação no direção do polo representado pelas profissões liberais, como os médicos e os advogados.

Com base em conhecimentos sobre a evolução histórica das profissões em geral e com base numa análise histórica do jornalismo nalguns países do chamado mundo ocidental, em particular os Estados Unidos, a Grã-Bretanha e a França, a resposta é indubitável, inquestionável, e irrevogavelmente SIM. Na linha contínua das profissões, o jornalismo afasta-se do polo identificado com um simples “trabalhador por conta de outrem” e aproxima-se do polo identificado com as chamadas profissões liberais. Quem defende o contrário mantém a cabeça enterrada na areia, ignorante da corrente da história.

## Capítulo 5

### ***O polo ideológico do campo jornalístico***

**T**ivemos a oportunidade de ver que no século XIX houve mudanças fundamentais na história do jornalismo: 1) a industrialização da imprensa, a sua enorme expansão, e o nascimento de um mito – o mito do “Quarto Poder” – um novo poder a que um comentarista britânico da época chamou “um poder do reino, mais poderoso que qualquer um dos outros poderes” (Henry Reeve, citado por O’Boyle, 1978:23); 2) o surgimento de um novo paradigma no jornalismo em que a imprensa é concebida de um modo radicalmente diferente, fornecendo agora principalmente fatos e não opiniões, isto é, informação e não propaganda; 3) a emergência de um campo jornalístico da sombra de uma atividade dependente do “polo político” para a conquista de uma “autonomia relativa” em que um número crescente de pessoas ganham a sua vida a fazer um trabalho e desenvolvem técnicas específicas, um saber especializado – o que é notícia, e uma identidade profissional; 4) a definição de dois polos dominantes no campo jornalístico moderno: a) o “econômico” ou “comercial” – com a comercialização da imprensa no século XIX, as notícias são a mercadoria de um negócio cada vez mais lucrativo; b) o “ideológico” ou “intelectual” – com a identificação da imprensa como elemento fundamental da teoria democrática, o jornalismo é visto como um serviço público em que as notícias são o alimento de que os cidadãos precisam para exercer os seus direitos democráticos.

Tivemos a oportunidade de ver que este grupo lutou para ganhar um estatuto social comparado ao das profissões liberais, e nos mais de 150 anos de luta (ainda em continuação) constitui-se uma “comunidade interpretativa” em que os novos “agentes especializados” encontram uma legitimidade social num processo circular entre os jornalistas e a sociedade na aura da teoria democrática. Apesar da sua incapacidade histórica de delimitar o seu “território” de uma forma minimamente rigorosa, poucas profissões tiveram tanto êxito como o jornalismo na elaboração de uma vasta cultura rica em valores, símbolos e cultos que ganharam uma dimensão mitológica dentro e fora da “tribo” e de uma panóplia de ideologias justificativas em que é

claramente esboçada uma identidade profissional, isto é, um *ethos*, uma definição de uma maneira de como se deve ser (jornalista)/estar (no jornalismo).

## **O *ethos* jornalístico**

O eminente sociólogo das profissões Everett Cherrington Hughes (1963) sublinha que os membros de uma profissão se desenvolvem como um grupo separado “com um *ethos* próprio”. Acrescenta Hughes (1963:657): “Isto (a constituição de um grupo separado com um *ethos* próprio) por sua vez implica uma dedicação profunda e para toda a vida”.

Ouvimos agora as vozes de alguns jornalistas que exprimem, cada um à sua maneira, o *ethos* jornalístico. As seguintes citações são expressões de diversos jornalistas quanto ao *ethos* que deve orientar o trabalho jornalístico.

*Voz Um:* “Encontramo-nos hoje num marco assinalável da nossa vida profissional. Possivelmente, sem os intuitos de ‘campanha’ de que nos acusam, numa afirmação de maturidade que nos une na dignificação da Imprensa, trouxemos ao juízo da opinião pública o conhecimento de questões insólitas e suspeitas que caberá a outras instâncias julgar, mas que nos coube divulgar, no cumprimento do dever constitucional de informar”.

*Voz Dois:* “Mas a Imprensa não ultrapassa esses limites impunemente. São-lhe pedidas responsabilidades em tempo, em lugar próprios. Tal como o Governo não é impune aos atos e omissões que os seus membros cometem. A Imprensa não julga as ações governamentais, apenas as revela e demonstra”.

*Voz Três:* “A missão dos jornais é informar. Se a fazem a partir de fatos, informam. E se os fatos são secretos, e os jornais chegam lá, então ainda informam mais e melhor. É a consciência da missão cumprida”.

*Voz Quatro:* “A gente como (nome de um Ministro) escapa à tentação de debater a opinião alheia, escapa à própria noção de que em democracia é essencial que haja uma opinião alheia, mesmo que ela esteja errada. Não lhes interessa convencer, interessa-lhes vencer. Desdenham a opinião pública e, por maioria da razão, a imprensa, cuja função de contrapoder não entendem, nem julgam necessária. É inútil dizer que esta é a base filosófica de que se fazem os ditadores”.

*Voz Cinco:* “Estes fatos quase coincidentes... colocam, no fundo, a questão

fundamental do papel da Imprensa como contrapoder. Sobretudo quando a arrogância dos eleitos tende a perverter o equilíbrio das regras democráticas e o sentido ético dos comportamentos, sem o qual nenhuma legitimidade se sustenta, é nos jornais que reside a reserva histórica da opinião pública. Não que o jornalista tenha o direito de pretender ser o juiz de recurso no tribunal da opinião, não porque os jornais sejam infalíveis e não estejam sujeitos às misérias do mundo, mas apenas porque se há uma grandeza que justifica esta profissão, ela é o espaço natural, vital, da própria liberdade”.

*Voz Seis*: “A primeira obrigação da imprensa é a de obter a informação, o mais cedo e correto, sobre os acontecimentos, e divulgá-la, o mais depressa possível, para assim a transformar em propriedade da nação. Para nós, a publicitação e a verdade são o ar e a luz da existência. Não pode haver maior desgraça do que recuar perante a divulgação, franca e exata, dos fatos, tal e qual são. Somos obrigados a dizer a verdade, tal e qual a encontramos, sem medo das consequências”.

A primeira afirmação é da jornalista Helena Marques, ex-subdiretora do jornal *Diário de Notícias*, publicada no dia 6 de abril de 1989; a segunda afirmação é um editorial, publicado no dia 8 de abril do mesmo ano na revista *Sábado*; a terceira afirmação, publicada em 1992, é de Paulo Portas, enquanto Diretor do semanário *O Independente*; a quarta afirmação é de Miguel Sousa Tavares, ex-Diretor da revista *Grande Reportagem*, num artigo publicado no diário *A Capital* no dia 4 de abril de 1988; a quinta afirmação, publicada no dia 1 de abril de 1989, é do ex-Diretor do jornal *O Público*, Vicente Jorge Silva; e a sexta e última afirmação é do editorialista do diário britânico *The Times*, publicada no dia 6 de fevereiro de 1852 (citado em Elliott, 1978:182-183).

Num processo circular entre os membros da “comunidade interpretativa” e a sociedade democrática, o jornalismo foi definido como o preenchimento de certas funções na sociedade, ou, se preferirem, no cumprimento de papéis sociais bem precisos.

A teoria democrática aponta claramente para os meios de comunicação o papel de “mercado de ideias” numa democracia, em que as diversas opiniões da sociedade podem ser ouvidas e discutidas.

A teoria democrática argumenta que o jornalismo, inicialmente identificado apenas com a imprensa, deve ser um veículo de informação para equipar os

cidadãos com as ferramentas vitais ao exercício dos seus direitos e voz na expressão das suas preocupações – designado como a liberdade positiva do jornalismo (Christians, Ferre e Fackler, 1993). Segundo o historiador Boyce, a imprensa atuaria como um elo indispensável entre a opinião pública e as instituições governantes (Boyce, 1978:21).

A teoria democrática, na sequência da lógica “o poder põe em cheque o poder”, aponta para a afirmação também de uma liberdade negativa do jornalismo – o jornalismo como guardião dos cidadãos – em que os meios de comunicação social protegem os cidadãos de eventuais abusos de poder por parte de governantes, cuja tradição até o início do século XIX foi de repressão e tirania. No papel de “guardião” do poder, as relações assentam, segundo os seus teóricos da democracia, numa postura de desconfiança e numa cultura claramente adversarial entre jornalismo e poder político. No “tipo ideal” esboçado, os membros desta comunidade interpretativa são pessoas comprometidas com os valores da profissão em que agem de forma desinteressada, fornecendo informação, ao serviço da opinião pública, e em constante vigilância na defesa da liberdade e da própria democracia.

Não é esta a ocasião de desenvolver como, por diversos meios, incluindo o cinema, o ethos jornalístico tem sido divulgado até se tornar um mito poderoso que consegue atrair todos os anos inúmeros e talentosos jovens aos cursos universitários em comunicação e em jornalismo. Mas, a título de exemplo, no filme *O Homem que Matou Liberty Valance*, de John Ford, de 1962, aparentemente uma simples cowboiada situada no oeste americano do século XIX, podemos encontrar mais uma propagação da mitologia jornalística. Este filme projeta bem as linhas mestras de todo o “*ethos* jornalístico”. No filme, a personagem de Dutton Peabody, o diretor do jornal local, Shinbone Star, apresenta um jornalista que, apesar de alguns defeitos (bebe muito e fuma cigarros) é uma pessoa independente que serve à comunidade e está ao lado dessa mesma comunidade na sua luta contra a figura de Liberty Valance, um pistoleiro que impõe a sua lei de uma forma impune com a força da arma, criando um reino de terror na vila pacata perdida no Oeste norte-americano. O jornal é descrito como “honesto” e o melhor manual da democracia. O jornalista é claramente definido como o guardião da democracia em emergência. Num momento do filme, Dutton Peabody exclama:

Sou um jornalista! Não sou um político. Os políticos são o meu alimento. Construo-os; derrubo-os. Mas nunca seria um. Não poderia ser um – isso distrair-me-ia. Sou a vossa consciência. Sou uma pequena voz que atroa na noite. Sou o vosso cão de guarda que uiva aos lobos. Sou o vosso padre confessor [...]

Perante o vilão, Liberty Valance, é claro onde está o jornalista: ao lado da opinião pública e contra o poder repressivo. Assim, neste filme, como em muitos outros, temos uma eloquente afirmação da teoria democrática: o triângulo.

## **Uma constelação de valores e um conjunto de normas profissionais**

Como acabamos por ver, ser jornalista implica a partilha de um *ethos* que tem sido afirmado há mais de 150 anos. Mas ser jornalista também implica a crença numa constelação de valores, a começar pela liberdade.

**A liberdade** – Como já foi sublinhado, existe uma relação simbiótica entre o jornalismo e a democracia em que o conceito de liberdade está no núcleo da relação. Inúmeras afirmações apontam para essa relação simbiótica, em que a liberdade está no centro do desenvolvimento do jornalismo. Tocqueville escreveu que a soberania do povo e a liberdade de imprensa eram coisas absolutamente inseparáveis e que a censura não podia coexistir com o voto universal. Thomas Jefferson afirmou: “Não há democracia sem liberdade de imprensa”. Para o filósofo John Stuart Mill, qualquer tentativa de censurar a imprensa teria efeitos desastrosos. Escreve Mill:

Imaginam os horrores de um despotismo oriental – disto e de pior estamos protegidos apenas pela imprensa. Transportai depois a imaginação, não até qualquer exemplo vivo de prosperidade e bom governo, mas até ao limiar máximo de felicidade que seja compatível com a natureza humana; e contemplai o que a seu tempo se pode atingir, se as restrições sob as quais a imprensa ainda geme, meramente para segurança dos detentores de poder maligno, forem removidas. Tais são as bênçãos de uma imprensa livre (citado em Altschull, 1990:170).

Os jornalistas estiveram e estão na frente da luta pela liberdade e na luta pela defesa da liberdade perante qualquer tentativa de limitar essa liberdade, como foi eloquentemente demonstrado em Portugal nos anos 1990 quando os jornalistas do Parlamento efetuaram um boicote para impedir uma tentativa por parte do partido majoritário na altura de impedir os seus movimentos no hemiciclo.

Devido à importância da liberdade, outro valor essencial desta comunidade interpretativa é a independência e a autonomia dos profissionais em relação aos outros agentes sociais. Como foi sublinhado pelo sociólogo britânico, Phillip Elliott, a ideologia do profissionalismo tem sempre defendido o princípio de que o membro de uma profissão deve ter independência e autoridade nas suas relações de trabalho. A luta em prol da independência é uma luta constante, mesmo nos países com uma longa tradição de democracia. Uma afirmação recente deste valor foi expressa pelo então diretor de Informação da RTP, José Rodrigues dos Santos, publicada numa entrevista no jornal *O Público*, no dia 31 de julho de 2001:

As pessoas têm que compreender que a RTP tem que ser efetivamente independente. E na política há muito o raciocínio de que quem não está conosco está contra nós. Efetivamente não estamos com o (nome de um partido político), mas não quer dizer que estejamos contra o (nome do mesmo partido político). Esse raciocínio, que se calhar é verdadeiro no mundo da política, não é verdadeiro no mundo do jornalismo. Isso que tem ser compreendido. E se não for, paciência.

Mas a sua independência e autonomia é indispensável para garantir outro valor essencial dos jornalistas: a credibilidade. Durante o seu estudo etnometodológico em diversas redações jornalísticas norte-americanas, a socióloga Gaye Tuchman relata (1978:83) fatos pelos quais apreendeu rapidamente a importância da credibilidade para os jornalistas. A importância de manter a credibilidade leva a um trabalho constante de verificação dos fatos e de avaliação das fontes de informação. A exatidão da informação é também vital: por exemplo, o notável trabalho de jornalismo de investigação que assumiu um lugar mítico na história de jornalismo, o caso Watergate, ilustra como UM erro factual pode pôr em causa toda a credibilidade da informação. Em Portugal, durante o verão quente de 1975 do período revolucionário depois do 25 de abril de 1974, um semanário perdeu a sua credibilidade quando publicou uma notícia extensa sobre uma reunião do *Conselho de Revolução do Movimento de Forças Armadas*, com uma descrição detalhada das discussões, quando ficou conhecido que a reunião tinha sido desconvocada e nunca teve lugar. O caso “Janet Cooke”, uma jovem jornalista do *Washington Post* que teve que devolver o prestigioso Prémio Pulitzer quando foi descoberto que a personagem central da reportagem premiada era uma personagem fictícia, provocou um enorme escândalo no meio jornalístico norte-americano porque pôs em causa a credibilidade da comunidade.

Outro valor central no jornalismo é a associação com a verdade. O que leva uma profissão a ser altamente estimada? O sociólogo Michael Schudson coloca essa pergunta numa reflexão sobre o jornalismo. Segundo Schudson, as profissões que são levadas mais a sério ou olhadas como mais respeitáveis são as que têm uma conexão evidente com assuntos de preocupação fundamental – a medicina trata da vida e da morte, o direito analisa a liberdade e a justiça (Schudson, 1983:2). E o jornalismo? Escreve Schudson:

A maior parte do jornalismo é irrelevante quanto a temas de preocupação fundamental. A banda desenhada<sup>7</sup>, os anúncios, a página desportiva, as secções de moda e entretenimento e temáticas podem ser divertidas. Podem ser úteis. Mas poucas pessoas as veem como tocando em assuntos de importância fundamental.

A apreciação de Schudson, porém, ignora uma ligação histórica entre o jornalismo, a liberdade e a verdade. Uma das mais antigas e mais vibrantes afirmações entre a verdade e a liberdade está no trabalho *Aeropagítica* de John Milton, publicado em meados do século XVII. Escreveu Milton:

Embora todos os ventos da doutrina fossem soltados para soprar sobre a terra, e a Verdade esteja em campo, procedemos injuriosamente, permitindo ou proibindo duvidar da sua força. Que ela e a Falsidade combatam; quem quer que tenha conhecido a Verdade posta em inferioridade num encontro livre e aberto (citado em Elliott, 1978:189-190).

Ao longo do tempo, têm havido outras afirmações deste valor. Por exemplo, o Diretor de um jornal inglês escreveu em 1926:

Fundamentalmente, (o jornalismo) implica honestidade, clareza, coragem, justeza, e um sentido do dever para com o leitor e a comunidade. O jornal tem necessariamente algo de monopólio e o seu primeiro dever é afastar as tentações de um monopólio. O seu ofício primeiro é a recolha das notícias. Sob perigo de perder a alma, deve fazer com que o fornecimento não seja manchado. Nem no que dá, nem no que não dá, nem no modo de apresentação, deve a límpida face da verdade sofrer qualquer mal (citado por Elliott, 1978:183).

O jornalista George Bourdon, figura emblemática do Sindicato dos Jornalistas Franceses, escreveu em 1931 que

[...]o jornalista não é ninguém se não for ou não se esforçar por ser, na intimidade da sua consciência, um servidor da verdade e da justiça, e se não dedicar toda a sua energia a defender honestamente o interesse público (citado em Ruellan, 1997:87).

Mais recentemente, o jornalista José Pedro Castanheira, Presidente da Comissão Organizadora do 3º Congresso dos Jornalistas Portugueses, criticou em 1998 o código deontológico português pela ausência de qualquer referência

à verdade “como o objetivo norteador da informação”. Afirmou Castanheira:

Sabemos que a verdade é um valor inatingível; que não há uma verdade absoluta; que muitas vezes a Verdade, em caixa-alta, é composta de muitas verdades em caixa-baixa. Não basta gritar bem alto o dever de cada jornalista de não mentir, de não enganar, de não falsear. Há que ir mais longe, seguir os exemplos dos códigos de todo o mundo e proclamar, de forma inequívoca e solene, o dever de cada jornalista de perseguir, de procurar a verdade, de informar com verdade.

Esta constelação de valores, a qual podemos acrescentar outros valores como o rigor, a exatidão, a honestidade e uma noção de equidistância, muitas vezes consagrada com o conceito de objetividade, que iremos examinar mais adiante, está consagrada nos códigos deontológicos que foram elaborados por jornalistas em inúmeros países a partir do princípio do século XX. Num estudo comparativo dos códigos deontológicos em 51 países, o académico Profírio Ansejo (1979) descobriu que os valores como o rigor e a verdade aparecem em quase todos os códigos. Outro valor que está presente na esmagadora maioria dos códigos é, segundo Ansejo, o valor da objetividade.

**A objetividade** – Nenhum valor no jornalismo como a objetividade tem sido objeto de tanta discussão, crítica e má compreensão, a última devida ao erro apontado por Cícero – o desconhecimento da história. Frequentemente, ainda hoje, no que diz respeito ao jornalismo, a discussão sobre a objetividade é reduzida a uma simples dicotomia entre objetividade e subjetividade. Adriano Duarte Rodrigues (1988) critica essa simplificação ao escrever que “é insustentável a dicotomia simplificadora e maniqueia entre objetividade e subjetividade”. Na sua tese de Doutorado, um trabalho comparativo sobre o conceito de objetividade em diversas profissões, incluindo o jornalismo, Michael Schudson (1978) descobriu que o conceito de objetividade no jornalismo não surgiu como negação da subjetividade, mas como reconhecimento da sua inevitabilidade.

O valor da objetividade nasceu no jornalismo no século XX, mas surgiu com base numa mudança fundamental do jornalismo, que ocorreu no século XIX, em que a primazia era dada aos fatos, e não às opiniões. Nasceu, no século XIX, como tivemos oportunidade de ver no primeiro capítulo, um culto dos fatos que permaneceu até a primeira parte do século XX. Como explica Schudson (1978), o surgimento do conceito de objetividade nos anos 1920 e 1930 nos Estados Unidos não foi a expressão final de uma fé que já existia no jornalismo no culto dos fatos mas, pelo contrário, um método concebido em

função de um mundo novo no qual mesmo os fatos não mereciam confiança.

É preciso ver o contexto histórico das primeiras décadas do século XX. Existiu um profundo pessimismo na democracia, como forma de governar e de viver em sociedade. Verificaram-se crises profundas do sistema democrático e a tomada do poder por parte de forças autocráticas, incluindo partidos fascistas, em vários países, como nós bem sabemos. No início do século XX, instalou-se a dúvida em relação à razão, provocada pelo nascimento de uma nova ciência, a psicologia. Houve, na virada do século, uma erupção de livros e artigos sobre o tema das multidões, na sociologia, e o comportamento irracional dos grupos.

Segundo Schudson (1978), dois fatores contribuíram para provocar a perda de fé nos fatos por parte da comunidade jornalística: 1) a experiência da propaganda na Primeira Guerra Mundial (1914-1918); e 2) o nascimento de uma nova profissão – relações públicas.

Durante a Primeira Guerra Mundial, a eficácia da propaganda ficou provada, com a sua mobilização para convencer a opinião pública norte-americana da necessidade de uma participação dos Estados Unidos ao lado dos Aliados. Muitos jornalistas estiveram envolvidos diretamente na propaganda da Primeira Guerra Mundial, a trabalhar para a Comissão de Informação Pública, criada em 1917 pelo Presidente Woodrow Wilson. A Comissão produziu mais de 6.000 comunicados, contratou mais de 75.000 pessoas para fazer pequenos discursos nos cinemas e outros sítios públicos, e mobilizou os escudeiros para distribuir nos domicílios discursos do Presidente a favor da guerra (Schudson, 1978:142).

O segundo fator que provocou a perda de fé nos fatos foi o surgimento de uma nova atividade profissional – as relações públicas – que surgiu com força nas primeiras décadas do século XX. Embora atos de publicitação fossem já comuns no fim do século XIX, um ex-jornalista, Ivy Lee, é geralmente considerado como o “pai” desta nova atividade que provocou (e ainda provoca) uma aversão por parte dos jornalistas porque as relações públicas ameaçavam a própria ideia da notícia. Com as relações públicas, as notícias pareciam tornar-se menos a reportagem dos acontecimentos e mais a reprodução de um universo de fatos que correspondiam aos interesses especiais dessas pessoas ou organizações que tinham os recursos financeiros para empregar esses consultores. Os novos profissionais de relações públicas

punham em causa noções básicas do jornalismo, como exemplifica bem a argumentação de Ivy Lee sobre os fatos. Para Ivy Lee, a propaganda, que ele definiu de uma forma muito simples como “o esforço de propagar ideias”, era aceitável, desde que o público soubesse quem era responsável por ela. Segundo Schudson, Lee baseou esta atitude em relação à propaganda numa atitude “desiludida e claramente moderna relativamente aos fatos”. “Ninguém”, disse Lee, “pode apresentar a totalidade dos fatos sobre um assunto.” Mesmo a noção dum fato ele considerava como suspeita.

O esforço de comunicar um fato absoluto é simplesmente uma tentativa de alcançar isso que é humanamente impossível. A única coisa que eu posso fazer é dar a minha interpretação dos fatos (Schudson, 1978:135).

Outro ideólogo desta nova profissão – Edward Bernays, autor do primeiro livro de relações públicas – gabava-se que o consultor de relações públicas “não era apenas o fornecedor de informações; era mais logicamente o criador de notícias” (citado em Schudson, 1978:138). Como comenta Schudson, era precisamente isso que os jornalistas temiam.

Assim, no século XX, o mundo do jornalismo estava a mudar. Era necessário reconhecer a necessidade de interpretar o mundo complexo. O jornalista norte-americano Walter Lippmann refletiu sobre essa mudança e escreveu no seu livro *Opinião Pública*, publicado em 1922: “Enquanto a nossa mente se torna ainda mais consciente da sua própria subjetividade, encontramos um sabor especial no método objetivo” (Lippmann, 1922:256). Para Lippmann, a crise da democracia ocidental no início do século XX era uma crise no jornalismo. A receita, segundo Lippmann, para os males do jornalismo era a ciência. Lippmann defendeu a posição de que a busca do método científico no jornalismo tornaria a imprensa mais profissional. Lippmann também pensou que, de uma maneira ou de outra, seria necessário melhorar a dignidade da profissão e era crucial esboçar uma formação para o jornalista.

Se, nos anos 1890, os jornalistas raramente duvidavam da possibilidade de escrever realisticamente, nos anos 1930 mesmo os jornalistas dedicados à objetividade reconheciam que a reportagem objetiva era, no fim de contas, uma meta fora do seu alcance – os perigos da subjetividade eram bem reconhecidos.

Portanto, já nos anos 1930, o valor da objetividade, desconhecido no

jornalismo antes da Primeira Guerra, parece ter entrado na linguagem vulgar dos membros da profissão. Mas, se nos anos 1930 a objetividade era no jornalismo um valor profissional articulado, era um valor que se tornou um ideal precisamente quando a impossibilidade de vencer a subjetividade na apresentação das notícias era aceite, e precisamente porque a subjetividade tinha tornado a ser vista como inevitável.

Segundo Schudson, o ideal da objetividade no jornalismo foi fundado numa confiança de que a perda de fé nos fatos era irrecuperável. Os jornalistas chegaram a acreditar na objetividade porque queriam, porque precisavam, porque eram obrigados pela simples aspiração humana de procurar uma fuga das suas próprias convicções profundas de dúvida e incerteza.

Com a ideologia da objetividade, os jornalistas substituíram uma fé simples nos fatos por uma fidelidade às regras e aos procedimentos criados para um mundo no qual até os fatos eram postos em causa.

Assim, a objetividade no jornalismo não é a negação da subjetividade, mas uma série de procedimentos que os membros da comunidade interpretativa utilizam para assegurar uma credibilidade como parte não interessada e se protegerem contra eventuais críticas ao seu trabalho. Nas palavras de Gaye Tuchman, a objetividade deve ser encarada como um “ritual estratégico”. A objetividade é um “ritual”, segundo Tuchman, porque é identificado com uma adesão a procedimentos de rotina. E esses “rituais” são “estratégicos”, segundo Tuchman, porque os jornalistas invocam os procedimentos rituais para neutralizar potenciais críticas. Para Tuchman, o termo “estratégico” denota a tática ofensiva de prevenir o ataque ou a defletir, do ponto de vista defensivo, as críticas. Escreve Tuchman:

Atacados devido a uma controversa apresentação de ‘fatos’, os jornalistas invocam a sua objetividade quase do mesmo modo que um camponês mediterrânico põe um colar de alhos à volta do pescoço para afastar os espíritos malignos (Tuchman, 1972/1993:75).

Os jornalistas acreditam que podem mitigar pressões contínuas como sejam os prazos, os possíveis processos de difamação e as repressões antecipadas dos superiores, com a argumentação de que o seu trabalho é “objetivo” porque foram seguidos procedimentos identificados com a objetividade. Tuchman identifica quatro desses procedimentos.

O primeiro é a apresentação de possibilidades conflituosas. Os jornalistas

têm de ser capazes de identificar os “fatos”, muito embora algumas pretensões de verdade não sejam facilmente verificáveis. Por exemplo, uma fonte (Fonte A) afirma “X”. O jornalista não consegue confirmar esta afirmação. Muitas vezes, o jornalista só pode determinar que a fonte A disse “X”. Os jornalistas veem a afirmação “A disse X” como um “fato”, mesmo que “X” seja falso. Mas isso cria problemas tanto ao jornalista como à empresa jornalística, porque o leitor quer supostamente saber se “X” é um “fato”, porque o leitor pode acusar tanto o jornalista como a empresa jornalística de parcialidade, caso não seja apresentada uma opinião contrária. Mesmo que o jornalista não consiga por si só confirmar a veracidade da afirmação da Fonte “A”, ele ou ela podem perguntar à fonte “B” a sua posição. Ao apresentar tanto a versão da Fonte “A”, como a da Fonte “B”, o jornalista pode, então, reivindicar que foi “objetivo” porque apresentou “os dois lados da questão” sem favorecer qualquer indivíduo ou partido político.

O segundo procedimento identificado com a objetividade é a apresentação de provas auxiliares. Há ocasiões em que os jornalistas conseguem obter provas que corroboram uma afirmação. A apresentação de provas auxiliares consiste na localização e citação de “fatos” suplementares que são geralmente aceitos como verdadeiros.

O terceiro procedimento, segundo Tuchman, é o uso judicioso das aspas. Os jornalistas veem as citações de opiniões de outras pessoas como uma forma de prova suplementar. Ao inserir a opinião de alguém, os jornalistas acham que deixam de participar na notícia e deixam os “fatos” falarem. O uso de citações faz desaparecer a presença do repórter. As citações podem ser usadas para informar: “Esta afirmação pertence a uma qualquer pessoa, menos ao jornalista”. Acrescenta Tuchman que as citações podem também ser utilizadas para pôr em questão a designação atribuída. Por exemplo, o termo Nova Esquerda (sem aspas) refere-se a um grupo de pessoa com determinado posicionamento político. A “Nova Esquerda” (com aspas) refere-se a um grupo que se intitula Nova Esquerda: neste caso, a legitimidade do grupo é posta em causa.

O quarto procedimento identificado com a objetividade é a estruturação da informação numa sequência apropriada. A estruturação da informação numa sequência apropriada é também um procedimento destinado a indicar a

objetividade, procedimento esse que é um atributo formal das notícias. A informação mais importante relativa a um acontecimento é suposta ser apresentada no primeiro parágrafo; a estrutura da notícia assemelha-se a uma pirâmide invertida. Para Tuchman, esse procedimento, como um procedimento identificado com a objetividade, é o mais problemático, porque a escolha do *lead* (o primeiro parágrafo da notícia) é da responsabilidade do jornalista. O jornalista não pode dizer que a escolha pertence a outra pessoa qualquer. O jornalista só pode invocar o seu profissionalismo para justificar que o *lead* escolhido é válido devido à sua perspicácia profissional, ou seja, à sua capacidade de escolher “objetivamente” entre “fatos” concorrentes, para decidir quais os “fatos” que são mais “importantes” ou “interessantes”.

Até certo ponto, as dificuldades do jornalista são mitigadas pela fórmula familiar de que a notícia se preocupa com o “quem”, o “quê”, o “quando”, o “onde”, o “porquê” e o “como”, isto é, os chamados “seis servidores” de um *lead*. Assim, se o jornalista puder afirmar que foi atrás das “coisas mais materiais”, explica Tuchman, ele ou ela podem dizer que foram “objetivos”.

Sem dúvida, a objetividade é útil aos jornalistas. A objetividade traça os métodos que o jornalista deve seguir. Forçado pela exigência de rapidez, o jornalista precisa de métodos que possam ser aplicados fácil e rapidamente. Assim, a objetividade ajuda o jornalista a vencer as “horas de fechamento”. Como nota Phillips, a objetividade evita a necessidade de os jornalistas escolherem entre reivindicações da verdade contraditórias. Escreve Phillips (1976b:70):

A maioria dos jornalistas são generalistas, e não especialistas ou ‘*experts*’ numa área específica. Porque os repórteres não podem ou não querem usar nem os seus próprios sentimentos acerca da evidência externa, nem o seu julgamento da experiência da fonte com assuntos complexos, nem critérios científicos para julgar reivindicações de verdade. Tendem a evitar fazer afirmações cuja verdade não possa ser facilmente provada ou refutada (1976b:70).

A objetividade facilita a standardização do produto e permite que os jornalistas sejam utilizados indiscriminadamente, ou seja, como um recurso permutável. Assim, a objetividade poupa energias à organização porque, em princípio, as notícias elaboradas passam pela hierarquia do jornal sem grandes alterações. Phillips (1977:69) escreve que a objetividade faz sentido em termos das necessidades da organização.

A objetividade é também um importante mecanismo pelo qual o

profissional das notícias reivindica a “legitimidade”. Tanto Gitlin (1979) como Phillips (1976b) sublinharam este ponto. Escreve Phillips (1976b:63):

Durante muitos anos, uma série de convenções ou cânones de ‘objetividade’ têm servido de esquema protetor. Estes cânones, baseados em vagas noções de equilíbrio, justiça, exatidão e neutralidade na escolha e edição de notícias, atuavam como salvaguardas da autoridade legítima do jornalista.

Soloski (1989:214) salienta que a objetividade, como os jornalistas a praticam, é um meio eminentemente prático de lidar com as necessidades complexas dos jornalistas e das suas organizações noticiosas. Soloski vai mais longe, defendendo que o próprio profissionalismo deve ser encarado como um método eficiente e econômico através do qual as organizações jornalísticas controlam o comportamento dos repórteres e editores.

Apesar de todas as críticas à objetividade, o jornalismo moderno está indiscutivelmente associado a uma noção de equidistância entre o profissional do campo jornalístico e os diversos agentes sociais, atuando com justiça, ouvindo as diversas perspectivas, mantendo a sua independência. Mesmo os proponentes do movimento de renovação do jornalismo norte-americano, o “jornalismo cívico”, que encara o valor de objetividade como um inimigo a abater, não encontram uma forma de o substituir e reconhecem que uma noção de equidistância é vital para a credibilidade do jornalismo (Rosen, 1993/2000).

O fato é que a definição da postura do profissional do campo jornalístico não é da exclusiva responsabilidade dos próprios “agentes especializados”; a própria sociedade, com base na aceitação consensual da teoria democrática, influencia fortemente a definição da postura profissional dos membros desta comunidade. A objetividade, ou uma outra designação de uma noção de equilíbrio (balance), está associada pela esmagadora maioria dos cidadãos ao papel do jornalista, e é consagrada nas leis que estabelecem as balizas do comportamento dos profissionais, em particular os que trabalham nas empresas de comunicação social do setor público. Está presente, pelo menos de uma forma implícita, se não explicitamente, nos códigos deontológicos dos jornalistas nos países democráticos e está no centro de toda uma mitologia que representa os jornalistas em diversas narrativas que ocupam um papel central na cultura profissional.

---

7 No Brasil, história em quadrinhos. (NR)

## Capítulo 6

### ***As teorias do jornalismo***

**A** pesar da emergência de novas tecnologias, como a internet, em que os cidadãos poderão ter acesso direto a inúmeros documentos, as previsões mais catastróficas sobre o futuro do jornalismo parecem prematuras e talvez erradas – a chegada do *cibermedia* bem pode reforçar o papel dos jornalistas nas sociedades contemporâneas. Qual é o papel dos jornalistas na produção das notícias? Por que as notícias são como são? Afinal, qual é o papel do jornalismo na sociedade – um campo aberto que todos os agentes sociais podem mobilizar para as suas estratégias comunicacionais ou um campo fechado a serviço do *status quo*?

Estas questões foram objeto de diversos estudos sobre o jornalismo, que teve o mérito de produzir uma vasta literatura constituída por milhares de livros e artigos que ocupariam inúmeras estantes em qualquer biblioteca. O estudo do jornalismo constitui um campo científico com já longas tradições que predatam a criação de curso de Mestrado e de Doutorado nos anos 30 do século XX nos Estados Unidos.

Por que as notícias são como são? Seria errôneo querer sugerir que o estudo do jornalismo desenvolvido ao longo do século XX até hoje fornece uma resposta cabal. As décadas de investigação acadêmica testemunham a sabedoria da socióloga norte-americana Gaye Tuchman quando escreveu que, embora o propósito de fornecer relatos dos acontecimentos julgados significativos e interessantes pareça ser claro, esse objetivo é, como outros fenômenos simples, inextricavelmente complexo.

Ao longo de várias décadas, e depois de muitos estudos realizados sobre o jornalismo, é possível esboçar a existência de várias teorias que tentam responder à pergunta porque as notícias são como são, reconhecendo o fato de que a utilização do termo “teoria” é discutível, porque pode também significar aqui somente uma explicação interessante e plausível, e não um conjunto elaborado e interligado de princípios e proposições. De notar, também, que estas teorias não se excluem mutuamente, ou seja, não são puras ou necessariamente independentes umas das outras.

## A teoria do espelho

Toda profissão é sobrecarregada de imagens, mas talvez outra não seja tão rodeada de mitos como a do jornalismo. De fato, o poder do mítico tem envolvido a profissão de jornalismo de tal maneira que muitas vezes os jornalistas são apresentados como os Davids da sociedade matando os Golias – uma forma não menos poética de conceber o jornalismo como um *contrapoder*, como é explicitamente conceituado pelos teóricos da democracia, e o seu produto é apresentado como sendo uma transmissão não expurgada da realidade, um *espelho*.

A primeira “teoria” oferecida para explicar porque as notícias são como são é a teoria oferecida pela própria ideologia profissional dos jornalistas (pelo menos nos países ocidentais). É a teoria mais antiga e responde que as notícias são como são porque a realidade assim as determina.

Central à teoria é a ideia-chave de que o jornalista é um *comunicador desinteressado*, isto é, um agente que não tem interesses específicos a defender e que o desviam da sua missão de *informar, procurar a verdade*, contar o que aconteceu, *doar a quem doar*.

Os fragmentos da teoria desenvolveram-se nalguns países mais desenvolvidos enquanto os meios de comunicação social, na altura a imprensa, cresceu como uma indústria. Com esse crescimento, houve um duplo processo que decorre todo o século XIX e prossegue no século XX: a comercialização do jornalismo e a profissionalização dos seus agentes, os jornalistas. Concomitantemente, o desenvolvimento das estruturas de um governo democrático promoveu todo um discurso social em que o papel dos media e a responsabilidade dos seus profissionais apontam claramente no sentido de definir um *ethos* profissional dos novos comunicadores. Um novo paradigma das notícias como informação iria substituir, com ritmo e intensidade diversa nos diversos espaços nacionais, o velho paradigma que concebe o papel dos meios de comunicação social como arma política e os jornalistas como militantes partidários. Com o novo paradigma das notícias como informação, o papel do jornalista é definido como o do observador que relata com honestidade e equilíbrio o que acontece, cauteloso em não emitir opiniões pessoais. O desenvolvimento desta concepção, que é ainda hoje o padrão dominante no campo jornalístico ocidental, tem dois momentos históricos

cruciais que seria útil recordar.

Primeiro, como já tivemos a oportunidade de ver, surge em meados do século XIX com um *novo jornalismo* – o jornalismo de informação – a ideia-chave da separação entre “fatos” e “opiniões”. Em 1856, o correspondente em Washington da agência noticiosa *Associated Press* pronunciou o que ia ser a Bíblia desta nova tradição jornalística: “O meu trabalho é comunicar fatos: as minhas instruções não permitem qualquer tipo de comentários sobre os fatos, sejam eles quais forem” (Read, 1976:108). Aliás, as agências noticiosas foram as defensoras mais ardentes desse *novo jornalismo* (Siebert, 1956) e o seu desenvolvimento teve lugar na França (a agência *Havas*), nos Estados Unidos (a agência *Associated Press*), na Inglaterra (a agência *Reuters*) e na Alemanha (a agência *Wolfe*) entre 1830 e 1860. Ainda hoje são o protótipo deste jornalismo no qual “a mensagem dita ‘informativa’, que o nosso século tem tendência a valorizar sem a denominação de objetividade, é suposta dar a palavra e deixar exprimir a realidade” (Chatelat, 1979:30). Como escreve Anthony Smith (1980), é no século XIX, numa época em que o positivismo é reinante, que todo o esforço intelectual, tanto na ciência como na filosofia, como ainda na sociologia e outras disciplinas, ambicionava imitar esse novo invento – a máquina fotográfica – que parecia ser o espelho, há muito procurado, capaz de reproduzir o mundo real.

O segundo momento histórico tem lugar no século XX com o surgimento do conceito de objetividade nos anos 20 e 30 nos Estados Unidos. Embora o conceito de objetividade seja hoje visto erradamente como a negação da subjetividade e um reforço da fé nos fatos, Michael Schudson explica que o ideal da objetividade não foi a expressão final de uma convicção nos fatos mas a afirmação de um método concebido em função de um mundo no qual mesmo os fatos não eram merecedoras da confiança devido ao surgimento de uma nova profissão, Relações Públicas, e a tremenda eficácia da propaganda verificada na Primeira Guerra Mundial.

Com a ideologia de objetividade, os jornalistas substituíram uma fé simples nos fatos por uma fidelidade às regras e procedimentos criados para um mundo no qual até os fatos eram postos em dúvida (Schudson, 1978:122).

Neste período histórico, o influente jornalista Walter Lippmann (1922) avogou no seu célebre livro *Opinião Pública* que os jornalistas precisavam

procurar no método científico e nos procedimentos profissionais o antídoto para a subjetividade.

A ideologia jornalística defende uma relação epistemológica com a realidade que impede quaisquer transgressões de uma fronteira indubitável entre realidade e ficção, havendo sanções graves impostas pela comunidade profissional a qualquer membro que viole essa fronteira. O *ethos* dominante, os valores e as normas identificadas com um papel de árbitro, os procedimentos identificados com o profissionalismo, faz com que dificilmente os membros da comunidade jornalística aceitem qualquer ataque à teoria do espelho porque a legitimidade e a credibilidade dos jornalistas estão assentes na crença social de que as notícias refletem a realidade, que os jornalistas são imparciais devido ao respeito às normas profissionais e asseguram o trabalho de recolher a informação e de relatar os fatos, sendo simples mediadores que “reproduzem” o acontecimento na notícia.

Certamente as notícias são um produto centrado no referente, onde a invenção e a mentira são violações das mais elementares regras jornalísticas. Assim, o referente, ou seja “a realidade”, não pode deixar de ser um fator determinante do conteúdo noticioso.

Mas a teoria do espelho, intimamente ligada à própria legitimidade do campo jornalístico, é uma explicação pobre e insuficiente, que tem sido posta em causa repetidamente em inúmeros estudos sobre o jornalismo e, na maioria dos casos, sem qualquer intuito de pôr em causa a integridade dos seus profissionais.

## **A teoria da ação pessoal ou a teoria do gatekeeper**

Na literatura acadêmica sobre o jornalismo, a primeira teoria que surgiu foi a teoria do *gatekeeper* avançado nos anos 1950 por David Manning White. White foi o primeiro a aplicar o conceito ao jornalismo, originando assim uma das tradições mais persistentes e prolíferas na pesquisa sobre as notícias.

O termo *gatekeeper* refere-se à pessoa que toma uma decisão numa sequência de decisões; foi introduzido pelo psicólogo social Kurt Lewin num artigo, publicado em 1947, sobre as decisões domésticas relativas à aquisição de alimentos para a casa.

Nesta teoria, o processo de produção da informação é concebido como

uma série de escolhas onde o fluxo de notícias tem de passar por diversos *gates*, isto é, “portões” que não são mais do que áreas de decisão em relação às quais o jornalista, isto é o *gatekeeper*, tem de decidir se vai escolher essa notícia ou não. Se a decisão for positiva, a notícia acaba por passar pelo “portão”; se não for, a sua progressão é impedida, o que na prática significa a sua “morte” porque significa que a notícia não será publicada, pelo menos nesse órgão de informação.

Publicado em 1950, o já clássico estudo de David Manning White baseia-se numa pesquisa sobre a atividade de um jornalista de meia-idade num jornal médio norte-americano, Mr. Gates, que anotou durante uma semana os motivos que o levaram a rejeitar as notícias que não usou.

A conclusão de White é que o processo de seleção é subjetivo e arbitrário; as decisões do jornalista eram altamente subjetivas e dependentes de juízos de valor baseados no “conjunto de experiências, atitudes e expectativas do *gatekeeper*”. Assim, numa teoria que Schudson (1989) designa de “ação pessoal”, as notícias são explicadas como um produto das pessoas e das suas intenções.

Escreve White (1950/1993:145):

É somente quando analisamos as razões apresentadas por “Mr. Gate” para a rejeição de quase nove décimos das notícias (na sua procura do décimo para o qual tem espaço) que começamos a compreender como a comunicação de ‘notícias’ é extremamente subjetiva e dependente de juízos de valor baseados na experiência, atitudes e expectativas do *gatekeeper*. Neste caso particular, os 56 enunciados apresentados podem ser divididos em duas categorias principais: 1) rejeição do incidente devido à sua pouca importância, e 2) seleção a partir de muitos relatos do mesmo acontecimento.

Acrescenta White (p. 147): “É interessante observar que quanto mais tarde no dia chegaram as notícias, maior era a proporção da anotação ‘sem espaço’ ou ‘serviria’”.

A teoria do *gatekeeper* analisa as notícias apenas a partir de quem as produz: o jornalista. Assim, é uma teoria que privilegia apenas uma abordagem microssociológica, ao nível do indivíduo, ignorando por completo quaisquer fatores macrossociológicos, ou mesmo, microssociológicos como a organização jornalística. É, assim, uma teoria que se situa ao nível da pessoa jornalista, individualizando uma função que tem uma dimensão burocrática inserida numa organização. No nível individual, a teoria avança uma explicação quase exclusivamente psicológica.

A teoria do *gatekeeper* avança igualmente uma concepção bem limitada do trabalho jornalístico, sendo uma teoria que se baseia no conceito de “seleção”, minimizando outras dimensões importantes do processo de produção das notícias, uma visão limitada do processo de produção das notícias.

Outros estudos põem em causa as conclusões de White. Os estudos de McCombs e Shaw (1976) e Hirsch (1977) reanalisaram os dados de White e apontaram a semelhança das proporções de notícias das diversas categorias utilizadas pelo serviço das agências e as notícias selecionadas por “Mr. Gates”. Hirsch concluiu que o jornalista exerceu a sua liberdade dentro de uma latitude limitada e que a grande maioria das razões apresentadas por “Mr. Gates” refletiu o peso de normas profissionais e não razões subjetivas.

Num estudo sobre dezesseis jornalistas com as mesmas responsabilidades que “Mr. Gates”, Gieber (1956) refuta as conclusões de White. Gieber concluiu que o fator predominante sobre o trabalho jornalístico era o peso da estrutura burocrática da organização, e não as avaliações pessoais do jornalista que, segundo Gieber, “raramente” entravam no processo de seleção. Noutro artigo, Gieber (1964) escreve que as notícias só podem ser compreendidas se houver uma compreensão das “forças sociais” que influenciam a sua produção.

## **A teoria organizacional**

Foi precisamente numa revista com o nome “Forças Sociais” que Warren Breed publicou o primeiro estudo que avançou uma nova teoria – *a teoria organizacional*.

Esta teoria alarga a perspectiva teórica – do âmbito individual a um nível mais vasto, a organização jornalística. No seu estudo, igualmente um clássico dos estudos do jornalismo, intitulado *Controle social da redação: Uma análise funcional*, Breed insere o jornalista no seu contexto mais imediato, a organização para a qual trabalha.

Breed sublinha a importância dos constrangimentos organizacionais sobre a atividade profissional do jornalista e considera que o jornalista se conforma mais com as normas editoriais da política editorial da organização do que com quaisquer crenças pessoais que ele ou ela tivesse trazido consigo.

O sociólogo norte-americano escreve que o jornalista acaba por ser “socializado” na política editorial da organização através de uma sucessão sutil

de recompensa e punição. Escreve Breed (1955/1993:154):

O primeiro mecanismo que promove o conformismo é a socialização do redator no que diz respeito às normas do seu trabalho. Quando o jornalista inexperiente começa o seu trabalho, não lhe é dita qual é a política editorial. Nem nunca será. Isto pode parecer estranho, mas as entrevistas, uma após outra, vieram-no confirmar.

Breed sublinha que os pontos de vista da direção da empresa jornalística chegam a controlar o trabalho do jornalista *au fils du temps* (“ao longo do tempo”), sobretudo por um *processo de osmose...* Escreve Breed (1955/1993:155):

Todos, com a exceção dos novos, sabem qual é a política editorial. Quando interrogados, respondem que a aprendem ‘por osmose’. Em termos sociológicos, isto significa que se socializam e ‘aprendem as regras’ como um neófito numa subcultura. Basicamente, a aprendizagem da política editorial é um processo através do qual o novato descobre e interioriza os direitos e as obrigações do seu estatuto, bem como as suas normas e valores. Aprende a antever aquilo que se espera dele, a fim de obter recompensas e evitar penalidades.

Assim, na teoria organizacional, a ênfase está num processo de socialização organizacional em que é sublinhada a importância de uma *cultura organizacional*, e não uma *cultura profissional*.

Breed identifica seis fatores que promovem o conformismo com a política editorial da organização:

1. **A autoridade institucional e as sanções** – Para Breed, é verdadeiro o fato de os jornalistas ainda recearem as punições. Escreve Breed (1955/1993:157) “(O) mito diz que o brilhante repórter errante é retirado dos assassinios e colocado na necrologia ‘a câmara de tortura chinesa da redação’”. É um dos tipos de punições que Breed menciona, a atribuição das tarefas: a chefia tem o poder de decidir quem irá fazer a cobertura de que acontecimentos e nem todos os acontecimentos são encarados da mesma forma, havendo tarefas que a maioria dos jornalistas considera mais interessantes e outras menos agradáveis. Outros tipos de punições identificados por Breed são: 1) as alterações das peças, por exemplo, a reescrita do texto ou a introdução de cortes no trabalho elaborado pelo jornalista; 2) a colocação da peça no produto jornalístico, havendo um consenso jornalístico que é melhor ter uma peça na primeira página do que nas páginas interiores; 3) a assinatura ou não assinatura da peça, havendo aqui também consenso entre os membros da tribo jornalística que a publicação do nome do jornalista é sempre desejável.

**2. Os sentimentos de obrigação e de estima para com os superiores** – Breed sublinha que, com o tempo, podem ser criados laços de amizade. Assim, o jornalista pode sentir sentimentos de obrigação para com a empresa. Pode ainda sentir respeito, admiração e agradecimentos para com jornalistas mais experientes que o tenham ensinado. Escreve Breed (1955/1993:158):

Deve-se respeito aos jornalistas mais velhos que tenham servido de modelo aos calouros ou que tenham, de qualquer outro modo, prestado ajuda. Tais obrigações e sentimentos pessoais calorosos para com os superiores têm um papel estratégico no seu ‘aliciamento’ para o conformismo.

**3. As aspirações de mobilidade** – Segundo Breed, a grande maioria dos jornalistas mostra desejos de alcançar uma posição de relevo. No seu estudo, descobre que os jornalistas concordavam em que lutar contra a orientação da política editorial do jornal constituía uma grande obstáculo para os avanços na carreira. Escreve Breed (1955/1993:158): “Na prática, alguns mais teimosos salientaram que uma boa tática para avançarem era arranjar ‘grandes’ ‘estórias’ na primeira página”.

**4. A ausência de grupos de lealdade em conflito** – Segundo Breed, o local de trabalho dos jornalistas é relativamente pacífico, e as organizações sindicais não têm interferido em assuntos internos.

**5. O prazer da atividade** – Breed escreve que os jornalistas gostam do seu trabalho; as tarefas são interessantes e existe um ambiente de cooperação na sala de redação. Escreve Breed (1955/1993:158): “O *staffer* tem um estatuto menos formal do que os executivos, mas não é tratado como um ‘trabalhador’”. Breed menciona diversas gratificações não financeiras que os jornalistas têm, nomeadamente a variedade de experiência; o testemunho pessoal de acontecimentos significantes e interessantes; ser o primeiro a saber; obter “informações secretas” negadas a leigos; conhecer e conviver com pessoas notáveis e célebres.

Escreve Breed (1955/1993:159): “Os jornalistas estão próximos das grandes decisões sem terem de as tomar; tocam no poder sem serem responsáveis pela sua prática”.

**6. As notícias como valor** – As notícias são um valor máximo; o seu

trabalho é um trabalho de 24 horas; as notícias são um desafio constante. Assim, o jornalista investe na realização desse objetivo: obter mais notícias e não contestar a política editorial da empresa. É preciso ir em busca das notícias; é preciso vencer a hora de fechamento; assim a harmonia entre os jornalistas e a direção é cimentada pelos seus interesses comuns pela notícia.

Escreve Breed (1955/1993:160):

Qualquer potencial conflito entre os dois grupos, tais como greves de zelo de grupos de trabalho na indústria, seria prontamente dissipado, dado que a notícia é um valor positivo. A solidariedade dentro da sala de redação é, assim, reforçada.

Dessa maneira, Breed defende que os seis fatores promovem o conformismo com a política editorial da empresa jornalística. Acrescenta que cinco destes fatores parecem ser constantes e ocorrem em todos os jornais estudados. O fator variável é o segundo: a obrigação e a estima que os jornalistas mantêm pela direção e pelos jornalistas mais antigos. Segundo Breed, este segundo fator parece ser a variável ativa determinante, não só do conformismo para com a política editorial da empresa, mas também da moral e do bom desempenho profissional.

Breed reconhece que um determinismo, ou melhor dito, um “ditatorialismo” organizacional seria de difícil implementação, devido à natureza do trabalho jornalístico e a um mínimo de autonomia profissional que ela exige. Ainda mais: qualquer tentativa de obrigar o jornalista a seguir uma dada política constituiria um tabu ético e uma clara afronta a um dos pilares da legitimidade profissional, a independência do jornalista.

Breed aponta cinco fatores dentro da área de influência do jornalista que o ajudam a iludir o controle da empresa:

1) as normas da política editorial nem sempre são completamente claras, uma vez que muitas são vagas e não estruturadas;

2) os diretores podem ignorar certos fatos específicos e os jornalistas empregados, que têm o trabalho de andar a pé e de telefonar, para obter notícias, podem utilizar os seus melhores conhecimentos na subversão da política editorial. Tendo por base tanto as crenças pessoais como os códigos profissionais, o jornalista-empregado tem a opção de seleção em muitos momentos. Pode decidir quem entrevistar e quem ignorar, que perguntas fazer, que citações anotar e, ao escrever o artigo, que itens realçar, quais a enterrar e,

de um modo geral, que tom dar aos vários elementos possíveis da notícia.

3) Além da tática da “pressão”, explorando a ignorância dos executivos de certos fatos minúsculos, os jornalistas-empregados podem utilizar a tática da “prova forjada”. Embora a política editorial de um jornal possa entender não dar destaque a um determinado assunto, um jornalista-empregado que obtenha uma boa ‘estória’ sobre esse assunto pode “publicá-la” num outro jornal através de um jornalista amigo e apresentá-la ao seu próprio editor, alegando que a matéria se tornou demasiado importante para a ignorar.

4) Em relação a certo tipo de ‘estórias’, o jornalista tem maior autonomia, nomeadamente: a) no *beat story* – quer dizer, na sua ronda habitual. Nenhum editor interferirá na sua ação, podendo assim o repórter ganhar a função de “editor”. É ele ou ela que, até certo ponto, pode selecionar quais as ‘estórias’ a continuar, quais a ignorar. Vários casos resultam em entrevistas de fontes regulares do beat (ronda) que abafaram ‘estórias’ que sabiam que poderiam vir a fornecer combustível para a política editorial. Nestes casos, a cooperação entre supostos repórteres rivais é essencial; b) a ‘estória’ iniciada pelo próprio jornalista.

5) O “estatuto” do jornalista – Os jornalistas-empregados com um “estatuto” de “estrela” podem mais facilmente transgredir a política editorial.

Estes cinco fatores, segundo Breed, indicam que, sob certas condições, os controles que levam ao conformismo com a política editorial da empresa jornalística podem ser ultrapassados.

A conclusão de Breed é que a linha editorial da empresa jornalística é geralmente seguida, e que a descrição da dinâmica situação sociocultural da redação sugerirá explicações para esse conformismo. A fonte de recompensas do jornalista não se localiza entre os leitores, que são manifestamente os seus clientes, mas entre os seus colegas e superiores. Em vez de aderir a ideais sociais e profissionais, o jornalista redefine os seus valores até ao nível mais pragmático do grupo redatorial.

Outros estudos do jornalismo demonstram também a importância da organização jornalística (Rosten, 1937; Gieber, 1956; Bogart, 1968; Sigelman, 1973; Nimmo, 1964). Na opinião do académico britânico James Curran (1990), a autonomia do jornalista é uma “autonomia consentida”, isto é, a autonomia do jornalista é permitida enquanto for exercida em conformidade com os

requisitos da empresa jornalística.

Assim, segundo a *teoria organizacional*, as notícias são o resultado de processos de interação social que têm lugar dentro da empresa jornalística. O jornalista sabe que o seu trabalho vai passar por uma cadeia organizacional em que os seus superiores hierárquicos e os seus assistentes têm certos poderes e meios de controle. O jornalista tem que se antecipar às expectativas dos seus superiores para evitar os retoques dos seus textos (trabalho suplementar para a organização) e as reprimendas – dois meios que fazem parte do sistema de controle, e que podem ter efeitos sobre a manutenção ou não do seu lugar, a escolha das suas tarefas, e a sua promoção – quer dizer, nada menos do que a sua carreira profissional.

Segundo a teoria organizacional, o trabalho jornalístico é influenciado pelos meios de que a organização dispõe. Assim, esta teoria aponta para a importância do fator econômico na atividade jornalística. Aliás, como iremos ter a oportunidade de sublinhar na apresentação de uma das vertentes da teoria de *ação política*, o fator econômico é determinante na resposta dada à pergunta porque as notícias são como são.

O jornalismo é também um negócio. Todas as empresas jornalísticas, com a exceção das empresas públicas, enfrentam mais tarde ou mais cedo a tirania do balanço econômico final, ou seja, a comparação entre os custos e as receitas. As receitas provêm essencialmente das vendas e da publicidade. O espaço ocupado pela publicidade intervém diretamente na produção do produto jornalístico. Por exemplo, na imprensa, os jornalistas enchem o espaço deixado em aberto pela publicidade. Assim, o espaço disponível para a informação, ou seja, as notícias, é antes de mais nada determinado pela publicidade. Na televisão, a publicidade impõe sobretudo a lógica das audiências, seguindo a lógica “mais audiências, mais receitas publicitárias”. Assim sendo, o conteúdo noticioso do jornal televisivo pode ser influenciado pela dimensão econômica: são incluídos no noticiário os acontecimentos noticiosos que julgam ser do maior interesse para o maior número de público. Temos aqui o problema do sensacionalismo no jornalismo, acentuado ainda mais pela lógica da concorrência. A procura do lucro poderá levar a empresa jornalística à crescente utilização de critérios econômicos, nomeadamente o recurso às técnicas de *marketing*. Aqui a lógica é vender brinquedos, vídeos, enciclopédias, etc., e não informação.

O jornalismo tem custos, a começar pela contratação de jornalistas e pelos vencimentos oferecidos a eles. A análise da imprensa regional portuguesa – em geral, empresas com fracos recursos econômicos – aponta para a importância da dimensão econômica. Com poucos recursos econômicos, muitas empresas jornalísticas regionais têm sérias dificuldades em contratar profissionais de tempo integral e oferecer vencimentos que sejam atrativos.

Devido aos custos e à lógica do lucro, são impostos constrangimentos ao trabalho jornalístico pelo orçamento da empresa. Num programa de Artur Albarran, o então jornalista sublinha esse mesmo ponto: pode não haver recursos suficientes que permitam à empresa cobrir todos os acontecimentos com valor-notícia e, ainda mais, para desenvolver outras iniciativas, como reportagens de fundo. Acrescentam-se outras vertentes importantes: a) os correspondentes no estrangeiro; b) o envio de correspondentes para a cobertura de acontecimentos no estrangeiro; c) a assinatura de serviços especiais.

Assim, a extensão da rede que a empresa coloca para “captar” os acontecimentos e as problemáticas não pode deixar de estar relacionada com os recursos econômicos da empresa jornalística. A produção de notícias é influenciada pela repartição dos recursos da empresa jornalística. Não é possível “ir a todas”. É necessário tomar decisões em relação aos acontecimentos que serão cobertos, isto é, que serão agarrados pela empresa jornalística e transformados em notícia.

A dimensão econômica enfatiza a percepção da notícia como um produto que deve ser inserido na relação existente entre o produtor e o cliente e satisfazer as exigências do cliente.

Assim, a notícia, que é um produto perecível, deve chegar ao cliente o mais rapidamente possível para ser utilizada. Uma ideia muito propagada nas sedes das agências de notícias é que a notícia que chega primeiro será a primeira a ser utilizada durante todo o ciclo de notícias sobre esse acontecimento.

A dimensão econômica poderá igualmente enfatizar a dinâmica da concorrência entre as empresas jornalísticas, nomeadamente na luta pelo furo jornalístico.

A um nível mais vasto, a dimensão econômica na era da globalização reforça a procura de “sinergias”. Este aspecto levanta questões como: a) as

estratégias “multimídia”; e b) a problemática da concentração dos meios de comunicação social. Diversos autores lançam o alerta contra as consequências negativas desta tendência, nomeadamente a homogeneização dos conteúdos mediáticos e a limitação ao pluralismo de opiniões nos *media*.

Dentro da *teoria organizacional*, alguns académicos investigam as variáveis que podem intervir no funcionamento da empresa. Nesta linha de pesquisa, foram identificados como importantes os seguintes fatores: 1) O papel do diretor no funcionamento da empresa, distinguindo a diferença entre diretores ativos e passivos; 2) Outro fator é o tamanho da empresa. O tamanho da empresa influencia: a) o grau de especialização dos jornalistas – havendo mais especialização nas grandes empresas; b) a dinâmica comunicacional dentro da empresa – havendo menos comunicação interativa nas grandes empresas; c) o grau de autonomia do jornalista – havendo mais autonomia nas pequenas empresas, porque há diferentes estruturas de autoridade. Nas pequenas empresas, a estrutura é mais flexível, enquanto nas grandes empresas as estruturas de controle são mais formais e mais centralizadas.

## **As teorias de ação política**

As teorias do *gatekeeper* e a organizacional surgiram na década dos anos 1950. Nos anos 1960, em diversos países, a onda de protesto invadiu o espaço sacrossanto das universidades e colocou os seus membros perante as dúvidas emergentes e a necessidade de novas perguntas. Assim, a nova fase de investigação é marcada pelo crescente interesse na ideologia (Hall, 1977; Glasgow University Media Group, 1976), estimulado pela influência de certos autores marxistas, como o italiano Antônio Gramsci, bem como pela redescoberta da natureza problemática da linguagem, como exemplificada pela escola semiótica francesa (Barthes, 1967) e a escola culturalista britânica (Hall et. al., 1978).

Assim, a riqueza da explosão dos estudos sobre jornalismo a partir da década dos 1970 não se mede só através da quantidade de trabalhos publicados, mas também pelas novas preocupações e perspectivas. Certamente, como escreve Gaye Tuchman (1991), a nova fase dos estudos noticiosos alargou o âmbito das suas preocupações do nível do indivíduo, ao nível da organização, ao nível da comunidade profissional. Na nova fase de investigação, a relação

entre o jornalismo e a sociedade conquista uma dimensão central: o estudo do jornalismo debruça-se sobre as implicações políticas e sociais da atividade jornalística, o papel social das notícias, e a capacidade do Quarto Poder em corresponder às enormes expectativas em si depositadas pela própria *teoria democrática*.

Assim, emerge nos anos 1970 um novo filão de investigação conhecido como os estudos da *parcialidade (news bias studies)* (Cirino, 1970; Efron, 1971; Lowry, 1971; Russo, 1971-72; Pride e Wamsley, 1972; Meadow, 1973; Palmer e Abrahamson, 1973; Hofstetter, 1976). Não é de estranhar o fato de que os acadêmicos tenham adotado a parcialidade (e o seu oposto, a objetividade) como um conceito organizativo em muitos estudos do jornalismo. Como escreve Hackett (1984/1993:102): “Numerosas análises de conteúdo têm procurado avaliar a objetividade da cobertura noticiosa de campanhas eleitorais, assuntos controversos, políticas, instituições, movimentos, ou políticos.

A própria teoria democrática influencia fortemente a definição social da postura profissional dos profissionais do Quarto Poder. A objetividade, ou o que se aceita como seu oposto, a parcialidade, são conceitos que a maioria dos cidadãos associa ao papel do jornalismo e que são consagrados nas leis que estabelecem as balizas do comportamento dos órgãos de comunicação social, em particular do setor público. Estão presentes, pelo menos de uma forma implícita, se não explicitamente, nos códigos deontológicos dos jornalistas e estão no centro de toda uma mitologia que coloca os jornalistas no papel de “servidor do público” que procura a verdade, no papel de “cão de guarda” que protege os cidadãos contra os abusos do poder, no papel de *contrapoder* que atua a quem doer, no papel de “herói” do sistema democrático (Ungaro, 1992).

O filão de investigação em torno dos chamados estudos da parcialidade parte do princípio de que as notícias devem refletir a realidade sem distorção. Neste filão, a questão de pesquisa é precisamente se houve ou não distorção, aceitando o princípio de que é possível reproduzir a realidade. Diversos estudos foram realizados com conclusões diferentes e mesmo opostas. Os estudos de Efron (1971), Kristol (1975) e, em particular, de Lichter, Rothman e Lichter (1986), com o seu título sugestivo *A elite mediática*, argumentam que os jornalistas constituem uma “nova classe” com claras parcialidades políticas que

“distorcem” as notícias para a propagação das suas opiniões anticapitalistas. No sentido político oposto, Chomsky e Herman (1979) argumentam que a cobertura noticiosa norte-americana da repressão no chamado “Terceiro Mundo” e o papel do governo norte-americano em tal repressão são distorcidos pela subordinação dos *media* aos interesses e perspectivas das elites políticas e econômicas dos Estados Unidos da América. Para Herman e Chomsky, as notícias são “propaganda” que sustenta o sistema capitalista.

Assim, nas *teorias de ação política*, os *media* noticiosos são vistos de uma forma instrumentalista, isto é, servem objetivamente certos interesses políticos: na versão de esquerda, os *media* noticiosos são vistos como instrumentos que ajudam a manter o sistema capitalista; na versão de direita, servem como instrumentos que põem em causa o capitalismo. Seja de esquerda ou de direita, estas teorias defendem a posição de que as notícias são distorções sistemáticas que servem os interesses políticos de certos agentes sociais bem específicos que utilizam as notícias na projeção da sua visão do mundo, da sociedade etc.

Na versão de direita, defendida nos estudos de Kristol (1975) e Efron (1971), o argumento é que os *media* norte-americanos, particularmente as grandes cadeias de televisão, fazem parte de uma “nova classe” de burocratas e intelectuais que tem interesse em expandir a atividade reguladora do Estado à custa das empresas privadas. Esta “nova classe” utiliza os *media* na propagação das suas opiniões anticapitalistas.

Noutra expressão desta versão da teoria, os autores Rotham e Lichter (1986) analisaram “composição social” e os valores dos jornalistas norte-americanos e chegaram à conclusão de que os jornalistas têm valores mais à esquerda que a população norte-americana e constituem uma “nova classe” que é anticapitalista.

Nesta versão, a teoria atribui aos jornalistas um papel ativo, sendo aqui o bode expiatório dos males do produto jornalístico. Numa análise destes autores, Robert Hackett sublinha que alguns dos pressupostos desta versão da teoria são: a) os jornalistas detêm o controle pessoal sobre o produto jornalístico; b) os jornalistas estão dispostos a injetar as suas preferências políticas no conteúdo noticioso; c) os jornalistas enquanto indivíduos têm valores políticos coerentes e, a longo prazo, estáveis. Nesta versão da teoria, os valores coletivos dos jornalistas são considerados substancialmente diferentes

dos da população em geral.

Na versão de esquerda da teoria de ação política das notícias, o papel dos jornalistas é pouco relevante, mesmo quase invisível, reduzidos à função de executantes a serviço do capitalismo, quando não coniventes com as elites. Inserida claramente numa tradição marxista ortodoxa onde o fator econômico é determinante, esta versão é macrossociológica ou, melhor dito, macroeconômica.

Numa das formulações mais completas da perspectiva de esquerda, Herman e Chomsky (1989) argumentam no seu livro que o conteúdo das notícias não é determinado ao nível interior (isto é, ao nível dos valores e preconceitos dos jornalistas), nem ao nível interno (isto é, ao nível da organização jornalística) mas ao nível externo, ao nível macroeconômico. Nesta versão da teoria, uma relação direta é estabelecida entre o resultado do processo noticioso e a estrutura econômica da empresa jornalística. Assim, segundo esta versão da teoria, existe um diretório dirigente da classe capitalista que dita aos diretores e jornalistas o que sai nos jornais.

No seu estudo sobre os *media* norte-americanos, Herman e Chomsky defendem a posição de que os *media* reforçam os pontos de vista do *establishment* (o poder instituído) devido ao poder dos donos dos grandes meios de comunicação social e dos anunciantes.

Os autores sublinham os seguintes pontos: a) o papel determinante dos proprietários dos media e a ligação estreita entre a classe capitalista, as elites dirigentes e os produtores mediáticos; b) a existência de um acordo entre personalidades da classe dominante e produtores mediáticos; c) a total concordância entre o produto jornalístico e os interesses dos proprietários e das elites.

Herman e Chomsky contestam categoricamente o grau de diversidade das notícias. Escreve Herman (1985/1993:214):

Apenas um conjunto de assuntos ou fatos é posto à disposição da população em geral, quer por censura tácita ou oficial, a condição de diversidade significativa não é satisfeita. Ou se os temas, fatos e perspectivas que se desviam da perspectiva geral estão confinados aos limites dos media e não chegam ao grosso da população, o resultado é o que pode ser chamado de diversidade sem sentido ou “marginalizada”.

A tese deste autores é que acontecimentos similares tiveram uma cobertura diversa na imprensa norte-americana devido à natureza propagandística das

notícias no seu papel ideológico em defesa dos interesses do capitalismo norte-americano. No seu modelo “propagandístico”, os autores consideram que o conteúdo noticioso é determinado por certas propriedades estruturais dos *media*, em particular por sua ligação com os negócios e com o governo. Assim, as notícias servem os interesses do poder estabelecido.

Para Herman e Chomsky, cinco fatores explicam a submissão do jornalismo aos interesses do sistema capitalista. Os cinco fatores são: 1) a estrutura de propriedade dos *media*; 2) a sua natureza capitalista, isto é, a procura do lucro e a importância da publicidade; 3) a dependência dos jornalistas nas fontes governamentais e das fontes do mundo empresarial; 4) as ações punitivas dos poderosos; e 5) a ideologia anticomunista dominante entre a comunidade jornalística norte-americana.

Segundo Herman e Chomsky, as ligações entre os *media* e o mundo dos negócios e o governo têm influências ideológicas sutis. Segundo os autores, os *media* norte-americanos estão altamente concentrados, com cerca de uma dúzia de entidades dominando o fluxo das notícias para o público e capazes de estabelecer o valor destas por decisão própria.

Segundo Herman e Chomsky, as empresas são fortemente dependentes da publicidade no que diz respeito a rendimentos e ligadas a outras grandes firmas por laços comerciais e pessoais. Todos são membros diretos ou sucursais de membros importantes da comunidade corporativa.

A teoria de Herman e Chomsky avança uma chamada *propaganda framework* (“modelo de propaganda”). Para os autores, toda a vastidão da cobertura dum acontecimento particular nos vários meios de comunicação social é tratada como uma campanha de publicidade maciça.

Segundo os autores, em primeiro lugar, o interesse é crucial. Frequentemente um tema ou acontecimento é capaz de servir às relações públicas ou exigências ideológicas de um grupo de poder. Estes temas ou acontecimentos são então vistos como “grandes histórias” e podem ajudar a mobilizar a opinião pública numa direção específica. Em todos estes casos a cobertura dos *media* ou a “publicidade” salienta e mobiliza o apoio público para ações da política internacional ou nacional.

Em segundo lugar, considerar a cobertura dos acontecimentos como uma campanha publicitária para políticas específicas ajuda a explicar a dinâmica de

uma “estória”. Nestes casos, os media movem-se rapidamente para além das “notícias duras” em artigos de opinião, especulação e trivialidade.

A “propaganda *framework*” sugere a seguinte hipótese: quando surgem situações em que podem ser “marcados pontos contra países inimigos” ou ideias ameaçadoras, os *media* serão frequentemente ativos em “campanhas publicitárias” de grande intensidade e paixão. Pelo contrário, quando acontecimentos muito semelhantes ocorrem em países amigos, os media mostrarão interesse pelas circunstâncias especiais envolvidas e prosseguirão uma política de negligência benigna.

A conclusão de Herman e Chomsky é que o campo jornalístico é uma arena fechada. Sublinham a tendência para o encerramento virtual do sistema mediático norte-americano, em que o campo jornalístico é apresentado como um campo fechado.

Elaborada antes da queda do muro de Berlim e baseado em estudos de caso limitados exclusivamente a questões de política internacional, levantam-se questões quanto a sua capacidade explicativa no que diz respeito a assuntos domésticos onde a “elite econômica” pode estar mais suscetível a divisões. Igualmente há questões metodológicas quanto à capacidade da metodologia utilizada – a análise de conteúdo – para explicar as intenções dos produtores ou avaliar os processos de produção. Mas o problema central com o modelo proposto por Herman e Chomsky é a sua visão altamente determinista do funcionamento do campo jornalístico em que os jornalistas ou colaboram na utilização instrumentalista dos *media* noticiosos ou são totalmente submissos aos desígnios dos interesses dos proprietários. Assim a versão de esquerda da *teoria de ação política* ignora: 1) que os donos se encontram raramente com os diretores em muitas empresas jornalísticas; 2) que a maioria dos jornalistas não faz ideia de quem se senta no conselho de administração das instituições para que trabalha; e 3) que os jornalistas têm um grau de autonomia e afirmam frequentemente a sua própria iniciativa na definição do que é notícia, nomeadamente nos trabalhos de reportagem e jornalismo de investigação, e, às vezes, incomodam a elite e põem em causa os interesses do poder instituído e do poder econômico. Nas palavras do académico Daniel Hallin (1994), o modelo de propaganda de Herman e Chomsky é estático e unidimensional, reduzindo por completo o papel da ideologia profissional dos membros da

comunidade jornalística a uma mera questão de *false consciousness*.

## **As teorias construcionistas**

Na riqueza da investigação acadêmica sobre o jornalismo que surge nos anos 1970, emerge um novo paradigma: as notícias como construção (Halloran *et al.*, 1970; Berger e Luckman, 1971; Cohen e Young, 1973; Hall *et al.*, 1973; Molotch e Lester, 1974/1993, 1975; Roscho, 1975; Schlesinger, 1978; Hall *et al.*, 1978; Tuchman, 1978).

Assim, a pesquisa dos anos 1970 constitui um momento de virada, com a emergência de um paradigma que é totalmente oposto à perspectiva das notícias como “distorção” e que também põe em causa diretamente a própria ideologia jornalística e a sua teoria das notícias como *espelho* da realidade. O ponto essencial de discordância entre estas duas perspectivas reside precisamente na posição tomada por parte de cada perspectiva perante a ideologia jornalística. Nos estudos da parcialidade das notícias, a teoria das notícias como espelho não é posta em causa; nos estudos que utilizam a perspectiva das notícias como construção, a teoria do espelho é claramente rejeitada.

O filão de investigação que concebe as notícias como construção rejeita as notícias como espelho por diversas razões. Em primeiro lugar, argumenta que é impossível estabelecer uma distinção radical entre a realidade e os *media* noticiosos que devem “refletir” essa realidade, porque as notícias ajudam a construir a própria realidade. Em segundo lugar, defende a posição de que a própria linguagem não pode funcionar como transmissora direta do significado inerente aos acontecimentos, porque a linguagem neutral é impossível. Em terceiro lugar, é da opinião de que os *media* noticiosos estruturam inevitavelmente a sua representação dos acontecimentos, devido a diversos fatores, incluindo os aspectos organizativos do trabalho jornalístico (Altheide, 1976), as limitações orçamentais (Epstein, 1973), a própria maneira como a rede noticiosa é colocada para responder à imprevisibilidade dos acontecimentos (Tuchman, 1978).

Assim, não é de estranhar que o paradigma das notícias como construção não só considere o conceito de distorção como inadequado e pouco frutífero, como sobretudo discorde radicalmente da perspectiva das teorias que

defendem que as atitudes políticas dos jornalistas são um fator determinante no processo de produção das notícias.

O paradigma das notícias como construção não implica que as notícias sejam ficção. Schudson (1982/1993:280) escreve que as notícias não são ficcionais, mas sim convencionais. Bird e Dardenne defendem que “considerar as notícias como narrativas não nega o valor de as considerar como correspondentes da realidade exterior” e acrescentam que “as notícias enquanto abordagem narrativa não negam que as notícias informam; claro que os leitores aprendem com as notícias” (1988/1993: 265). Gaye Tuchman (1976/1993: 262) sublinha o mesmo ponto quando escreve que:

[...]dizer que uma notícia é uma estória não é de modo algum rebaixar a notícia, nem acusá-la de ser ficção. Melhor, alerta-nos para o fato de a notícia, como todos os documentos públicos, ser uma realidade construída possuidora da sua própria validade interna.

No entanto, os profissionais do campo jornalístico resistem ao paradigma das notícias como construção, apesar do fato, já sublinhado, de fazerem frequentemente referência às notícias, na sua gíria profissional, como *estórias*.

Contudo, esta resistência ao conceito de construção é mais bem compreendida sob o brilho dos princípios fundamentais da ideologia profissional dos jornalistas. Sobre este ponto, Stuart Hall (1984:4) escreve:

Os jornalistas dizem: “Há um acontecimento; quer dizer alguma coisa. Quem quer que lá esteja perceberá o que é que ele significa. Tiramos-lhe fotografias. Escrevemos um relato sobre ele. Transmitimo-lo tão autenticamente quanto possível através dos *media*, e a audiência vê-lo-á e perceberá o que aconteceu”. E quando se afirma que as pessoas têm interesse em versões diferentes desse acontecimento, que qualquer acontecimento pode ser construído das mais diversas maneiras e que se pode fazê-lo significar as coisas de um modo diferente, esta afirmação de algum modo ataca ou mina o sentido de legitimidade profissional dos jornalistas, e estes resistem bastante à noção de que a notícia não é um relato mas uma construção”

A aversão dos jornalistas ao conceito da notícia como construção é resumida de forma eloquente por Itzhak Roeh. Roeh (1989:162) escreve:

O fenômeno mais impressionante no jornalismo ocidental, tanto na prática como na teoria, é a fé metafísica obstinada e conservadora de que a linguagem é transparente. Ou, de outra forma: o erro assenta na recusa dos jornalistas, mas também dos estudantes de jornalismo, em situar a profissão onde esta pertence, isto é, no contexto de expressão humana da atividade expressiva. É a recusa em lidar com a escrita das notícias por aquilo que é na sua essência – contar estórias.

Continua Roeh:

Apesar de desaminador, este é um dogma de fé universal, profundamente enraizado na

comunidade profissional. Perguntem a um jornalista e ele dir-vos-á resolutamente: esta profissão não é contar estórias.

A conceitualização das notícias como estórias dá relevo à importância de compreender a dimensão cultural das notícias. Para o sociólogo norte-americano Michael Schudson, as notícias são produzidas por “pessoas que operam, inconscientemente, num sistema cultural, um depósito de significados culturais armazenados e de padrões de discursos” (1995:14). Schudson acrescenta:

As notícias como uma forma de cultura incorporam suposições acerca do que importa, do que faz sentido, em que tempo e em que lugar vivemos, qual a extensão de considerações que devemos tomar seriamente em consideração (*ibidem*. 14).

A importância da dimensão cultural das notícias tem sido previamente sublinhada por outros autores. Colby (1975) utiliza o termo gramática cultural para referir as regras da construção narrativa. Fazendo referência à produção social das notícias, Hall *et al.* (1978/1993:226) sublinham a importância dos mapas de significado:

As coisas são noticiáveis porque elas representam a volubilidade, a imprevisibilidade e a natureza conflituosa do mundo. Mas não se deve permitir que tais acontecimentos permaneçam no limbo do “aleatório” – devem ser trazidos aos horizontes do “significativo”. Este trazer de acontecimentos ao campo dos significados quer dizer, na essência, reportar acontecimentos invulgares e inesperados para os ‘mapas de significado’ que já constituem a base do nosso conhecimento cultural, no qual o mundo social já está “traçado”. A identificação social, classificação e contextualização de acontecimentos noticiosos em termos destes quadros de referência de fundo constitui o processo fundamental através do qual os *media* tornam o mundo a que fazem referência inteligível a leitores e espectadores.

O avanço notável do estudo do jornalismo na década de 1970 está relacionado diretamente com as inovações metodológicas que contribuíram de forma decisiva para a riqueza da investigação. Os académicos, seguindo o exemplo dos antropólogos em terras distantes com uma abordagem etnometodológica, foram aos locais de produção, permaneceram durante longos períodos de tempo, observaram os membros da comunidade jornalística com o intuito de “entrar na pele” das pessoas observadas e compreender a atitude do “nativo” (Schlesinger, 1978; Tuchman, 1978; Fishman, 1980; Gurevitch e Blumler, 1982/1993).

Segundo Schlesinger, a abordagem etnometodológica, ao contrário de outras abordagens que focam o produto jornalístico, permite uma observação

teoricamente mais informada sobre as ideologias e as práticas profissionais dos produtores das notícias, porque pode tornar possível a observação de momentos de crise, os *hot moments* na terminologia do antropólogo Claude Lévi-Strauss (1968), que podem corrigir qualquer visão mecânica do processo de produção.

A contribuição dos estudos etnográficos à compreensão do jornalismo é tripla.

Em primeiro lugar, devido à abordagem etnometodológica, o estudo de jornalismo permitiu ver a importância da dimensão transorganizacional no processo de produção das notícias, ou seja, todo o *networking* informal entre os jornalistas e a conexão cultural que provém de ser membro de uma comunidade profissional.

Em segundo lugar, permitiu reconhecer que as rotinas constituem um elemento crucial nos processos de produção das notícias. A importância das rotinas e das práticas na produção jornalística é um elemento-chave do novo paradigma construtivista que emerge nos anos 70. Escreve Schlesinger (1980: 3673): “As rotinas de produção englobam e são constitutivas da ideologia”.

Em terceiro lugar, serve como corretivo às teorias instrumentalistas que surgem com uma nova força nas décadas dos anos 1970 e 1980 e que contribuíram de forma significativa para a crescente onda de crítica dos *media* e do jornalismo que continua hoje de vento em popa. Nas teorias instrumentalistas há duas suposições: 1) o processo de produção das notícias envolve uma conspiração entre agentes sociais; e 2) a intenção consciente de distorção é crucial na elaboração das notícias. Ao sublinhar a importância das rotinas profissionais que os jornalistas criaram com o objetivo de apenas levar a cabo o seu trabalho quotidiano a tempo e horas, as teorias construcionistas do jornalismo questionam as teorias de ação política e todas as análises que apontam para uma distorção intencional das notícias.

A partir dos anos 1960 e 1970, marcados por novas interrogações e por inovações metodológicas, emergem duas teorias que partilham o novo paradigma das notícias como *construção social* – as *teorias estruturalista e interacionista*. São sobretudo complementares, mas divergem nalguns pontos importantes.

Ambas as teorias rejeitam a teoria do espelho e criticam o “empiricismo

ingênuo” dos jornalistas. Para ambas as teorias, as notícias são o resultado de processos complexos de interação social entre agentes sociais: os jornalistas e as fontes de informação; os jornalistas e a sociedade; os membros da *comunidade profissional*, dentro e fora da sua organização.

Ambas as teorias são microssociológicas e macrossociológicas. Ambas situam o jornalista no seu local de trabalho, reconhecendo a importância dos constrangimentos organizacionais, integrando assim as perspectivas fornecidas por Warren Breed e outros autores identificados com a *teoria organizacional*. Mas ao contrário dos teóricos da teoria organizacional, ambas as teorias defendem a perspectiva de que o “neófito” se integra por um processo de osmose não só numa organização, mas numa comunidade profissional, sendo assim teorias *transorganizacionais*.

Ambas as teorias sublinham a importância da cultura jornalística, nomeadamente a estrutura dos *valores-notícia dos jornalistas*, a ideologia dos membros da comunidade, e as rotinas e procedimentos que os profissionais utilizam para levar a cabo o seu trabalho. Assim, ambas rejeitam categoricamente uma visão instrumentalista das notícias, classificada como uma teoria conspiratória (Hall *et al.*, 1978) porque reconhecem que os membros da comunidade jornalística exercem um grau de autonomia. Assim, ambas contestam a visão de que os jornalistas são observadores passivos e defendem a posição de que, ao contrário, são de fato participantes ativos na construção da realidade.

Sendo uma construção, ambas as teorias reconhecem que as notícias são narrativas, “estórias”, marcadas pela cultura dos membros da tribo e pela cultura da sociedade onde estão inseridos, sendo necessário mobilizar todo um *saber de narração* (Ericson *et al.* 1987) que pressupõe a aprendizagem da linguagem jornalística ou, na expressão de E. Barabar Philips, o *jornalês* (Philips, 1976a/1993) e o domínio de todo um *inventário de discurso* (Hall, 1984).

Na perspectiva do paradigma construtivista, embora sendo índice do “real”, as notícias registram as formas literárias e as narrativas utilizadas para enquadrar o acontecimento. A pirâmide invertida, a ênfase dada à resposta às perguntas aparentemente simples: quem? o que? onde? quando?, a necessidade de selecionar, excluir, acentuar diferentes aspectos do acontecimento – processo orientado pelo enquadramento escolhido – são alguns exemplos de

como a notícia, dando vida ao acontecimento, constrói o acontecimento e constrói a realidade (Carey, 1986).

Como escreve Robert Karl Manoff (1986), a escolha da narrativa feita pelo jornalista não é inteiramente livre. Essa escolha é orientada pela aparência que a “realidade” assume para o jornalista, pelas convenções que moldam a sua percepção e fornecem o repertório formal para a apresentação dos acontecimentos, pelas instituições e rotinas. Segundo Wolfsfeld (1991: 18), os acontecimentos propriamente ditos oferecem frequentemente um ponto de partida para a construção de enquadramentos mediáticos, apesar das discordâncias acerca do que “realmente” aconteceu.

Enquanto a *teoria organizacional* ignora os processos de interação social que ocorrem para além da empresa, ambas as teorias não só sublinham a importância da identidade das fontes de informação, mas refletem sobre as consequências sociais que resultam dos processos e procedimentos utilizados pelos jornalistas. Para as suas teorias, a conexão entre jornalistas e fontes faz das notícias uma ferramenta importante do governo e das autoridades estabelecidas (Schudson, 1989) e as notícias tendem a apoiar as interpretações oficiais dos acontecimentos. Sobre este ponto crucial, no entanto, há uma divergência fulcral que será apresentada mais adiante.

## **A teoria estruturalista**

A teoria estruturalista é outra teoria macrosociológica – tal como a *teoria de ação política, versão de esquerda* apresentada por Herman e Chomsky – que sublinha enfaticamente, em grande parte devido à herança marxista que as duas teorias partilham, o papel dos *media* na reprodução da “ideologia dominante”.

Mas ao contrário da teoria de ação política, a teoria estruturalista reconhece a “autonomia relativa” dos jornalistas em relação a um controle econômico direto. No entanto, Stuart Hall e os seus coautores são bem claros. Escrevem Hall *et al.*, (1973/1993):

Neste momento, os media – embora involuntariamente, e através dos seus próprios “caminhos autônomos” – têm-se transformado efetivamente num aparelho do próprio processo de controle – um “aparelho ideológico de Estado” (aqui citando Althusser)(1971).

Estes autores também defendem que as notícias são um produto social resultante de vários fatores, nomeadamente:

A) a organização burocrática dos *media*;

B) a estrutura dos valores-notícia (a ideia do “fora do normal”, do negativo, das pessoas de elite) que constituem o “elemento fundamental da socialização” e a prática e a ideologia profissional dos jornalistas;

C) o próprio momento de “construção” da notícia que envolve um processo de “identificação e contextualização” em que “mapas” culturais do mundo social são utilizados na organização. Esta ênfase no papel da cultura sublinha o fato de que a teoria estruturalista valoriza uma perspectiva culturalista. Aliás, não é por acaso que os seus principais proponentes, acadêmicos como Stuart Hall, são conhecidos pelo nome – a escola culturalista britânica.

O primeiro fator é a organização burocrática dos media. Escrevem os autores (p. 224):

Um aspecto da estrutura de seleção pode ser visto na organização de rotina de jornais respeitantes a tipos regulares de áreas noticiosas. Visto os jornais estarem empenhados na produção regular de notícias, estes fatores de organização afetarão, por seu turno, o que for selecionado. Por exemplo, os jornalistas ficam pré-direcionados para outros tipos de acontecimento e tópicos em termos da organização da sua própria força de trabalho e da estrutura dos próprios jornais”.

O segundo é a estrutura de valores-notícia e a ideologia profissional dos jornalistas que apontam claramente para o que constitui “boas notícias”. Segundo estes autores, o sentido de “valor-notícia” do jornalista começa a estruturar o processo. Em nível mais geral, isto envolve uma orientação para itens que são “fora do comum”, o que de certo modo vai contra as nossas expectativas “normais” acerca da vida social. Escrevem os autores:

Basta dizer que os valores-notícia fornecem critérios nas práticas de rotina do jornalismo que permitem aos jornalistas, diretores e agentes noticiosos decidir rotineiramente e regularmente sobre quais as “estórias” que são “noticiáveis” e quais não são, quais as “estórias” que merecem destaque e quais as que são relativamente insignificantes, quais as que são para publicar e quais as que são para eliminar.

O terceiro fator é o momento da construção da própria notícia, é fundamental, mas, segundo os autores, menos óbvio. Isto envolve a apresentação do item ao seu público, em termos que tanto quanto os apresentadores do item possam avaliar o tornem compreensível a esse público.

Escrevem Hall *et. al.* (1973/1993:226):

Este processo – a identificação e a contextualização é um dos mais importantes, através do qual os

acontecimentos são “tornados significativos” pelos *media*. Um acontecimento só “faz sentido” se puder colocar num âmbito de conhecidas identificações sociais e culturais.

Acrescentam os autores:

Este processo de “tornar um acontecimento inteligível” é um processo social – constituído por um número de práticas jornalísticas específicas, que compreendem (frequentemente de modo implícito) suposições cruciais sobre o que é a sociedade e como ela funciona.

Assim, para os defensores desta teoria, o processo de produção das notícias não só pressupõe a natureza consensual da sociedade como sublinha o papel das notícias no reforço da construção da sociedade como consensual. Os “mapas de significado” incorporam e refletem os valores comuns, formam a base dos conhecimentos culturais e são mobilizados no processo de tornar um acontecimento inteligível. Assim, para Hall *et al.*, o papel dos *media* é crucial. Escrevem os autores (p. 228): “Os *media* definem para a maioria da população quais os acontecimentos significativos que ocorrem mas, também, oferecem poderosas interpretações de como compreender esses acontecimentos”. Na terminologia da escola culturalista britânica, recorrendo a Gramsci, as notícias, como parte da produção da indústria cultural, contribuem para a “hegemonia ideológica”.

Para justificar esta posição sobre o papel ideológico dos *media*, Hall *et al.* apontam como crucial a relação estrutural entre os *media* e os chamados “*definidores primários*” (*primary definers*). Devido a seu marxismo, Hall *et al.* precisam explicar a continuação do sistema capitalista, isto é, a forma como os *media* asseguram a hegemonia da “ideologia dominante”. Hall *et al.* querem explicitar a sintonia entre as ideias dominantes e as ideologias e práticas dos *media*.

Assim, escrevem os autores:

Isto não pode ser simplesmente atribuído – como algumas vezes o é em teorias de pura conspiração – ao fato de que os *media* são, em grande medida, pertença de capitalistas (embora essa estrutura de propriedade seja corrente), uma vez que isto seria ignorar a “relativa autonomia” do dia a dia do jornalista e dos produtores de notícias em relação ao controle econômico direto. Em vez disso, queremos chamar a atenção para as mais rotineiras estruturas de produção de notícias, para observar como é que os *media* vêm, de fato, e em última instância, a reproduzir as definições dos poderosos, sem estarem, num sentido simplista, ao seu serviço. Devemos aqui insistir numa distinção crucial entre definidores primários e secundários.

Segundo Hall *et al.*, as pressões práticas de trabalho constantes contra o

relógio e as exigências profissionais de imparcialidade e objetividade – combinam-se para produzir um exagerado acesso sistematicamente estruturado aos *media* por parte dos que detêm posições institucionalizadas privilegiadas. O resultado desta preferência estruturada dada pelos *media* às opiniões dos poderosos é que estes “porta-vozes” se transformam no que se apelida de “definidores primários”.

Escrevem Hall *et al.* (1973/1993:230)

O importante da relação estrutural entre os *media* e os definidores primários institucionais é que permite aos definidores institucionais estabelecer a definição ou interpretação primária do tópico em questão. Então esta interpretação ‘comanda a ação’ em todo o tratamento subsequente e impõe os termos de referência que nortearão todas as futuras coberturas ou debates.

Para os defensores desta teoria, os *media*, então, não se limitam a “criar” as notícias, nem se limitam a transmitir a ideologia da “classe dirigente” num figurino conspiratório. Na verdade, segundo Hall *et al.*, os *media* não são frequentemente os *primary definers* de acontecimentos noticiosos mas a sua relação estrutural com o poder tem o efeito de os fazer representar não um papel crucial mas secundário, ao reproduzir as definições daqueles que têm acesso privilegiado, como que de direito, aos *media* como “fontes acreditadas”. Escrevem os autores (p. 230): “Nesta perspectiva, no momento da produção jornalística, os *media* colocam-se numa posição de subordinação estruturada aos *primary definers*”.

Segundo os autores, é esta relação estrutural – entre os *media* e as suas fontes “poderosas” – que se começa a esclarecer a questão negligenciada do papel ideológico dos *media*.

Hall *et al.* têm o cuidado de admitir que este processo não está totalmente fechado quando reconhecem que: 1) os *media* são institucionalmente distintos das “outras agências do Estado”; 2) os *media* possuem os seus próprios motivos e lógicas que os podem levar a entrar em conflito com os “definidores primários”; 3) as instituições que compõem a estrutura do poder podem entrar frequentemente em disputas.

Mas estes fatores, que qualificam como “reservas”, são minimizados e não põem em causa o ponto-chave desta teoria: a reprodução da “ideologia dominante” por parte dos *media*. Escrevem os autores: “efetivamente, então, as primeiras definições (dos *primary definers*) estabelecem os limites para toda a

discussão subsequente através do enquadramento da natureza do problema”.

Como já foi referido, existem muitos pontos semelhantes entre a teoria estruturalista e a teoria interacionista, a começar com o fato de que ambas conceitualizam as notícias como uma construção. Mas a divergência fundamental sobre o ponto-chave das relações entre fontes e jornalistas – central na tese defendida pelos autores britânicos – merece ser realçada e desenvolvida.

Na teoria estruturalista as fontes oficiais são encaradas como um bloco unido e uniforme; a existência de disputas entre os membros das fontes oficiais é minimizada; a estruturalista, a estrutura dos chamados “definidores primários”, é encarada de uma forma “atemporal” e “imutável”; a relação entre os chamados “definidores primários” e os profissionais do campo jornalístico é encarada como uma relação unidirecional: os chamados “definidores primários” comandam a ação. Neste ponto-chave, a teoria estruturalista é criticada por um determinismo excessivo. Não há forma de conceber um espaço de manobra por parte dos jornalistas; os jornalistas nunca tomam a iniciativa, nunca desafiam os “definidores primários”, por exemplo, através de iniciativas como a reportagem, o jornalismo de investigação, ou os furos. Segundo a teoria estruturalista, nunca há um processo de negociação antes da definição principal. Encarado com um espaço de reprodução da ideologia dominante, o campo jornalístico perde o seu potencial como objeto de *enjeu*, como recurso potencial para todos os diversos agentes sociais.

## **A teoria interacionista**

As notícias são o resultado de um processo de produção, definido como a percepção, seleção e transformação de uma matéria-prima (os acontecimentos) num produto (as notícias). Os acontecimentos constituem um imenso universo de matéria-prima; a estratificação desse recurso consiste na seleção do que irá ser tratado, ou seja, na escolha do que se julga ser matéria-prima digna de adquirir a existência pública de notícia, num palavra – ter noticiabilidade (*newsworthiness*). Aliás, a questão central do campo jornalístico é precisamente esta: o que é notícia?, ou seja, quais os critérios e os fatores que determinam a noticiabilidade dos acontecimentos (Wolf, 1987). O desenvolvimento de um campo jornalístico autônomo tem como fator crucial a profissionalização das

peças envolvidas na atividade jornalística em que é reivindicada a autoridade e a legitimidade de exercer um monopólio sobre o poder de decidir a *noticiabilidade* dos acontecimentos e das problemáticas. Perder esse monopólio é pôr em causa a independência do jornalismo e a competência dos seus profissionais.

Para a *teoria interacionista*, os jornalistas vivem sob a tirania do fator tempo. O seu desafio quotidiano é ter de elaborar um produto final (notícia, jornal, telejornal etc.). Todos os dias ou todas as semanas, é impensável a hipótese do apresentador do telejornal, por exemplo, dizer “hoje não há notícias” ou “temos hoje um programa mais curto porque não havia notícias suficientes”. O trabalho jornalístico é uma atividade prática e quotidiana, orientada para cumprir as horas de fechamento.

Pressionadas pela tirania da “hora de fechamento”, as empresas do campo jornalístico são ainda mais obrigadas a elaborar estratégias para fazer face ao desafio colocado pela dupla natureza da sua matéria-prima: 1) os acontecimentos (a matéria-prima preponderante do trabalho jornalístico) podem surgir em *qualquer parte*; 2) os acontecimentos podem surgir a *qualquer momento*; 3) face à imprevisibilidade, as empresas jornalísticas precisam impor ordem no espaço e no tempo.

**Ordem no espaço** – Segundo Gaye Tuchman (1973, 1978), as empresas jornalísticas tentam impor ordem no espaço estendendo uma rede noticiosa (*news net*) para “capturar” os acontecimentos. A consequência é que acontecimentos noticiáveis ocorrem em certas localidades e não em outras. Como impor ordem no espaço? Para cobrir o espaço, Tuchman apresenta três estratégias que as organizações jornalísticas utilizam: 1) A territorialidade geográfica – as empresas jornalísticas dividem o mundo em áreas de responsabilidade territorial; 2) a especialização organizacional – as empresas jornalísticas estabelecem “sentinelas” em certas organizações que, do ponto de vista dos valores-notícia, produzem acontecimentos julgados com noticiabilidade; 3) a especialização em termos de temas – as empresas jornalísticas autodividem-se por secções que enchem certas “rubricas” do jornal.

Para Tuchman, uma das consequências deste imperativo que os membros da comunidade jornalística utilizam para levar a cabo o seu trabalho é de fazer

com que acontecimentos julgados notícias terão assim tendência a ocorrer em certas localidades, e não em outras.

No caso português, é inegável a existência de grandes “buracos” na “rede noticiosa”. A razão principal é a extrema concentração dos recursos das empresas jornalísticas, em termos de territorialidade geográfica, em Lisboa. Com a exceção do trabalho meritório de algumas empresas jornalísticas, o “resto do país” é notícia, tal como os países do chamado “terceiro mundo”, quando há desordem: desordem natural (por exemplo, cheias); desordem tecnológica (por exemplo, acidentes); desordem social (por exemplo, distúrbios ou cortes de estrada); e desordem moral (por exemplo, crime) (Gans, 1979).

O “resto do país” também é notícia quando serve de palco para as deslocções das autoridades institucionais, nomeadamente o Presidente da República, o Primeiro-Ministro, os ministros, os líderes dos partidos políticos (aqui o critério de notoriedade do ator do acontecimento joga como fator essencial de noticiabilidade). Assim, é de salientar a invenção astuta de um pseudo-acontecimento – as Presidências abertas – logo no primeiro mandato do então Presidente Soares, prática continuada no seu segundo mandato e pelo seu sucessor no cargo Jorge Sampaio, que não só deu visibilidade a sua própria pessoa mas também a várias regiões do país que entraram nos noticiários devido ao deslocamento do Presidente por elas.

Dados sobre a distribuição geográfica da comunidade jornalística portuguesa apontam claramente para uma redução na concentração dos jornalistas em Lisboa e no Porto mas, como salientam Garcia e Castro (1994:21), o “*concentracionismo geográfico*” é o dado mais saliente com 50,7% dos jornalistas portugueses na área metropolitana de Lisboa e 13,9 % na área metropolitana do Porto.

No que diz respeito à especialização organizacional, poucas merecem uma cobertura sistemática, com a exceção, talvez, da polícia e da Assembleia da República e, no estrangeiro, a sede da Comunidade Europeia. O caso da assembleia da República é particularmente interessante: tem sido utilizada como um palco privilegiado para o lançamento da carreira noticiosa de alguns assuntos que, de outra forma, dificilmente conseguem ser constituídos em notícia.

Quanto à especialização temática, existe uma grande homogeneidade entre

os diferentes produtos jornalísticos: nacional, internacional, sociedade, informação geral, cultural, desporto são as secções habituais dos jornais portugueses. No entanto, assinala-se alguma diversidade nos anos recentes, em particular com a política dos suplementos.

**Ordem no tempo** – As empresas jornalísticas tentam igualmente impor uma estrutura sobre o tempo, estrutura essa que lhes permite levar a cabo o seu trabalho diário.

Primeiro, é preciso compreender que a empresa jornalística tem o seu próprio “biorritmo”.

A *rede noticiosa* também tem lapsos temporais. Tal como se espera que acontecimentos julgados com valor-notícia ocorram nalguns locais institucionais, mas não noutros locais, também se espera que os acontecimentos com valor-notícia se concentrem durante as horas normais de trabalho. Durante essas horas, as organizações jornalísticas têm o grosso dos seus repórteres e fotógrafos disponíveis para cobrir “estórias”. A ocorrência de um acontecimento antes ou depois dessas horas tem que apresentar uma evidência clara de caracterização como acontecimento com valor-notícia em ordem, a justificar a deslocação de um repórter para o cobrir.

Segundo, a empresa jornalística tenta planejar o futuro através do seu serviço de agenda que elabora a lista de acontecimentos previstos, permitindo assim a organização do seu próprio trabalho com uma certa antecedência.

Terceiro, o ritmo do trabalho jornalístico, o valor do imediatismo, a definição do jornalismo como relatos atuais sobre acontecimentos atuais, têm como consequência uma ênfase nos acontecimentos, e não nas problemáticas. Os acontecimentos estão concretamente enterrados na *teia de faticidade* (Tuchman, 1978), ou seja, o tradicional quem, o quê, quando, onde, como e porquê do *lead* tradicional. Os acontecimentos são mais facilmente observáveis porque estão definidos no espaço e no tempo.

Antes de refletir sobre as consequências que a teoria etnoconstrucionista retira deste esforço de estender uma rede noticiosa para impor ordem no espaço e no tempo, é crucial sublinhar que esta teoria encara o processo de produção das notícias como um processo interativo onde diversos agentes sociais exercem um papel ativo no processo de *negociação* constante.

O quadro sugerido por Molotch e Lester (1974/1993) ajuda a potencializar

toda a dinâmica e complexidade do *xadrez jornalístico*. Os autores identificam três categorias de pessoas, posicionadas de forma diferente perante a organização do trabalho jornalístico: a) os *promotores de notícia* (*news promoters*), definidos como aqueles indivíduos e os seus associados que identificam (e tornam assim observável) uma ocorrência como especial; b) os *news assemblers*, definidos como todos os profissionais que “transformam um perceptível conjunto finito ‘*news assemblers to*’ de ocorrências promovidas em acontecimentos públicos através de publicação ou radiodifusão” (p. 38); e c) os consumidores de notícia (*news consumers*), definidos como aqueles que assistem a “determinadas ocorrências disponibilizadas como recursos pelos meios de comunicação social” (p. 38).

Entre os promotores das notícias, Molotch e Lester fazem a distinção entre o “*executor*” e o “*informador*”. O “*executor*” é esse que faz o acontecimento, participa do acontecimento; o “*informador*” é esse que não participou do acontecimento, mas, assume o papel de informar os media sobre a existência do acontecimento.

Dado que partilham o paradigma construtivista, Molotch e Lester partem de uma base teórica que recusa encarar as notícias (o produto principal realizado pelos *news* (os jornalistas) como um “espelho” da realidade e as ocorrências noticiadas como sendo as partes necessariamente mais importantes de uma realidade objetiva.

Para os autores, nem todas as ocorrências são acontecimentos, definidos como “ocorrências que são criativamente utilizadas na demarcação do tempo” (p. 35). A distinção é vital porque sublinha o papel estratégico do campo jornalístico no funcionamento das sociedades modernas e na comunicação política. A constituição de um acontecimento, ou de uma questão (a tradução utilizada neste artigo para o termo inglês *issue*), em notícia significa dar existência pública a esse acontecimento ou questão, de constituí-los como recurso de discussão. Escrevem Molotch e Lester:

Toda a gente precisa de notícias. Na vida quotidiana, as notícias contam-nos aquilo a que nós não assistimos diretamente e dão como observáveis e significativos happenings que seriam remotos de outra forma (p. 34).

Para Molotch e Lester, os indivíduos ou as coletividades têm propósitos diferentes, “enraizados em diversas biografias, estatutos, culturas, origens

sociais e situações específicas” (p. 36). Da mesma forma, uma questão (*issue*) surge quando há pelo menos duas utilizações opostas, envolvendo pelo menos duas partes que tenham acesso ao campo jornalístico. Assim, existem utilizações diferentes para as ocorrências, ou seja, existem diferentes “*necessidades de acontecimentos*” (*event needs*) por parte dos diversos agentes sociais.

Definida a promoção como a ação de um ator que, ao presenciar uma ocorrência, ajuda a torná-la pública para outras pessoas, Molotch e Lester sublinham primeiro a existência de interesses na promoção de certas ocorrências ou na prevenção de certas ocorrências se tornarem acontecimentos públicos, e a intencionalidade que está por trás de uma parte significativa de acontecimentos (nomeadamente os chamados “acontecimentos de rotina”). É precisamente esta *intencionalidade* que Boorstin (1961) já reconheceu quando apontou a crescente presença de “pseudo-acontecimentos”.

Mas os autores também salientam, como dimensão fulcral da luta simbólica nas sociedades contemporâneas, a concorrência hábil que existe entre promotores na mobilização das ocorrências ou das questões como recurso na construção da experiência. Dentro do quadro teórico de Molotch e Lester, a concorrência entre *news promoters*, envolve: 1) a definição das ocorrências e/ou as questões que merecem ser constituídas em notícia, e ganham assim o direito de existir enquanto recurso do discurso nos assuntos públicos e também o direito de figurar na *agenda jornalística*; e 2) a definição das ocorrências e/ou as questões de uma outra forma, nomeadamente a definição de seu enquadramento, isto é, a forma como será apresentada e possivelmente interpretada pela opinião pública.

Assim, nas sociedades *mass-mediatisadas*, o campo jornalístico constitui um alvo prioritário da ação estratégica dos diversos agentes sociais; em particular, dos profissionais do campo político. Um objetivo primordial da luta política consiste em fazer concordar as suas *necessidades de acontecimentos* com as dos profissionais do campo jornalístico.

Assim, é reconhecido que os jornalistas têm as suas próprias *necessidades de acontecimentos*. Este fato tem implicações teóricas importantes que apontam para o papel decisivo dos jornalistas no processo de produção das notícias. Molotch e Lester não deixam de sublinhar como o grau de autonomia desse mesmo campo jornalístico representa uma variável nevrálgica para compreender a

constituição da agenda jornalística. Molotch e Lester escrevem:

O ponto em que as organizações jornalísticas geram necessidades de acontecimentos entre os jornalistas (*news assemblers*), necessidades essas que diferem dos promotores de ocorrências, é o ponto em que os *media* têm um papel institucionalmente padronizado e independente na produção de notícias (p. 40).

## O acesso ao campo jornalístico

Molotch e Lester não põem apenas em destaque a natureza concorrencial entre promotores sobre a definição dos acontecimentos e a sua construção como notícia. Também sublinham a questão do acesso ao campo jornalístico como uma questão central do jornalismo.

Destacam três tipos de acesso: 1) o acesso habitual, 2) o acesso disruptivo e 3) o acesso direto.

O acesso habitual existe quando um indivíduo ou grupo está tão localizado que as suas necessidades de acontecimento normalmente coincidem com as atividades de produção jornalística do pessoal dos meios de comunicação social. Retomamos assim o conceito-chave da rede noticiosa proposto por Tuchman (1978). Assim, por exemplo, parte-se sempre do princípio de que o Presidente dos Estados Unidos diz coisas “importantes”. Esta importância é tida como certa, e um repórter de Washington que aja segundo o pressuposto contrário perderá provavelmente o seu emprego.

O acesso disruptivo: aqueles que necessitam de acesso à produção de acontecimentos e que querem contribuir para a experiência pública contam geralmente com a disrupção (Myerhoff, 1972). Escrevem Molotch e Lester (1974/1993:45):

Eles têm de “fazer notícias”, entrando em conflito, de qualquer modo, com o sistema de produção jornalística, gerando a surpresa, o choque ou uma qualquer forma latente de “agitação”. Assim, os pouco poderosos perturbam o mundo social para perturbar as formas habituais de produção de acontecimentos. Em casos extremos, reúnem-se multidões num local inapropriado para intervir no plano diário de ocorrências e acontecimentos. Essas atividades constituem, de certa forma, acontecimentos “antirrotina”.

O acesso direto é reservado aos próprios jornalistas que exercem um poder na capacidade de determinar que reportagens ou trabalhos de investigação jornalística pretendem desenvolver. Será outra razão que aponta para o poder dos jornalistas.

Na linguagem de Molotch e Lester, algumas notícias são geradas por jornalistas que vão “desenterrar” as notícias. Por exemplo, os profissionais do campo jornalístico, ao examinarem o registro policial, podem detectar que “o crime está a aumentar” e colocar na agenda política a questão do crime, tornando-se assim participantes ativos na construção da realidade. Para os autores, esse trabalho jornalístico é rotina, no sentido em que criar a ocorrência pode ser uma atividade intencional promovida como acontecimento público pelo próprio jornalista.

No entanto, Molotch e Lester (1974/1993:44) sublinham que o acesso habitual é uma das “importantes fontes e sustentáculos das relações existentes de poder”.

Como iremos ver, os estudos na linha da teoria interacionista reconhecem a predominância dos “definidores primários” mas, ao contrário da teoria estruturalista, admitem a possibilidade de outros agentes sociais conseguirem mobilizar o campo jornalístico para os seus objetivos comunicacionais, e reconhecem, via o seu acesso direto, o poder dos jornalistas na definição do que é notícia e como será construída. Para utilizar a metáfora de um jogo de futebol, enquanto a teoria estruturalista vê o resultado entre uma das chamadas “equipes grandes” da primeira divisão e uma da terceira divisão como “predeterminado, para a teoria interacionista é preciso jogar o jogo porque às vezes “os grandes” perdem. No campo jornalístico, em volta de um “campo de notícia” (Santos, 1997), aqui definido como a luta em torno da construção de um acontecimento, inserido ou não numa problemática, um agente social com menos recursos, ou em termos de um capital econômico ou um capital sociocultural, poderá ganhar uma batalha numa polémica. No entanto, a teoria interacionista reconhece que o campo do jogo está inclinado a favor dos mais poderosos. E aqui, o fator do acesso ao campo jornalístico é vital, bem como a rede noticiosa que as organizações jornalísticas são obrigadas a estender para responder ao desafio constante de dar conta da avalanche de acontecimentos, sobretudo os inesperados.

## **A rede noticiosa**

Em total sintonia teórica, mas formulada de forma diversa, Gaye Tuchman defende a posição de que “a formação da rede noticiosa e a forma como os

jornalistas nela estão distribuídos têm importância teórica, dado que são a chave da construção da notícia”.

Para Tuchman, a fixação da rede noticiosa no tempo e no espaço impede algumas ocorrências de serem noticiadas. Tendo escapado à grelha usada para prever o fluxo de trabalho, não conseguem tornar-se notícia.

A relevância da distribuição da rede noticiosa é uma questão central no processo de produção da notícia. Por um lado, a distribuição da rede articula-se com as questões de “noticiabilidade”. Assim, as fontes são quem são porque estão diretamente ligadas a setores decisivos da atividade política, econômica, social ou cultural. Por outro lado, conhecendo-se a distribuição da rede noticiosa de um meio de comunicação social, sabe-se quais são os critérios de noticiabilidade por que se rege.

A extensão da rede noticiosa leva à concentração dos recursos da empresa jornalística num número relativamente pequeno de agentes, cuja posição em certas organizações ou instituições particulares valoriza ao máximo a informação que recebem (Roscho, 1975).

Mauro Wolf (1987:198) destaca que a rede de fontes que os órgãos de informação estabelecem como instrumento essencial para o seu funcionamento reflete, por um lado, a estrutura social e de poder existente e, por outro, organiza-se a partir das exigências dos procedimentos produtivos.

A lógica por trás da colocação da rede noticiosa pressupõe uma compreensão 1) da seriedade que existe na relação entre jornalistas e fontes; 2) do investimento que é feito no cultivo das fontes; e 3) dos critérios de avaliação que os membros da tribo jornalística utilizam na sua interação com os diversos agentes sociais.

Na cultura jornalística, a relação entre fonte e jornalista é sagrada e manifesta na importância que a comunidade jornalística dá ao direito de sigilo profissional. O jornalista não deve revelar a identidade da fonte e a quebra do sigilo profissional por parte do jornalista é um ato grave.

Para os jornalistas, qualquer pessoa pode ser uma fonte de informação. Uma fonte é uma pessoa que o jornalista observa ou entrevista e que fornece informações. Pode ser potencialmente qualquer pessoa envolvida, conhecedora ou testemunha de determinado acontecimento ou assunto. Um dos aspectos fundamentais do trabalho jornalístico é cultivar as fontes. O desenvolvimento

da relação com a fonte é um processo habilmente orientado com paciência, compreensão e capacidade de conversação sobre interesses comuns, até formar um clima de confiança. Às vezes, o jornalista pode cultivar a fonte invertendo o processo normal, isto é, dando informação à fonte. Este aspecto do trabalho jornalístico é sublinhado pelo sociólogo britânico Phillip Elliott. Escreve Elliott (1978:187): “O jornalismo é de muitas maneiras mais parecido com a agricultura sedentária que com a caça e a busca”. Continua Elliott: “As notícias são produzidas por jornalistas que cultivam rondas regulares, fontes de informação reconhecidas que têm o seu próprio interesse em tornar a informação disponível... Tal como na agricultura, nada é inteiramente previsível”.

Um jornalista competente sabe que as fontes são, geralmente, pessoas interessadas. Para avaliar a fiabilidade da informação, os jornalistas utilizam diversos critérios na avaliação das fontes, nomeadamente 1) a autoridade; 2) a produtividade; e 3) a credibilidade.

A autoridade da fonte é um critério fundamental para os membros da comunidade jornalística. O fator da respeitabilidade refere-se ao procedimentos dos jornalistas que preferem fazer referência a fontes oficiais ou que ocupam posições institucionais de autoridade. Segundo Gans (1979:130):

Presume-se que essas fontes sejam mais credíveis, quanto mais não seja porque não podem permitir-se mentir abertamente e porque são também consideradas mais persuasivas em virtude de as suas ações e opiniões serem oficiais.

O jornalista pode utilizar a fonte mais pelo que é do que pelo que sabe. A maioria das pessoas acredita na autoridade da posição. Quanto mais prestigioso for o título ou a posição do indivíduo, maior será a confiança das pessoas na sua autoridade. Chama-se a isso a *hierarquia da credibilidade*. Durante o “caso Watergate”, o diretor do *Washington Post*, Benjamin Bradlee, pergunta aos jornalistas Woodward e Bernstein não o nome da fonte de uma informação mas a sua posição: “Diz-me só se está ao nível de Assistente do Presidente” (Woodward e Bernstein, 1974:33-34). Quando a resposta é não, Bradlee relega a notícia para uma página interior com o seguinte comentário: “Na próxima vez, obtém informação mais sólida”.

A produtividade é outro critério de avaliação das fontes. A produtividade diz respeito às razões pelas quais, normalmente, prevalecem as fontes

institucionais: é que elas fornecem os materiais suficientes para fazer a notícia, permitindo que os jornalistas não tenham de recorrer a demasiadas fontes para obterem os dados ou os elementos necessários.

A produtividade associa-se não só à quantidade e à qualidade de materiais que uma fonte é capaz de fornecer, mas também à necessidade de que os jornalistas têm de limitar – em igualdade de condições – o número de fontes a consultar, de forma a não ter custos demasiado elevados e prazos demasiado dilatados.

O fator da credibilidade está ligado à observação anterior: do ponto de vista dos jornalistas. As fontes devem ser tão credíveis que a informação fornecida exija o mínimo possível de controle. O jornalista tem que avaliar a credibilidade da fonte para avaliar a credibilidade da informação fornecida. As fontes que, em outras ocasiões, forneceram materiais credíveis, têm boas probabilidades de continuarem a ser utilizadas, até se transformarem em fontes regulares.

Devido a esses critérios é fácil compreender que as fontes oficiais correspondem melhor do que as outras às necessidades organizativas das redações. As fontes oficiais acabam por assumir uma credibilidade adquirida com o tempo e com a rotina. Se a credibilidade da “estória” não pode ser rapidamente confirmada, o jornalista procura basear-se na credibilidade da fonte, na sua honestidade. Escreve Gans (1979:130): “É provável que as fontes que cooperam com os jornalistas e os tratam cordialmente sejam mais utilizadas do que as outras”. Gans continua:

Fontes que ocupam uma posição de autoridade formal são consideradas mais credíveis do que outras; para além disso, os jornalistas aplicam, profissionalmente, os mesmos critérios que os indivíduos utilizam na sua vida de todos os dias, conferindo uma maior confiança às pessoas que se parecem com eles.

Avaliando a importância destes critérios e o fato de que o trabalho jornalístico é condicionado pelo fator tempo, então podemos compreender por que as fontes estáveis, regulares, institucionais acabam por ser preferidas pelos membros da comunidade jornalística.

## **A rotinização do trabalho jornalístico**

No seu estudo, Gaye Tuchman (1978) descreve como a empresa jornalística

se esforça para “rotinizar” o seu trabalho. O conhecimento de formas rotineiras de processar diferentes tipos de “estórias” noticiosas permite aos repórteres trabalhar com maior eficácia.

Significativamente, os repórteres e os diretores identificam este conhecimento com profissionalismo. O profissionalismo, visto como método de controle do trabalho, consiste em dominar as técnicas da escrita, mas também no domínio de saber quem contatar e que perguntas fazer, ou seja, possuir o saber de procedimento (Ericson *et. al.*, 1987).

No seu estudo sobre a cobertura jornalista de uma eleição legislativa na Grã-Bretanha efetuada pela BBC, Gurevitch e Blumler (1982/1993) demonstram claramente a importância das rotinas como fator determinante na produção jornalística.

Gurevitch e Blumler identificam três fatores determinantes do produto jornalístico. Um fator é o enquadramento legal do sistema audiovisual britânico e as obrigações da televisão pública. Há normas externas que pretendem assegurar um equilíbrio entre os partidos políticos no noticiário da televisão pública. Essas normas criavam uma tensão constante com os critérios profissionais de noticiabilidade obrigados a ser “corrigidos” com a utilização de um sistema cronométrico para assegurar a equidade matemática numa proporção bem específica.

Segundo, num ponto que demonstra claramente como as notícias são construções, Gurevitch e Blumler sublinham que todo o processo de produção é marcado pelo objetivo de produzir um “pacote” unido, uma construção coerente. Assim, o “centro” procurava a elaboração de um noticiário que incorporasse um tema geral e uma das principais preocupações da equipe era a busca de uma linha de narração unificadora.

Mesmo sem tema, outra preocupação na construção do produto jornalístico era a de fornecer elos de ligação adequados para dar a impressão de unidade. E aqui um jornalista falou da “*forma especial de lógica*” do jornalista. Também a necessidade de responder às normas externas, nomeadamente de equilíbrio partidário, demonstra, de novo, a qualidade construída do noticiário porque, como escrevem Gurevitch e Blumler, contribuiu inevitavelmente para moldar a forma do noticiário “porque os jornalistas confrontavam-se constantemente com o problema de como justapor diversos ingredientes partidários num

pacote profissional”.

A partir da observação participante no “centro” da “fábrica”, Gurevitch e Blumler descrevem, primeiro, a natureza bifacetada do trabalho jornalístico em que sobressai como pano de fundo permanente uma tensão constante entre o caos e a ordem; a incerteza e a rotina, a criatividade e o constrangimento, a liberdade e o controle.

Mas Gurevitch e Blumler consideram que um padrão emerge e esse padrão reflete a necessidade de fornecer um boletim diário (o peso do fator tempo), a existência de convenções bem estabelecidas, a instituição de uma rotina fortemente organizada, a obrigação de respeitar as normas estabelecidas externamente, o trabalho de “promoção” (para utilizar a terminologia de Molotch e Lester) das fontes, e ainda os critérios ligados às narrativas específicas do jornalismo televisivo e o conceito de uma “boa estória”.

A logística da cobertura estabeleceu uma predominância do “centro” – a sala de redação da BBC que os próprios jornalistas designaram como a “oficina” – sobre a “periferia”, onde os “atores políticos” atuavam.

A predominância do “centro” tinha várias consequências sobre o produto jornalístico: 1) a cobertura era conduzida a partir do “centro”, numa inversão da “verdadeira” ordem, diminuindo o papel do repórter; 2) entre fatores técnicos, o fator tempo, os critérios de noticiabilidade e as próprias rotinas, o resultado é uma grande concentração do trabalho jornalístico em algumas, poucas, fontes de informação que utilizavam várias estratégias de promoção dos seus esforços de “gerir” as notícias; 3) durante todo o processo de produção das notícias, as instruções emanam do “centro”, que orienta a própria cobertura em função dos requisitos do produto a construir e as normas estabelecidas, isto é, essencialmente consoante às *necessidades de acontecimentos* dos jornalistas.

A conclusão de Gurevitch e Blumler é peremptória: “Em suma, é evidente que a cobertura eleitoral realizada pelo noticiário tornou-se numa operação extremamente rotinizada”.

Assim, para a teoria interacionista, os jornalistas, confrontados com a supra-abundância de acontecimentos e a escassez do tempo, lutando para impor ordem no espaço e no tempo, são obrigados a criar o que Tuchman (1973) designa como a rotina do inesperado, tendo como consequência, devido

aos critérios profissionais que utilizam na avaliação das fontes, a dependência nos *canais de rotina*.

A dependência nos canais de rotina poderá ter consequências negativas sobre o trabalho jornalístico. Quando as fontes e os jornalistas fazem parte da mesma “rotina” de uma forma regular, podem estabelecer uma interdependência. O perigo é evidente, conforme escreve Walter Lippmann (Hoch, 1974:156):

O jornalista entra inevitavelmente em contato pessoal com os líderes políticos e homens de negócio, criando relações de confiança e de simpatia; é muitas vezes difícil e muito embaraçoso ignorá-las.

Bennett, Gressett e Haltom (1985:1-2) defendem a posição, e as relações entre os jornalistas e as fontes oficiais poderão ser descritas como uma “relação simbiótica” entre as fontes e os jornalistas: os dois agentes beneficiam-se da “troca”. Para os jornalistas, os benefícios são: 1) a eficácia; 2) uma maior estabilidade no trabalho; e 3) uma autoridade que valida a notícia. Para as fontes oficiais, os benefícios são: 1) a publicitação dos seus atos; 2) possivelmente, uma saliência social; e 3) o reforço da sua legitimidade.

Quando os jornalistas ficam dependentes das fontes, podem ficar orientados para a fonte e, assim, ceder à tentação de escrever para a fonte, e não para o público. Quando o jornalista cede a esta tendência, perde mais a sua independência e deixa as fontes definirem as situações. A interdependência facilita também as “fugas” de informação, em particular o lançamento de “balões de ensaio”.

A dependência dos canais de rotina significa também que uma parte significativa das notícias produzidas tem como base fontes que são profissionais no “negócio” de lidar com os jornalistas, ou seja, com pessoas que conhecem bem a mecânica do trabalho jornalístico, nomeadamente: 1) a necessidade da matéria fornecida assumir certas formas e seguir certas convenções; e 2) o reconhecimento que um *timing* cuidadoso da informação divulgada pode influenciar não só a cobertura, mas também o conteúdo da notícia publicada. Por exemplo, para evitar a primeira página do jornal *Expresso*, um ministro poderá anunciar a sua demissão do governo sábado de manhã.

## O jornalismo e o poder

Assim, para a teoria interacionista, a rotinização do trabalho, leva à dependência nas fontes oficiais. Schudson (1986:31) descreve o processo de produção das notícias como “normalmente uma questão de representantes de uma burocracia apanhando notícias pré-fabricadas de representantes de outras burocracias”.

Para a teoria interacionista, o acesso ao campo jornalístico é um bem estruturado socialmente. As fontes não são iguais no seu acesso ao campo jornalístico. Segundo Schlesinger (1978), as fontes não são todas iguais e todas igualmente relevantes, assim como o acesso a elas e o seu acesso aos jornalistas não está uniformemente distribuído.

Decorre desta conclusão que o acesso aos media é um poder. Para Gans (1979:81):

Na realidade, fontes, jornalistas e público coexistem dentro de um sistema que se assemelha mais ao jogo da corda do que a um organismo funcional inter-relacionado. No entanto, os jogos da corda são decididos pela força: e as notícias são, entre outras coisas, o exercício do poder sobre a interpretação da realidade.

Diversos estudos empíricos na sociologia do jornalismo demonstram a predominância das fontes oficiais (Sigal, 1973, Molotch e Lester, 1974, 1975; Schlesinger, 1978; Tuchman, 1978; Gans, 1979; Hallin, 1984; Schudson, 1986; Sood, Stockdale e Rogers, 1987). Para a teoria interacionista, o reverso da medalha é igualmente válido: outros agentes sociais não têm acesso regular aos meios de comunicação social.

Os movimentos sociais com poucos recursos têm dificuldades em ver os seus acontecimentos transformados em notícia. Se pretendem jogar no tabuleiro do xadrez jornalístico, precisam ajustar o seu modo de interação organizacional aos modos das organizações estabelecidas. A cobertura do movimento social depende em parte da capacidade de criar um aparelho de publicitação e demonstrar a sua vontade de participar na teia de faticidade que sustenta o trabalho jornalístico.

Os próprios conceitos de noticiabilidade requerem aos jornalistas pressuposições sobre o que é normal na sociedade. Escreve Gitlin (1980:15): “Ao dar destaque ao desvio, ao bizarro e ao pouco comum, os jornalistas apoiam implicitamente as normas e os valores da sociedade”. Segundo Gitlin,

os próprios processos de enquadramento são influenciados pelas pressuposições tradicionais do jornalismo: 1) as notícias envolvem acontecimentos, e não as condições que produzem os acontecimentos; as notícias privilegiam as pessoas, e não o grupo; 3) as notícias destacam o conflito, e não o consenso; 4) as notícias privilegiam o fato que “alimenta” a “estória”, e não o fato que a explica.

Escreve Gitlin (1980):

Os movimentos reformistas são menos vulneráveis à deformação estrutural no processo de publicitação que os revolucionários. Os reformistas podem atingir uma posição mediática legitimando os seus *experts*; os enquadramentos normais estão equipados para os mostrar – e à sua classe – com uma vantagem relativamente boa. Os revolucionários, pelo contrário, conseguem atingir posição mediática apenas como marginais; tornam-se ‘estória interessante’ à medida em que se tornam suscetíveis de esquemas de enquadramentos menos prezadores

Gaye Tuchman salienta que a noticiabilidade, como produto de múltiplas negociações, legitima o status quo. Para Tuchman, os grupos sociais que atuam fora do consenso são vistos como marginais e a sua marginalidade é tanto maior quanto mais se afastarem do social legitimado, através da afirmação e da demonstração de atos de violência.

Assim, tal como a teoria estruturalista, a teoria interacionista defende que as notícias são um aliado das instituições legitimadas. Devido à necessidade de impor ordem no espaço e no tempo, a “estória” do jornalismo, no seu funcionamento diário, é descrita como sendo essencialmente “estória” da interação de jornalistas e fontes oficiais. As fontes provêm sobretudo da estrutura do poder estabelecido e, por isso, as notícias tendem a apoiar o status quo.

Tal como a teoria estruturalista, a teoria interacionista rejeita a visão instrumentalista do processo de produção das notícias. Nas palavras de Molotch e Lester (1975:255):

Não cremos que os poderosos estabeleçam tipicamente a sua ideologia dominante da conspiração direta com os, ou com a coerção dos, media. Isto pode de fato acontecer; os ataques das autoridades governamentais e a pressão dos anunciantes sobre o conteúdo jornalístico são objeto de frequentes controvérsias. Mas o objetivo deste estudo é usar os seus resultados para explorar a relação entre os procedimentos e os hábitos dos produtores de notícias por um lado e o conteúdo da cobertura, por outro. Procuramos os mecanismos de domínio no funcionamento dos jornais que desenvolveram ‘rotinas’ de produção de notícias e aos quais de algum modo tem sido permitido sobreviver por aqueles que têm o poder de determinar as contingências do dia de

trabalho de um jornalista. Estas rotinas podem tornar-se tão integradas que se tornam reificadas como “normas profissionais” ou “bom jornalismo”, e as formas alternativas de produção de notícias tornam-se quase inconcebíveis para os profissionais.

Em conclusão, as teorias estruturalista e interacionista chegam a conclusões semelhantes em relação ao papel político do jornalismo. Para as duas teorias, a conexão entre fontes e jornalistas faz das notícias uma ferramenta importante do governo e das autoridades estabelecidas (Schudson, 1989) e as notícias, em geral, tendem a apoiar as interpretações oficiosas dos acontecimentos controversos.

Embora as duas teorias partilhem a posição da teoria estruturalista de que as fontes oficiais detêm vantagens importantes, ao contrário da forma determinista de encarar as relações entre os “definidores primários” e os jornalistas, a teoria interacionista defende que o papel dominante das fontes oficiais não é automático. Pelo contrário, é o resultado de uma busca ativa dum vantagem, ou seja, é o resultado de uma ação estratégica. Assim, para a teoria interacionista, a posição dominante das fontes oficiais é uma *conquista* (Schlesinger, 1990). Segundo a lógica da teoria interacionista, seria então importante identificar quais são os recursos determinantes que os “promotores” (as fontes) devem possuir para impor os seus acontecimentos e problemáticas na agenda dos jornalistas e fazer passar os seus enquadramentos na luta simbólica em torno do processo de significação. Apesar da falta de mais pesquisa sobre esta questão importante, avançamos quatro tipos de recursos: 1) o seu capital econômico; 2) o seu capital institucional, isto é, o grau de institucionalização da fonte; 3) o seu capital sociocultural, na forma de autoridade, “saber” e credibilidade; e 4) a sua estratégia e táticas de comunicação

É claro que o estudo do jornalismo põe em causa uma fé simples no mito do jornalismo como um *contrapoder*. A teoria interacionista reconhece o papel do jornalismo como uma força conservadora, mas também reconhece que pode constituir um recurso para os agentes sociais que contestam o *status quo* e os valores dominantes. Alguns estudos demonstram que os agentes sociais com menos recursos conseguem mobilizar as notícias como um recurso a favor da sua causa. Num estudo britânico que visava examinar expressamente a interação entre fontes e jornalistas na problemática da AIDS, Miller e Williams

(1993) sublinham que as “vozes alternativas” conseguem fazer-se ouvir mas os autores concluem: “Nós não discordamos de que as fontes poderosas jogam um papel crucial no resultado final dos media noticiosos” (p. 139).

Devido à importância da “relativa autonomia” dos jornalista, a existência de valores e normas profissionais, bem como a pujança de toda uma cultura que atrai um número significativo de jovens que já acreditam na mitologia jornalística, a crescente capacidade por parte de diversos agentes sociais em participar e, às vezes, vencer (n)o xadrez jornalístico, defendemos a posição de que seria mais correto afirmar que o jornalismo é um Quarto Poder que defende sobretudo o *status quo*, mas periodicamente realiza o seu potencial de contrapoder.

## **A comunidade jornalística**

Para a teoria interacionista, as notícias são o resultado de processos de interação social não só entre os jornalistas e as fontes, mas também entre os próprios jornalistas, vistos como membros de uma comunidade profissional.

A interação, isto é, a troca de experiências, saberes, truques, anedotas, que é mais do que a simples tagarelice e que não deve ser minimizada porque faz parte de um processo decisivo de formação de consenso, dum camaradagem que influencia o trabalho jornalístico porque a validação e o exame dos colegas torna-se o substituto dum exame independente e crítico que afinal ninguém faz. Nesta interação, é criada toda uma linguagem secreta entre os membros da tribo, que se exprime na “gíria” dos membros da tribo. Nesta interação temos a leitura dos outros jornais, a consulta que o jornalista faz aos outros jornalistas; nesta interação temos as trocas e os favores, a entreaajuda entre membros da tribo, bem como a concorrência desenfreada.

Como sublinha Gaye Tuchman (1973:44): “Os conflitos e métodos de disseminar uma rede informativa criam uma complexa burocracia cujas negociações internas dão forma às ocorrências como acontecimentos informativos”. Sobre outra vertente do processo de produção, Tuchman escreve:

A noticiabilidade é construída através de acordos mútuos realizados pelos chefes, que trabalham para assegurar este equilíbrio interpessoal... (A) avaliação da noticiabilidade é um fenómeno negociado, constituído pelas atividades de uma complexa burocracia, desenhada para supervisionar

a rede informativa.

À sua maneira própria de viver, o tempo ilustra um dos elementos mais distintivos da comunidade jornalística. Outra expressão crucial da cultura jornalística é a sua maneira própria de ver o mundo. Devido ao papel dos valores-notícia, isto é, os critérios de noticiabilidade que orientam o processo de produção das notícias, gera-se um *group think*, a partilha de “hábitos mentais” que criam fenômenos bem documentados de jornalismo de matilha (*pack journalism*) e *media frenzy* (a cobertura massiva e frenética de um acontecimento). A existência de um modo de ver, modo de agir e modo de falar estabelece um elo de ligação bastante forte entre os membros da diáspora jornalística.

O valor do imediatismo entre os membros da comunidade jornalística é apenas um entre outros que marcam a cultura jornalística. Com a profissionalização dos jornalistas ao longo do século XIX e XX, foram estabelecidos valores como a objetividade, a independência, a verdade, bem como a elaboração de normas que constroem os contornos de representações profissionais bem definidos do “bom” ou “mau” jornalista. A ideologia jornalística e a sociedade fornecem igualmente um *ethos* que define para os membros da comunidade jornalística que o seu papel social é de informar os cidadãos e proteger a sociedade de eventuais abusos do poder, ou seja, toda a concepção do jornalismo enquanto “contrapoder”. O “*ethos* jornalístico” tem sido determinante na elaboração de toda uma mitologia que encobre a atividade jornalística e que marca não só os próprios profissionais do campo jornalístico como também tem sido projetado no imaginário coletivo da própria sociedade.

Com o acesso direto ao campo jornalístico, reconhece explicitamente um grau maior de autonomia por parte dos jornalistas. Para a teoria interacionista, as trocas constantes e a discussão contínua entre jornalistas na produção das notícias é vital. Para a teoria interacionista, não é possível compreender as notícias sem uma compreensão da identidade e a cultura dos profissionais do campo jornalístico.

Escreve Traquina (1988/1993:168): “As notícias acontecem na conjunção de acontecimentos e textos. Enquanto o acontecimento cria a notícia, a notícia cria o acontecimento”. O primeiro poder dos jornalistas é a decisão última de

decidir o que é notícia, sabendo que a notícia dá existência pública aos acontecimentos ou à problemática. É o já mencionado saber de reconhecimento.

O segundo poder dos jornalistas é a última palavra sobre a construção do acontecimento como notícia. As notícias são construções, narrativas, “estórias”. As notícias são elaboradas com a utilização de padrões industrializados, ou seja, formas específicas que são aplicadas aos acontecimentos, como, por exemplo, a pirâmide invertida. Para Schudson,

[...]o poder dos *media* não está só (nem principalmente) no seu poder de declarar as coisas como sendo verdadeiras, mas no seu poder de fornecer as formas sob as quais as declarações aparecem (Schudson, 1982/1993:279).

Schudson escreve que os jornalistas confiam não só noutros jornalistas mas também nas formas narrativas à volta das quais trabalham e discutem.

Assim, o jornalismo e os jornalistas podem influenciar não só *sobre o que pensar* mas também *como pensar*. Estudos realizados nas últimas três décadas do século XX apontam que a influência varia sobre as pessoas e sobre os assuntos. A influência é maior sobre as pessoas que estão mais expostas ao jornalismo e procuram informação; a influência é maior sobre os assuntos sobre os quais as pessoas não têm experiência direta que podem mobilizar. Numas eleições políticas, segundo Maxwell McCombs (1992), a conclusão a tirar é clara: os atributos enfatizados pelo campo jornalístico podem influenciar diretamente a direção da opinião pública. Tanto a seleção das ocorrências e/ou das questões que constituirão a agenda, como a seleção dos enquadramentos para interpretar essas ocorrências e/ou questões são poderes importantes do campo jornalístico e os seus profissionais. Escreve McCombs:

A seleção dos tópicos para a agenda jornalística e a seleção de enquadramentos para as “estórias” acerca desses tópicos são poderosos papéis de agenda-*setting* e responsabilidades éticas terríveis (1992:820-821).

Rejeitando a teoria do espelho e criticando o “empiricismo ingênuo” dos jornalistas, a teoria interacionista defende que os jornalistas não são simples observadores passivos, mas participantes ativos na construção da realidade. As notícias devem ser encaradas como o resultado de um processo de interação social. As notícias são uma construção social onde a natureza da realidade é uma das condições, mas só uma, que ajuda a moldar as notícias. As notícias

também refletem 1) a “realidade”, os aspectos manifestos do acontecimento; 2) os constrangimentos organizacionais, que poderão incluir a intervenção direta do(s) proprietário(s), e os imperativos econômicos; 3) as narrativas que governam o que os jornalistas escrevem; 4) as rotinas que orientam o trabalho e que condicionam toda a atividade jornalística; 5) os valores-notícias dos jornalistas; e 6) as identidades das fontes de informação com quem falam. Para a teoria interacionista, o mundo social e político não é uma realidade predeterminada e “dura” que os jornalistas “refletem”: a atividade jornalística é, para estes teóricos, bem mais complexa do que a ideologia jornalística sugere.

## Conclusão

O que é o jornalismo? A pergunta suscita outras perguntas: O que é notícia? O que são as notícias? Por que as notícias são como são? Afinal, qual é o papel do jornalismo numa sociedade democrática?

As respostas oferecidas neste manual teórico para a prática jornalística apontam para o jornalismo como a realidade, mas uma realidade muito seletiva, construída através de inúmeros processos de interação social entre os profissionais do campo jornalístico 1) e as diversas fontes, concebidas essencialmente como agentes sociais que querem utilizar o produto essencial do campo jornalístico – as notícias – como um recurso social para as suas estratégias de comunicação; 2) e outros jornalistas, membros de uma comunidade interpretativa, em que partilham como referência de toda a ideologia representada no polo ideológico do campo jornalístico; e 3) a própria sociedade, devido ao fato de que toda a sua cultura profissional aponta para um papel fundamental dos valores-notícia que têm uma “estrutura profunda” (Hall, 1984) que esboça um mapa do mundo jornalístico em que há esferas do “consenso”, da “controvérsia legítima”, e “do desvio”.

No segundo volume deste livro, iremos examinar mais de perto toda a cultura profissional dos profissionais do campo jornalístico porque a proposta teórica deste livro aponta para uma “autonomia relativa” dos profissionais que reivindicam um monopólio de saber, a seleção e construção das notícias. Segundo Bourdieu, os jornalistas utilizam óculos que veem certas coisas e não veem outras coisas. Os saberes de reconhecimento, de procedimento e de narração são elementos constitutivos de toda uma cultura profissional que os membros deste grupo desenvolveram num processo histórico e contínuo de profissionalização. Uma lei desta proposta teórica sublinha que não é possível compreender as notícias sem uma prévia compreensão da cultura dos profissionais do campo jornalístico.

O jornalismo e os jornalistas têm poder, consoante a sua posição na hierarquia profissional. Quer seja quer não, o jornalismo é um “Quarto Poder” que, sobretudo devido ao acesso habitual às fontes oficiais, sustenta o poder instituído e o *status quo*.

Mas este “Quarto Poder” não é um campo fechado; pode ser mobilizado

por movimentos sociais e contestatórios que sabem criar estratégias de comunicação que seduzem numa luta simbólica jogada nas sociedades democráticas, no tabuleiro do xadrez jornalístico. E talvez sejam minimizadas nas vezes em que este “Quarto Poder” atua como um “contrapoder”, compelido pela força dos valores dos seus profissionais e de toda uma mitologia que envolve o jornalismo como profissão na teoria democrática. O “caso *Watergate*” é apenas o exemplo mais famoso de casos em que o jornalismo teve um papel de “contrapoder” concreto que alimenta a dedicação aos valores mais nobres da profissão. A pujança do polo ideológico do campo jornalístico é também alimentada pelos êxitos dos jornalistas no cumprimento do seu papel de *watchdog*, um reforço deste polo na crescente necessidade de responder à força do polo econômico.

O fator econômico é uma força importante na atividade jornalística. Enquanto o polo ideológico define o jornalismo como um serviço público, o jornalismo é feito em empresas que, na sua esmagadora maioria, têm como objetivo acabar o ano com lucros. Enquanto o polo ideológico define o jornalismo como um serviço público, o econômico define o jornalismo como um negócio, que tem tendência para definir as notícias como uma mercadoria que vende jornais ou consegue um bom *share* da audiência. A desregulamentação da atividade televisiva em Portugal, durante os anos 1990, acentuou essa visão das notícias e alimentou um ambiente de cada vez maior competitividade no campo jornalístico.

O poder relativo dos jornalistas é também condicionado pelos constrangimentos organizacionais, bem como pelas práticas e rotinas que as empresas jornalísticas e os jornalistas necessitam criar para dar conta do recado: produzir as notícias em tempo útil. O jornalismo é altamente condicionado pela obsessão de dar resposta à avalanche de acontecimentos que “acontecem”. Aqui temos outro mito do jornalismo: as notícias são muito mais do que o que “acontece”. Na cultura contemporânea da promoção, uma parte significativa das toneladas de notícias que são produzidas diariamente são acontecimentos criados para os media, em particular para os membros da comunidade jornalística, em grande parte os pseudo-acontecimentos. São uma tática de diversas ações de sedução de luta política e social no jogo no tabuleiro jornalístico, ações que incluem as entrevistas (em particular a exclusiva), os

convites (jantares, viagens, conferências de imprensa), e as fugas de informação em *off-the-record*.

Mesmo limitado e constrangido, o poder do jornalismo e dos jornalistas aponta para a importância das suas responsabilidades sociais. A afirmação do reconhecimento das suas responsabilidades, por parte dos jornalistas e também por parte dos donos das empresas jornalísticas, não é possível reduzindo as notícias a uma simples mercadoria, e ignorando a existência dos ideais mais nobres do jornalismo, que fornecem uma manta de legitimidade ao negócio.

O jornalismo é “estórias” acerca da vida, das estrelas, das tragédias e dos espetáculos dos congressos partidários. O reforço do polo económico, as mudanças nas estruturas económicas das empresas em grupos multimídia, a crescente competitividade, acentuaram a integração do campo jornalístico no campo mais vasto do campo mediático. Na definição e construção das notícias, a importância do que é importante não pode ser apagada pelo imperativo do que é interessante. Os imperativos da concorrência e a luta pelo brilho profissional na procura de furos e “exclusivas” não podem fazer esquecer o direito à vida privada e o poder do jornalismo de denegrir o bom nome. No calor da luta contra a tirania do fator tempo, as empresas jornalísticas e os jornalistas não podem fazer esquecer as regras elementares do trabalho, como, por exemplo, a verificação da informação, ou o respeito total pela fronteira entre “fato” e “ficção”.

A crescente presença das notícias de *infotainment* e o crescente apagamento das fronteiras da informação e do entretenimento com a ascensão dos comunicadores, são tendências que apontam para a importância da identidade profissional dos jornalistas.

O processo de profissionalização dos jornalistas é irreversível. Em Portugal, marcas importantes deste processo histórico de profissionalização, bem visíveis noutros países no princípio do século XX, foram conquistas importantes do 25 de abril, para além evidentemente do valor sagrado da liberdade. A criação de licenciaturas em comunicação e jornalismo nas universidades portuguesas, a elaboração de códigos deontológicos pelos jornalistas, e a entrada de uma nova geração de jornalistas, uma parte significativa formada nas licenciaturas de comunicação e jornalismo, contribuíram para uma mudança profunda em que o paradigma dominante no

jornalismo português associa o jornalismo a um compromisso com os ideais da profissão e não a afirmação de convicções políticas. O exemplo da evolução dos membros da comunidade jornalística portuguesa – a sua crescente profissionalização – não é uma exceção: faz parte de uma tendência histórica verificada noutras democracias, como a França, os Estados Unidos e a Itália (Patterson e Donsbach, 1998).

O reforço da identidade jornalística não deve tornar os membros da comunidade jornalística cegos aos efeitos perversos das práticas e das rotinas que as empresas e os jornalistas precisam implementar para pôr ordem no espaço e no tempo, bem como dos seus próprios valores-notícia. Um refrão mais resistente na onda crescente de crítica aos *media*, ao jornalismo, aos jornalistas, é a negatividade das notícias, ou nas palavras de um crítico, os “inimigos da esperança” (Merritt, 1995). Na época em que a TVI ainda estava associada à Igreja, os jornalistas reconheceram esta identidade entre jornalismo e negatividade, tentando introduzir “boas notícias”, notícias positivas sobre o mundo. Os outros membros da comunidade jornalística ridicularizaram esta ideia com a designação de “jornalismo de escudeiros”.

A diluição da carga negativa do jornalismo apresenta-se como uma medida parcelar entre outras que a maré de crítica ao jornalismo sugere. Um movimento de renovação do jornalismo nos Estados Unidos, o movimento do jornalismo cívico, que emergiu de dentro da comunidade, apresenta um leque de sugestões, das quais apenas mencionamos duas. Uma medida de alerta para a importância da diversificação das fontes de informação, bem como a diversificação das pessoas que Bourdieu designa como os *fast food thinkers*. Através de diversos métodos identificados com as ciências sociais, a segunda medida é conhecer melhor os cidadãos e as suas preocupações e, em consequência, introduzir esse conhecimento na estratégia adotada para a cobertura dos atos eleitorais. A mensagem essencial é *to get connected* com os leitores/ouvintes/telespectadores, com base na lógica de que um cidadão interessado na vida política é um cidadão interessado nas notícias. Baseado na convicção de que a chamada crise da democracia só pode ser resolvida pelo jornalismo, o movimento de jornalismo cívico entende que o jornalismo não pode oferecer apenas o que é interessante, mas sobretudo o que é importante para os cidadãos.

Um conhecimento histórico do jornalismo ensina que, do tambor aos satélites, esta atividade foi sempre profundamente transformada pelas inovações tecnológicas (Stephens, 1988). De novo, no início de novo milênio, as inovações tecnológicas, em particular a rede transglobal de computadores interligados conhecido por *internet*, marcam as práticas jornalísticas, acelerando ainda mais a velocidade dos processos de produção de notícias, corroendo as barreiras do tempo e do espaço, globalizando as notícias e as audiências, criando novos canais de acesso aos membros da comunidade profissional (McNair, 1998).

Se ninguém controla o jornalismo nas sociedades democráticas, as novas capacidades que a *internet* oferece aos jornalistas e ao público na obtenção de dados e de acesso à informação, a proliferação de canais e a explosão de locais de comunicação e de informação, nomeadamente os milhares de sites no ciberespaço, as novas oportunidades de acesso aos jornalistas para as *vozes alternativas* da sociedade, são fatores que apontam para a debilitação do controle político do jornalismo e para a existência dum campo jornalístico que é cada vez mais uma arena de disputa entre todos os membros da sociedade.

## Bibliografia

Altheide, David (1976). *Creating Reality: How TV News Distorts Events*. Beverly Hills, Ca: Sage Publications.

Ansejo, Profirio (1979). *Códigos de la Profesión Periodística: Análises Comparativos*. Madrid: Universidade Complutense de Madrid.

Anson, Robert Sam (1989). *War news: A Young Reporter in Indochina*. New York: Simon e Schuster.

Atwater, T. e F. Fico (1986). "Source Reliance and Use, *in*: Reporting State Government: A Study of Print and Broadcast Practices". *Newspaper Research Journal*. Vol. 50. N° 4.

Banning, Stephen (1994). "Discovering a Mid Nineteenth Century Drive for Journalistic Professionalization". Comunicação apresentada no Congresso da Association for Education in Journalism and Mass Communication, 10 de Agosto, Atlanta, Georgia (E.U.A).

Barber, Bernard (1963). "Some Problems in the Sociology of Professions". *Daedalus*, Vol. 92, N° 4.

Barthes, Roland (1967). *Elements of Semiology*. New York: Hill and Wang.

Barnes, Kathleen (1990). *Trial be Fire: A Woman Correspondent's Journey to the Frontline*. New York: Thunder's Mouth Press.

Bennett, W. Lance, Gresset, Lynne A., e William Haltom (1985). "Repairing the News: A Case Study of the News Paradigm". *Journal of Communication*, Vol. 35. N° 2.

Berger, Peter e Thomas Luckman (1967). *The Social Construction of Reality*. Garden City, N. J.: Doubleday-Anchor.

Bertrand, Clause Jean. (1998). "Media Quality and Control in the USA and Europe". No livro de Hugh Stephenson e Michael Bromley (Eds.). *Sex, Lies and Democracy: The Press and the Public*. London &

New York: Longman.

Bird, S. E. e Dardenne, R. W. (1988/1993). "Myth, Chronicle and Story: Exploring the Narrative Qualities of News". In Carey, J. W. (ed.), *Media, Myth and Narratives*. Newbury Park, Ca: Sage Publications. *In: Traquina, N. (op. cit)*

Bogart, L. (1968). "The Overseas Newsmen: A 1967 Profile Study". *Journalism Quarterly*, Vol. 45, N° 1.

Boorstin, D. (1961). *The Image: Or What Happened to the American Dream?* New York: Atheneum.

Boorstin, D. (1971) "From news-gathering to news-making: A Flood of pseudo-events". In Schramm e Roberts (eds). *The Process and Effects of Mass Communication*. Urbana, Ill.: University of Illinois Press.

Bourdieu, P. (1979). *La distinction*. Paris: Minuit.

Bourdieu, P. (1997). *Sobre a televisão*. Oeiras: Celta Editora.

Bourdieu, Pierre (1998). *On Television*. New York: The New Press.

Boyce, G., (1978). "The Fourth Estate: The Reappraisal of a Concept". *In: Boyce, Curran e Wingate (eds.) Newspaper History: From the Seventeenth Century to the Present Day*. London: Constable and Beverly Hills, Ca.: Sage Publications.

Boyd-Barrett, Oliver (1979). "The Politics of Socialization: Recruitment and Training for Journalism". No livro de Harry Christian (Ed.): "The Sociology of Journalism and the Press". *Sociological Review monograph*, N° 29.

Breed, W. (1955/1993). "Social Control in the Newsroom: A Functional Analysis". *Social Forces*, Vol. 33, Outono. No livro de Nelson Traquina (Org.). *Jornalismo: Questões, Teorias e 'Estórias'*. Lisboa: Veja.

Broddason, (Thorbjorn (1994). "The Sacred Side of Professional Journalism". *European Journal of Communication*. Vol. 9.

Bucklew, James K. (1967). "The Television News Editor as a Gatekeeper". Tese de Doutorado não-publicado.

Caputo, Philip (1991). *Means of Escape*. New York: Harper-Collins.

Carey, J. (1986). "The Dark Continent of American Journalism". In Manoff e Schudson (eds), *Reading the News*, New York, Pantheon Books.

Chalaby, Jean K. (1996). "Journalism as na Anglo-American Invention: A Comparison of the Development of the French and Anglo-American Journalism, 1830s-1920s". *European Journal of Communication*, Vol. 11 (3).

Chabaly, Jean K. (1997). "No Ordinary Press Owners: Press Barons as a Weberian Ideal Type" *European Journal of Communication*. Vol. 12.

Chatelat, Bernard (1979). *Trentes modèles pour communiquer*. Paris: (Mimeo).

Chomsky, N. e E. S. Herman (1979). *The Political Economy of Human Rights, Vol. 1: The Washington Connection and the Third World Fascism*. Montreal: Black Rose Books e Boston: South End Press.

Chomsky, N. e E. S. Herman (1979) *The Political Economy of Human Rights, Vol. 2: After the Cataclysm: Postwar Indochina and the Reconstruction of Imperial Ideology*. Boston: South End Press.

Christian, Harry (1979). "Journalist's Occupational Ideologies and press Commercialism". No seu "The Sociology of journalism and the Press". *Sociological Review Monograph*, N° 29.

Christians, C., Ferre, J. P. e P. M. Fackler (1993). *Good News, Social Ethics and the Press*. New York: Oxford.

Cirino, Robert (1970). *Don't Blame the People: How the News Media Use Bias, Distortion and Censorship to Manipulate Public Opinion*. Los Angeles, Ca.: Diversity Press.

Cohen, Stanley, Jock Young (Eds.) (1973). *The Manufacture of News*. London: Constable.

Colby, B. N. (1975). "Culture Grammars". *Science*, Vol. 187.

Correia, F. (1998). *Os Jornalistas e as Notícias*. Lisboa: Caminho.

- Curran, James (1990). "Culturalist Perspectives of news Organizations: A Reappraisal and a Case Study". No livro de Majorie Ferguson (Ed). Public Communication: The New Imperatives. Newbury Park, Ca.: Sage Publications.
- Darnton, R. (1975). "Writing News and Telling Stories". Daedalus, Vol. 104, Primavera. In Traquina, N. (*op. cit.*).
- Dayan, D. e Katz, E. (1992). Media Events: The Life Broadcasting of History. Cambridge Massachusetts, London England: Harvard University Press. (1999). A História em Directo: Os Acontecimentos Mediáticos na Televisão. Coimbra: Minerva.
- Delporte, Christian (1999). Les journalistes em France: 1880-1950: Naissance et construction d'une profession. Paris: Éditions du Seuil.
- Dooley, Patricia (1997). Taking Their Political Place: Journalists and the Making of na Occupation. Westport, Ct.: Greenwood Press.
- Dorman, William A e Steve Livingston (1994). "News and Historical Context: The Establishing Phase of the Persian Gulf Policy Debate". No livro de W. Lance Bennett e David Paletz (Eds.). Taken By Storm: The Media, Public Policy and U. S. Foreign Policy in the Gulf War. Chicago e Londres: The University of Chicago Press.
- Efron, F. (1971). The News Twisters. Los Angeles: Nash Publishing.
- Elliott, P. (1978). "Professional Ideology and Organizational Change: The Journalist Since 1800". In Boyce, Curran e Wingate (eds.), Newspaper History: From the Seventeenth Century to the Present Day. London: Constable and Beverly Hills, Ca.: Sage Publications.
- Engel, Matthew (1996). Tickle the Public: One Hundred Years of the Popular Press. London: Victor Gollanez.
- Epstein, Edward Jay (1973). News From Nowhere. New York: Random House.
- Ericson, R., Baranek, P. e Chan, J. (1987). Visualizing Deviance: a Study of News Organization. Toronto: University of Toronto Press.
- Esteves, J. Pissarra (1998). A Ética da Comunicação e Os Media Modernos: Legitimidade e Poder nas Sociedades Complexas. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian e Junta Nacional de Investigação Científica e Tecnológica.
- Ferenczi, T. (1993). L'invention du journalisme en France. Paris: Plon.
- Fishman, Mark (1978). "Crime News as Ideology". Social Problems, Vol. 25, Nº 5.
- Fishman, Mark (1980). The Manufacture of News. Austin: University of Texas.
- Fishman, M. (1981). "Police news: constructing an image of crime". Urban Life, 9 (4): 371-394.
- Fishman, M. (1982). "News and Nonevents: Making the Invisible Invisible" No livro de James S. Ettema e D. Charles Whitney (Eds.). Individuals in Mass Media Organizations: Creativity or Constraint. Beverly Hills, Ca: Sage Publications.
- Galtung, J. e Ruge, M. (1965/1993). "The Structure of Foreign News". Journal of International Peace Research, Vol. 1. No livro de Traquina, (1993).
- Gamson, William A (1984). What's News. New York: The Free Press.
- Gamson, William A (1989). "News as Framing". American Behavioral Scientist. Vol. 33.
- Gamson, William A e A Modigliani (1989). "Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power: A Constructionist Approach". American Journal of Sociology. Vol. 95.
- Gans, H. (1979). Deciding What's News: a Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time. New York: Pantheon Books.
- Garcia, Luis. (1994). Vértice. 60. Maio-Junho.
- Garcia, Luis (1995). "Os jornalistas portugueses enquanto actores do espaço público mediatizado:

legitimidade, poder e interpermutação”. Revista de comunicação e linguagens. Vol. 21-22.

Gieber, W., (1956). “Across the Desk: A Study of 16 Telegraph Editors”. Journalism Quarterly. Vol. 33, N° 4.

Gieber, Walter (1964). “News Is What Newspapermen Make It”. No livro de L. A. Dexter e D. M. Manning (Eds.). People, Society and Mass Communication. New York: Free Press.

Gitlin, Todd (1979). “News as Ideology and Contested Area: Toward a Theory of hegemony, Crisis and Opposition”. Socialist Review, 48, Vol. 9, N° 6.

Gitlin, T. (1980). The Whole World Is Watching. Berkeley, Ca.: University of California Press.

Glasgow University Media Group (1976). Bad News. London: Routledge & Kegan Paul.

Goffman, E. (1975). Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience. Boston: Northeastern University Press.

Gold Davide Jerry L. Simmons (1963). “News Selection Patterns Among Iowa Dailies”. Public Opinion Quarterly. Vol. 29, Outono.

Golding, P. e Elliott, P. (1979). Making the News. Londres: Longman.

Gonçalves, Rui (1999). Jornalismo e Valores: O Projecto Informativo TSF-Rádio Jornal (1988-1993). Lisboa: Edinova - Edições da Universidade Nova de Lisboa.

Greenwood, Ernest (1957). “Attributes of a Profession”. Social Work, 2 (Julho).

Gurevitch, M. e Blumler, J. (1982). “The Construction of Electronic News: An Observation Study of the BBC”. In Ettema e Whitney (Eds.). Individuals in Mass Media Organizations: Creativity and Constraint. Beverly Hills, Ca.: Sage Publications.

Habermas, Jurgen (1989). The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society. Cambridge, Ma: The MIT Press.

Hackett, R. (1984/1993). “Decline of a Paradigm: Bias and Objectivity in News Media Studies”. Critical Studies in Mass Communication, Vol. 1, N° 3. No livro de Nelson Traquina (*op. cit.*).

Hall, Stuart (1973). “A world at one with itself”. No livro de Stanley Cohen e Jock Young (eds), The Manufacture of News. London: Constable & Berveley Hills, 85-94.

Hall, Stuart. (1977). “Culture, the Media and the ‘Ideological’ Effect”. In: Curran, Gurevitch e Woollacott (eds.). Mass Communication and Society, London: Edward Arnold.

Hall, Stuart (1984). “The Narrative Construction of Reality: An Interview with Stuart Hall”. Southern Review, Vol. 17, N° 1.

Hall, Stuart. et. al. (1973/1993). “The Social Production of News: Mugging in the Media”. No livro de Cohen e Young (eds). The Manufacture of News. London: Constable & Berveley Hills. Publicado também no livro de Traquina, (1993).

Hall, S., Critcher, C., Jefferson, T., Clarke, J., e Reports, B. (1978/1993). Policing the Crisis: Mugging, the State, and Law and Order. London: Methuen and New York: Holmes & Meier. O segundo capítulo está publicado no Traquina, (1993).

Hallin, Daniel (1984). The Media, the War in Vietnam, and Political Support: A Critique of the Thesis of an Oppositional Media”. Journal of Politics, Vol. 46. N° 1.

Hallin, Daniel (1986). The “Uncensored War”: 1965-1967. Berkeley: University of California Press.

Hallin, Daniel (1994). “Introduction: American Journalism and the Public Sphere”. No seu livro We Keep America on Top of the World. London & New York: Routledge.

Halloran, J. D. et. al. (1970). Demonstrations and Communication: A Case Study.

Harris, J. D. (1979). War Reporter. New York: Manor Books.

Hartley, John (1982). Understanding News. Londres e Nova York: Methuen. Nova edição publicada em 1993.

- Herman, Edward S. "Diversity of News: 'Marginalizing the Opposition'". *Journal of Communication*. Vol. 35, N° 3, Verão. Publicado também no livro de Traquina (1993).
- Herman, Edward S. e Noam Chomsky (1988). *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. New York: Pantheon Books.
- Hoch, P. (1974). *The Newspaper Game: The Political Sociology of the Press*. London, Calder Boyars.
- Hofstetter, C. (1976). *Bias in the News: Network Television Coverage of the 1972 Election Campaign*. Columbus: Ohio State University Press.
- Hughes, Everett Cherrington (1958). *Men and Their Work*. Glencoe: The Free Press.
- Hughes, Everett Cherrington (1959). "The Study of Occupation". No livro de Robert K. Merton, Leonard Bloom e Leonard S. Cottrell (Eds.). *Sociology Today*. New York: Basic Books.
- Hughes, Everett Cherrington (1963). "Professions". *Daedalus*. Fall, Vol. 93, N° 4.
- Katz, E. (1980). "Media Events: The Sense of Occasion". *Studies in Visual Anthropology*, 6. Publicado também no livro de Traquina, (1993).
- Kimball, Penn (1963). "Journalism: Art, Craft, or Profession?". No livro de Kenneth S. Lynn (Ed.). *The Professions in America*. Boston: Beacon.
- Kristol, I. (1975). "Business and the 'New Class'". *Wall Street Journal*, 19 de Maio.
- Lévi-Strauss (1968). *The Savage Mind*, Chicago: University of Chicago Press.
- Lichter, S., Rotham, Stanley, e Linda S. Lichter (1986). *The Media Elite: America's New Powerbrokers*. Bethesda, Md.: Adler & Adler.
- Lippmann, W. (1922). *Public Opinion*. New York: Free Press.
- Lowry, D. (1971). "Agnew and the Network TV News: A Before/After Content Analysis". *Journalism Quarterly*, Vol. 48.
- Lule, Jack (2001). *Daily News, Eternal Stories: The Mythological Role of Journalism*. New York: The Guilford Press.
- Manoff, R. e Schudson, M. (1986). *Reading the News*. New York: Pantheon Books.
- Marzolf, M. (1984). "American 'New Journalism' Takes Root In Europe at End of 19th Century". *Journalism Quarterly*, Vol. 61, N° 3.
- Mathien, Michel (1994). "L'identité professionnelle des journalistes: regard sur une évolution". No livro de Michel Mathien e Rémy Rieffel (Eds.). *L'identité professionnelle des journalistes*. Actas do Colóquio de Strasbour, 25 e 26 de Novembre.
- McCombs, M. E. (1992). "Explorers and Surveyors: Expanding Strategies for Agenda-Setting Research". *Journalism Quarterly*, Vol. 69.
- McCombs, M. E., e D. Shaw (1972). "The Agenda-Setting Function of the Mass Media". *Public Opinion Quarterly*, Vol. 36.
- McCombs, M. E. e D. Shaw (1977). "The Agenda-Setting Function of the Press". No livro de D. Shaw e M. McCombs (Eds.). *The Emergence of the American Political Issues: The Agenda-Setting Function of the Press*. St. Paul, MN: West Publishing Co.
- McLeod, Jack M. e Searle E. Hawley, Jr. (1964). "Professionalization Among Newsmen". *Journalism Quarterly*, Vol. 41, N° 3.
- McLeod, Jack M. e Ramona R. Rush (1969a). "Professionalization of Latin American and U. S. Journalists". *Journalism Quarterly*, Vol. 46, N° 3.
- McLeod, Jack M. e Ramona R. Rush (1969b). "Professionalization of Latin American and U. S. Journalists: Part II". *Journalism Quarterly*, Vol. 46, N° 4.
- McNair, Brian (1998). *The Sociology of Journalism*. London: Arnold.
- Meadow, R. G. (1973) "Cross-media Comparaison of Coverage of the 1972 Presidential Campaign".

- Journalism Quarterly, Vol. 50.
- Menanteau-Horta, Dário (1967). "Professionalization of Journalists in Santiago de Chile". *Journalism Quarterly*, Vol. 44, N° 4.
- Merritt, Jr., Davis "Buzz" (1995). *Public Journalism and Public Life: Why Telling The News Is Not Enough*. Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Mesquita, Mário (1998). *O Jornalismo em Análise: A Coluna do Provedor dos Leitores*. Coimbra: Minerva.
- Mesquita, Mário (2002). "A (improvável) geração do 'don't ask'". *O Público*, 6 de Janeiro.
- Miller, D. e Williams, K. (1993). "Negotiating HIV/AIDS Information: Agendas, Media Strategies and the News". In: Glasgow University Media Group. *Getting The Message: News, Truth and Power*. London & New York: Routledge.
- Molotch, H. e Lester, M. (1974/1993). "News as Purposive Behavior: On the Strategic Use of Routine Events, Accidents and Scandals", *American Sociological Review*, Vol. 39, N° 1. Publicado também no livro de Traquina, (1993).
- Molotch, H. e Lester, M. (1975). "Accidental News: The Great Oil Spill as Local Occurrence and National Event". *American Journal of Sociology*, Vol. 83, N° 3.
- Myerhoff, Barbara (1972). "The Revolution as a Trip: Symbol and Paradox". No livro de Philip G. Altbach e Robert S. Laufer (Eds.). *The New Pilgrims: Youth Protest in Transition*. New York: David McKay.
- Nayman, Oguz B. (1973). "Professional Orientations of Journalists: Na Introduction to Communicator Analysis Studies". *Gazette*, Vol. 19, N° 4.
- Nayman, Oguz B., Atkin, Charles K. e Garrett J. O'Keefe (1973). "Journalism as a Profession in a Developing Country: Metropolitan Turkish Newsmen". *Journalism Quarterly*, Vol. 50, N° 1.
- Nayman, Oguz B., McKee, Blaine K. e Dan L. Lattimore (1977). "PR Personnel and Print Journalists: A Comparison of Professions". *Journalism Quarterly*, Vol. 54, N° 3.
- Nimmo, Dan (1964). *Newsgathering in Washington*. New York: Altherton Press.
- O'Boyle, L. (1968). "The Image of the Journalist in France, Germany, and England, 1815-1848". *Comparative Studies in Society and History*, Vol. X, N° 3.
- Palmer, S. e Abrahamson, R. (1973). "Bias and Gatekeepers in Newspapers". *Case Western Reserve Journal of Sociology*, Vol. 5, Julho.
- Patterson, Thomas E. (1994). *Out of Order*. New York: Vintage Books.
- Patterson, Thomas E. (1997) "The News Media: Na Effective Political Actor?". *Political Communication*, Vol. 14.
- Patterson, Thomas E. e Wolfgang Donsbach (1998). "Media and Democracy Project". Cambridge, Ma.: Shorenstein Center on the Press, Politics and Public Policy.
- Pauly, John J. (1988). "Rupert Murdoch and the Demonology of Professional Journalism". No livro de James W. Carey. *Media, Myths and narratives: Television and the Press*. Newbury Park: Sage Publications.
- Pedely, Mark (1995). *War Stories: The Culture of Foreign Correspondents*. New York e London: Routledge.
- Philips, B. (1976a/1993). "What is News? Novelty Without Change?", *Journal of Communication*, Vol. 26, N° 4. Publicado também no livro de Traquina, (1993)
- Philips, E. Barbara (1976b). "Approaches to Objectivity: journalistic versus Social Science Perspectives". Lo livro de Paul B. Hirsch, Peter V. Miller e F. Gerald Kline (Eds.). *Strategies for Communication Research*. Beverly Hills, Ca: Sage Publications.
- Pride, R. A e G. Wamsley (1972). "Symbolic Analysis of Network Coverage of the Laos Invasion".

Journalism Quarterly, N° 49.

Pye, Lucien (1963). *Communication and Political Development*. Princeton, New Jersey: Princeton University Press.

Rantanen, Terhi (1997). "The globalization of electronic news in the 19th century". *Media, Culture and Society*, Vol. 19.

Read, W. (1976). *America's Mass Media Merchants*. Baltimore e London: John Hopkins University Press.

Rieffel, Rémy (1992). "Les journalistes français: Image et présentation de soi". *Médiascope*, N° 1, Mars.

Rock, P. *Deviant Behaviour*. London: Constable.

Rodrigues, Adriano Duarte (1988/1993). "O acontecimento", *Revista de Comunicação e Linguagens*, N° 8. Publicado também no livro de Nelson Traquina (*op. cit.*).

Roeh, I. (1989). "Journalism and Storytelling, Coverage as Narrative". *American Behavioral Scientist*, Vol. 13.

Roscho, B. (1975). *Newsmaking*. Chicago: University of Chicago Press.

Rosen, Jay (1993/2000). "Para Além da Objectividade". *Revista Comunicação e Linguagens*, N° 27. Originalmente publicado em *Nieman Reports*, Inverno, 1993.

Rosen, Jay (1999). *What Are Journalists For?* New Haven & London: Yale University Press.

Rosten, L. (1937). *The Washington Correspondents*. New York: Harcourt & Brace.

Ruellan, Denis (1993). *Le professionalism du flou – Identité et savoir-faire des journalistes français*. Grenoble: PUG:

Ruellan, Denis (1997). *Les 'pros' du journalisme: De l'état au statut, la construction d'un espace professionnel*. Rennes: Presses Universitaires de Rennes.

Russo, F. (1971-72). "A Study of Bias in TV Coverage of the Vietnam War: 1969 and 1970". *Public Opinion Quarterly*, Vol. 35.

Santos, R. (1997). *A Negociação entre Jornalistas e Fontes*. Coimbra: Minerva.

Schiller, D. (1979). "An Historical Approach to Objectivity and Professionalism in American News Reporting". *Journal of Communication*, Vol. 29, N° 4.

Schlesinger, P. (1977/1993). "Newsmen and Their Time Machine". *The British Journal of Sociology*, Vol. 28, N° 3. Publicado também no livro de Traquina, (1993).

Schlesinger, P. (1978). *Putting 'Reality' Together*. London e New York: Methuen.

Schlesinger, P. (1980). "Between Journalism and Sociology". *In: Christian, (ed.). "The Sociology of Journalism and the Press"*. Sociological Review Monograph, Vol 29.

Schlesinger, P. (1990). "Rethinking the Sociology of Journalism: Source Strategies and the Limits of Media-Centrism". *In Ferguson (Ed.). Public Communication: The New Imperatives*. Londres: Sage Publications.

Schudson, Michael (1978). *Discovering the News: A Social History of American Newspapers*. New York: Basic Books Inc.

Schudson, M. (1982/1993). "The Politics of Narrative Form: Emergence of News Conventions in Print and Television". *Daedalus*, Vol. 111. *In: Traquina, N. (op. cit.)*

Schudson, Michael (1983). "The Profession of Journalism in the United States". No livro de Nathan Hatch, *The Professions in American History*. South Bend, Indiana: University of Notre Dame Press.

Schudson, M. (1986a). "Deadlines, Datelines and History". *In Manoff e Schudson (eds.). Reading the News*. New York: Pantheon Books.

Schudson, M. (1986b). "What Time Means in a News Story". *Occasional Paper*, N° 4, Agosto. New York: The Gannett Center for Media Studies.

Schudson, M. (1988a). "Porque é que as notícias são o que são". *In: Revista de Comunicação e Linguagens*, Centro de Estudos de Comunicação e Linguagens, N° 8.

- Schudson, Michael (1988b). "What is a Reporter? The Private face of Public Journalism". No livro de James W. Carey (Ed.). *Media, Myths and narratives: Television and the Press*. Newbury park: Sage Publications.
- Schudson, Michael (1989). "The Sociology of news Production". *Media, Culture & Society*, Vol. 11, N° 3.
- Schudson, Michael (1994). "Question Authority: A History of the News Interview in American Journalism, 1860s-1930s". *Media, Culture & Society*, Vol. 16.
- Schudson, M. (1995). *The Power of News*. Cambridge, Ma: Harvard University Press.
- Siebert, F. et. al. (1956). *Four Theories for the Press*. Urbana Illinois: University of Illinois Press.
- Sigal, L. (1973). *Reporters and Officials: The Organization and Politics of Newsmaking*. Lexington: Mass D. C. Heath and Company.
- Sigelmann, L. (1973). "Reporting the News: An Organizational Analysis". *American Journal of Sociology*, Vol. 79, N° 1.
- Smith, Anthony (1978). "The Long Road to Objectivity: The kinds of Truth We Get in Journalism". No livro de George Boyce, James Curran e Pauline Wingate (Eds.). *Newspaper History: From the Seventeenth Century to the Present Day*. London: Constable e Beverly Hills, Ca: Sage Publications
- Smith, A (1980). *Goodbye Gutenberg: the Newspaper Revolution of the 1980s*, Oxford: Oxford University Press.
- Smythe, Ted Curtis (1980). "The Reporter, 1880-1900". *Journalism History*, Vol. 7, N° 1.
- Snow, David A e Robert Benford (1988). "Ideology, Frame Resonance and participant Mobilization". No livro de Bert Klandermans, Hans Peter Kriesi e Sidney Tarrow (Eds.). *From Structure to Action: Comparing Social Movement Research Across Cultures*.
- Solomon, William S. (1994). "A Study in Contrasts: The Ideology and Reality of Newsroom Work in the late 19th Century". Comunicação apresentado no Congresso da Association for Education in Journalism and mass Communication, Agosto.
- Soloski, John (1989/1993). "News Reporting and Professionalization: Some Constraints on the reporting of news". *Media, Culture & Society*, Vol. 11. Publicado também no livro de Traquina (1993).
- Sood, Rahul, Stockdale, Geoffrey, e Everett M. Rogers (1987). "How the news Media Operate in Natural Disasters". *Journal of Communication*, Vol. 37, N° 3.
- Stephens, Mitchell (1988). *A History of News*. New York: Penguin Books.
- Taylor, Paul (1990). *See How They Run: Electing the President in na Age of Mediocracy*. New York: Knopf
- Tengarrinha, José (1989). *História da imprensa periódica portuguesa*. Lisboa: Caminho.
- Traquina, Nelson (1988). "As Notícias". *Revista de Comunicação e Linguagens*, N° 8.
- Traquina, N. (Org.). (1993). *Jornalismo: Questões, Teorias e 'Estórias'*. Lisboa: Vega.
- Traquina, N. (1998). "A SIDA e o jornalismo português: o drama do leitor assíduo". *Revista de Comunicação e Linguagens*, N° 24.
- Traquina, N. (2000). "O jornalismo português e a problemática VIH/SIDA: Um estudo exploratório". *Revista de Comunicação e Linguagens*, N° 27.
- Traquina, N. (Org.) (2000). *A Redescoberta do Poder do Jornalismo: Análise e Textos da Teoria do Agendamento*. Coimbra: Minerva.
- Traquina, Nelson., Cabrera, Ana Maria, Ponte, Cristina, e Rogério Santos (2001). *O jornalismo português em análises de casos*. Lisboa: Caminho.
- Trotta, Liz (1992). "Press vs. Army: Front Action in na Old battle". *Film & History*, 12:1&2.
- Tuchman, Gaye (1972/1993). "Objectivity as Strategic Ritual: An Examination of Newsmen's Notions of Objectivity". *American Journal of Sociology*. Vol 77. 4. 660-678. Publicado também no livro de Traquina,

(1993).

Tuchman, G . (1973). "Making News by Doing Work: Routinizing the Unexpected". *American Journal of Sociology*, Vol. 79, N° 1.

Tuchman, G . (1976/1993). "Telling Stories". *Journal of Communication*, Vol. 26, N° 4. Publicado também no livro de Traquina, (1993)

Tuchman, G . (1978). *Making News: A Study in the Construction of Reality*. New York: The Free Press. Publicado também na Espanha, *La Producción de la noticia*, em 1983.

Tuchman, G. (1991). "Qualitative Methods in the Study of News". No livro de Jensen e Jankowski (Eds.). *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research*. London: Routledge.

Tunstall, J. (1996). "From Gentlemen to Journalists". *British Journalism Review*, Vol. 6, N° 3.

Tuohy, William (1987). *Dangerous Company: Inside the World's Trouble Spots with a Pulitzer Prize-winning War Correspondent*. New York: William Morrow.

Ungaro, J. (1992). "Emergence du journaliste". *Médiascope*, N° 1.

Vollmer, Howard M. e Donald L. Mills (1966). *Professionalization*. Inglewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.

Weaver, Paul (1975/1993). "Newspaper and Television News". No livro de Douglas Cater e Richard Adler (Eds.). *Television as a Social Force: New Approaches to TV Criticism*. New York: Praeger. Publicado também no livro de Traquina, N. (1993)

White, David Manning (1951). "The 'Gatekeeper': A Case Study in the Selection of News". *Journalism Quarterly*, Vol. 27, N° 4.

Wilensky, Howard L. (1964). "The professionalization of everyone?". *American Journal of Sociology*, Vol. LXX, N° 2 (Setembro).

Wolf, Mauro (1987). *Teorias da Comunicação*. Lisboa: Editorial Presença.

Wolfsfeld, Gadi (1991). "Media, Protest, and Political Violence: A Transactional Analysis". *Journalism Monographs*, N° 127.

Woodrow, Alain (1996). *Informação/Manipulação*. Lisboa: Dom Quixote.

Woodward, R., e C. Bernstein (1974). *All the President's Men*. New York, Bantam Books.

Van Dijk, T. A. (1988). *News as Discourse*. Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

Zelizer, Barbie (1993). "Journalists as Interpretive Community". *Critical Studies in Mass Communications*, Vol. 10.