

O Jornalista: do mito ao mercado

Zélia Leal Adghirni

Resumo

A imagem do jornalista está mudando. O lugar ocupado pelo jornalismo e pelo jornalista ao longo do século XX, como herói, romântico, revolucionário, derrubador de políticos corruptos já não existe. O jornalista já não tem mais os super poderes de Clark Kent. Submetido a rotinas produtivas infernais para alimentar as “turbinas da informação”, mal pago pelo tanto que produz, ele prefere migrar para as assessorias de comunicação públicas ou privadas. Ou então fazer carreira de chefe alinhando-se incondicionalmente às regras da empresa, abrindo mão dos direitos mínimos da legislação trabalhista. Quarto poder, função social ou produtor de sentidos? O que sobrou do jornalista de outrora? A realidade do século XXI é outra. Nem herói nem vilão, os jornalistas, como os guerrilheiros, estão apenas cansados.

Palavras-chave

Jornalistas, quarto poder, rotinas, carreira

Abstract

The journalist's image has changed. The image of a romantic, revolutionary hero that fought corruption ended in the 20th Century, today journalists do not have super powers as Clark Kent. Overwhelmed by production routines and underpaid, journalists migrate to public relation companies or stay at their job hoping to succeed giving up their legal rights. What's left of the old journalist? There is another reality in the 21st century. Journalists are not bad or good guys; they are only tired.

Keywords

Journalists, fourth power, routines, career

“(…) tous les journaux seront, dans un temps donné, lâches, hypocrites, infames, menteurs, assassins; ils tueront les idées, les systèmes, les hommes et fleuriront par cela même. Ils auront le bénéfice de tous les êtres de raison: le mal sera fait sans que personne en soit coupable.” (Honoré de Balzac, *Illusions Perdues*)

O jornalismo e o jornalista ocupam um lugar preponderante na história do século XX, a tal ponto que alguns sociólogos (Neveu, Ruellan, Palmer) falam de uma “mitologia do jornalismo”. Heróis e rebeldes, nas trincheiras de guerra, como correspondentes ou como repórteres investigativos nos bastidores do poder ou ainda como colunistas de grife lidando com informações privilegiadas, jornalistas invadiram e ocuparam espaço privilegiado na sociedade. Alguns se tornaram ícones para jovens aspirantes a Super-Homens vestidos de Clark Kent, o repórter sempre alerta do Planeta Diário. Para a última geração de jornalistas, a referência absoluta é a dupla Woodward e Berenstain, jornalistas do Washington Post que decifraram o caso Watergate levando a renúncia o presidente dos Estados Unidos, Richard Nixon, em 1973. Mais do que o exercício de uma profissão, a imagem do jornalista foi historicamente construída calcada sobre os ideais nobres da democracia, da justiça e da liberdade. Mas a realidade do século XXI é outra. Nem herói nem vilão, os jornalistas, como os guerrilheiros, estão apenas cansados.

A história do jornalismo no Brasil, é caracterizada pela busca destes ideais até que o surgimento da indústria cultural separa jornalistas de um lado e empresários de outro. Mais recentemente, a introdução das novas tecnologias na produção e

“Nem herói nem vilão, os jornalistas, como os guerrilheiros, estão apenas cansados.”

distribuição de notícias bem como a hibridização dos gêneros profissionais e redacionais, provocaram uma reviravolta sem precedentes no universo dos jornalistas. Em crise de identidade e sem parâmetros determinados para se reconhecer como categoria profissional historicamente construída, num momento em que se questiona até mesmo a obrigatoriedade do diploma de jornalista fornecido pelas faculdades, sentimo-nos inclinados a lançar um olhar especulativo e nostálgico sobre jornais e jornalistas.

O que já temos como certeza é que idéia de o jornalismo romântico e boêmio, que marcou os primórdios da imprensa no Brasil, passando pelo jornalismo militante e libertário, estão definitivamente mortos e enterrados. A indústria da informação se nivela hoje pelo equilíbrio entre a oferta e a demanda. Mais do que discutir os efeitos das novas tecnologias na produção jornalística, os profissionais deveriam se interrogar se as modernas empresas de comunicação estão de fato respeitando a plenitude do direito à informação e o direito de opinião de todos os grupos sociais, de todos os cidadãos conforme exige a verdadeira democracia.

A idéia do jornalismo como contra-poder e vigia dos poderes (Aguinaga, 1988:25) está ameaçada pela concepção puramente mercadológica das empresas. Como sugere a Escola de Frankfurt, mais do que um contra-poder, o jornalismo pode estar se tornando uma extensão de poderes. Sabemos hoje que os processos decisórios nas seleções das notícias não estão restritos às redações de jornais, entre repórteres e editores mas se submetem aos serviços das estratégias de pessoas e organizações com vista à influência da cobertura jornalística (lobbies, políticos, publicidade, etc).

O jornalista herói está com os dias contados. A imagem romântica do jornalista já não existe. Surge no lugar deste, um profissional híbrido, versátil, ora atuando no campo das mídias ora servindo aos senhores do campo da comunicação. Entenda-se aqui a distinção que fazemos a partir de uma concepção europeia, principalmente francesa, entre comunicação e jornalismo¹. O jornalista hoje é um burocrata da notícia sentado diante de um computador que lhe serve de fonte de informação, sala de redação, tela de texto. É provável que nem ele nem a sociedade acreditem mais na função social do jornalismo.

Até que ponto o jornalista, enquanto fornecedor de matéria prima para a manutenção das mídias, é realmente cúmplice deste sistema ou simplesmente capitulou diante da supremacia das forças dominantes no mercado profissional?

Seria o jornalista responsável pela decadência de sua própria imagem? Para Jean François Lacan (1994) esta estranha profissão que outrora excitava o imaginário popular atravessa uma crise em todos os sentidos. E a culpa não seria do jornalista. Sem identidade profissional definida, pressionado pelo mercado em condições de trabalho cada vez mais precárias e responsabilidades sociais cada vez mais fortes, os jornalistas estão cansados. Eles jogaram fora o papel de heróis. Ninguém mais quer ser Super-Homem. Os jornalistas querem apenas ser profissionais respeitados em seus direitos no mercado de trabalho da informação.

Jornalista, repórter e quarto poder

Segundo Michael Palmer (1994:108), o termo *journaliste* teria surgido no início do século XVIII, mais precisamente em 1703 no *Journal de Trévoux*, periódico semanal,

um dos primeiros títulos em língua francesa considerado sério. O jornal pretendia ser “mais explicativo que informativo”, ao contrário da *Gazette de Renaudot*, que se considerava um “coletor” de notícias. Portanto, no início, a palavra jornalista tinha uma conotação positiva, respeitável, para se distinguir do “gazeteiro” (do jornal *Gazette*), que se limitava a divulgar fatos sem explicá-los.

Segundo Ramonet, a palavra *journaliste* vem de *jour* (dia) e significa analista de um dia. Ele questiona se a palavra ainda tem sentido hoje diante da pressão da velocidade da informação em tempo real. Ramonet sugere que o jornalista passe a se chamar “instantaneista” já que a média do fluxo noticioso dos sites, em alguns casos, é de menos de um minuto.

Voltando aos primórdios da profissão, Palmer explica que a denominação “jornalista” se degradou rapidamente. A partir do final do século XVIII ela já era usada com um certo desprezo. Na França esta ambigüidade da terminologia perdura até hoje, entre os jornalistas que escrevem notícias e os jornalistas formadores de opinião (colunistas, analistas). A distinção, limitada e redutora de nuances, separa a informação da opinião, a notícia do comentário, como se fosse possível estabelecer fronteiras fixas entre os gêneros jornalísticos.

Segundo Palmer, a palavra *imprensa*, nas origens, se referia àquilo que era impresso: panfletos, brochuras e obras diversas impressas em papel. Ou seja, remetia à idéia de tipografia e peças gráficas. Só bem mais tarde a imprensa designaria publicações periódicas comprometidas com a divulgação de notícias e anúncios.

Entre os séculos XVII e XVIII, a gênese desta imprensa periódica foi marcada pela circulação de homens, de idéias e de técni-

¹« Comunicação » se refere a processos e mediações sociais e tecnológicas enquanto que «jornalismo » se restringe aos processos de produção de notícia, especificamente ligadas às mídias. Os franceses colocam os termos em campos opostos. Ver obra de Erik Neveu.

cas, difundidas oralmente ou sob forma de textos e de imagens. A situação era semelhante, com pequenas variações, em todos os países europeus ainda que a Igreja tentasse sempre vigiar, controlar, canalizar ou suprimir estas atividades de comunicação emergentes.

O termo repórter apareceu mais tarde tendo sido usado primeiramente pela imprensa americana e inglesa em meados do século XIX. Samuel Morse, foi um dos primeiros a se referir ao repórter. Ao experimentar a linha telegráfica que ele acabava de inaugurar entre Washington e Baltimore, enviou a primeira mensagem telegráfica no dia 23 de maio de 1844: “Peçam a um repórter para enviar um despacho ao Baltimore Patriot às duas horas da tarde”. O despacho chegou uma hora e meia mais tarde. A palavra repórter atravessou a Mancha e o Atlântico e chegou na França em 1830 mas a expressão só se generalizaria nos anos 1860-1880.

Nos Estados Unidos, o uso dos termos reporter, editor (redator) correspondent (correspondente), pressman (jornalista) e outros stringer (ou free-lancers) ou columnist (colunista) se consolidaram de forma progressiva ao longo do século XIX. Como em outros países, estas definições se utilizam segundo as diferentes mídias impressas ou audiovisuais. Mas o modelo de jornalismo americano foi durante muito tempo mal visto na Europa, que se alinhava a um tipo de jornalismo de comentário e opinião, negligenciando a famosa “objetividade dos fatos” defendida pelos anglosaxões.

Em 1833, um consórcio entre jornalistas e empresários ingleses e americanos lançou em Paris um jornal (The Morning News) de “informações telegráficas, universais e verdadeiras” em estilo americano

para oferecer aos leitores um modelo diferente do jornalismo de opinião francês. A iniciativa foi largamente criticada pelos intelectuais de Paris. Emile Zola condenou a “excitação dos espíritos” que resultaria do excesso de notícias². Nesta época havia também o embate entre intelectuais e jornalistas no mundo das letras. Pierre-François Guyot-Desfontaines dizia que a profissão de jornalista era “a mais vil das literaturas”. A imagem da corporação jornalística era manchada pelos calorosos debates de idéias através das páginas dos jornais, onde, às vezes, o nível do discurso caía muito baixo. No entanto, grandes escritores do século XVII e do Iluminismo, tais como Voltaire, Rousseau, Diderot e Beaumarchais eram igualmente jornalistas, escreviam sobre jornalismo e defendiam a liberdade de expressão contra a censura vigente. Toda a história do jornalismo na França por exemplo, do século XVIII ao século XX é permeada pela luta em prol da liberdade.

Na época em que Zola encontra Girardin, em 1830, circulavam em Paris cerca de dez jornais políticos, tantos quanto na França atual. Émile de Girardin vai provocar uma grande reviravolta no jornalismo francês militante deste período. O jornalista literário dá lugar ao jornalista proteiforme, com uma percepção aguda da noticiabilidade dos fatos. Ele obedece ao chamado do olho e do faro na busca da informação e passa a ter gosto pelo negócio-jornal, antes mesmo do nascimento do jornal-empresa. O profissionalismo de Girardin foi muito criticado por seus contemporâneos que o acusaram de transformar o jornal numa indústria. Quando Girardin morreu, em 1881, após 50 anos de atividades como jornalista, político, homem de negócios, ele possuía 50 títulos entre jor-

²E. Zola, prefácio de *La Morasse*, Paris, 1888, p. III, citado por Palmer Michael em *Les Journalistes*, Paris, Syros, 1994

nais e revistas e tinha cerca de cinco mil correspondentes³.

Quanto ao termo “quarto poder” ele surge num outro contexto. O termo teria sido inventado pelo historiador Macaulay embora ele estivesse se referindo a Galeria de Imprensa no Parlamento e não especificamente ao *The Times*, de Londres, que se considerava o “quarto poder”, ou a imprensa como um todo. O conceito medieval de um estado ou “poder” (espiritual, temporal, comum) havia sido quebrado pela revolução Francesa de 1789 mas sobreviveu na Grã-Bretanha no Parlamento e a expressão “quarto poder” foi usada como título de livro sobre a imprensa em 1850, escrito pelo jornalista F. Knight Hunt. A expressão ganhou o mundo e é até hoje usada indistintamente para se referir ao poder da mídia. Independente da lei que regia cada país, a imprensa se estabeleceu a partir de 1900 como uma força social que deveria ser avaliada numa democracia futura⁴.

Gênese do jornalismo no Brasil

No Brasil, onde os primeiros jornais só apareceram com a vinda da família real portuguesa para o Rio de Janeiro, em 1808, o jornalismo se dividia entre o oficialismo e a subversão. A *Gazeta do Rio de Janeiro*, que saía da *Impressão Régia*, circulou entre 1808 e 1821, sempre com o apoio oficial. O *Correio Braziliense*, de Hipólito José da Costa, nasceria no exílio, em Londres, pois o jornalista defendia idéias revolucionárias tais como a abolição da escravidão e a independência do Brasil. O jornal circulou clandestinamente até 1822.

Mas a imprensa brasileira também foi influenciada pelos filósofos das Luzes. Até a República, o jornalismo no Brasil fun-

cionava como uma “tribuna ampliada”, segundo expressão de Benjamin Constant. “O jornalista era um ativista político e o jornal o veículo de suas idéias” (Ribeiro, 1994:23). Como na Europa, o jornalismo brasileiro foi marcado, nos dois últimos séculos, por uma mistura de elementos políticos, religiosos, revolucionários e românticos. Profundamente impregnado pelo positivismo, a imprensa assumia claramente uma posição engajada como “defensora do povo”, “evangelho da democracia” e “sagrada indústria”.

No final do século XIX já havia no Brasil uma indústria gráfica desenvolvida mas faltavam profissionais. Segundo Ribeiro (1994:25) mesmo nas empresas mais organizadas mantinha-se um duplo quadro: os repórteres, que sobreviviam da imprensa e os publicistas, políticos profissionais que usavam os jornais para divulgar seu nome e plataformas. Mas este espaço era compartilhado por grandes escritores brasileiros tais como Machado de Assis, José de Alencar e Quintino Bocaiuva, que trabalhavam no *Diário do Rio de Janeiro*. Olavo Bilac costumava dizer que “o jornal é para todo o escritor brasileiro um grande bem. É mesmo o único meio do escritor se fazer ler”. Mais tarde Ruy Barbosa também se serviria das páginas dos jornais para exercitar seus talentos políticos e literários.

Segundo Lavina Ribeiro (2004:120) a passagem do jornalismo político-libertário para um jornalismo ainda com larga cobertura na área política, mas também informativo, literário e apoiado em bases editoriais e financeiras próprias coincide com a progressiva ampliação e heterogeneização do espaço público. Para a pesquisadora, o que Habermas interpreta como sua inversão foi mais propriamente, no caso brasileiro, um processo de desvinculamento

³A Central Globo de Jornalismo tem 4.500 jornalistas em atividade atualmente, segundo Ali Kamel, da Rede Globo, em palestra na UNB em 30/03/05.

⁴Asa Briggs & Peter Burke, *Uma História Social da Mídia – de Gutenberg à Internet*, Jorge Zahar Editor, Rio de Janeiro, 2004

parcial entre o espaço institucional da imprensa e aquele próprio da política, num período em que se desenvolviam simultaneamente mudanças qualitativas irreversíveis nas condições concretas de vida das grandes cidades brasileiras.

No entanto, os meios de comunicação no Brasil passariam a se desenvolver efetivamente a partir dos anos 30, liderados pelo rádio e seguidos de uma imprensa que se consolidava apesar do controle do Estado Novo e que, ironicamente, promoveu a regulamentação da profissão de jornalista através do Decreto-Lei nº 910. A partir dos anos 50, o sistema de comunicação se amplia, com a criação de redes nacionais e regionais de comunicação. Surge a televisão e com ela os alicerces de uma nova concepção de jornalismo, mais comercial, mais moldado na concorrência e mais profissional. No entanto, é a partir dos anos 60-70 que se pode falar de indústria cultural no Brasil. Apesar do desenvolvimento tecnológico e da mentalidade empresarial que se instala, o jornalismo passará por um longo período de censura e repressão durante os anos em que o país vive sob o regime militar, a partir do golpe de Estado em março de 1964. Jornalistas são perseguidos, presos e até mortos nos porões da ditadura.

A partir do final dos anos 1980, passando pelos 1990 até a chegada dos anos 2000, podemos dizer que o jornalismo vive talvez o seu melhor momento em termos de liberdade de expressão. Sem a censura explícita, no entanto, os jornais e os jornalistas são atualmente submetidos a outros imperativos: desafios tecnológicos, concentração de grupos de mídia que dominam o mercado, concorrência acirrada entre as diversas mídias, endividamento das empresas que foram obrigadas a investir

para se modernizar, explosão de faculdades de comunicação, mão de obra profissional abundante (o que desequilibra a lei de oferta e demanda do mercado), e precariedade das condições de trabalho segundo as leis trabalhistas, entre outros.

O desenvolvimento das novas tecnologias de comunicação e a mundialização do mercado da informação alteraram de tal forma o modo de produção das notícias que ainda não temos condições de avaliar com clareza a nova paisagem midiática. Mas temos condições de afirmar, por intuição e pelas evidências da realidade, que um fenômeno de mutação do jornalismo e do jornalista está em curso. Que contornos, que relevo, que densidade tem o jornalismo hoje no Brasil? Quem são os novos jornalistas?

A comunicação e a informação em campos distintos

Os campos da comunicação e da informação são vistos, de um ponto de vista europeu, como duas esferas distintas. O primeiro se situa num contexto de comunicação social, enquanto o segundo poderia ser generalizado no contexto do jornalismo. Ou seja, na produção e distribuição de notícias no campo das mídias. Recentemente, alguns pesquisadores brasileiros, como *Ciro Marcondes Filho* no seu livro *A saga dos cães perdidos*⁵, apontam para uma interpretação de afastamento dos dois campos como se eles fossem duas realidades dicotômicas.

Na referida obra, *Marcondes Filho*, seguindo uma tradição francesa na área da sociologia da imprensa, apresenta um quadro no qual compara como os campos da comunicação e da informação encaram o que é notícia. Para o autor, quanto à origem, no campo da comunicação o

⁵MARCONDES FILHO, *Ciro*. *A saga dos cães perdidos*. São Paulo, Hacker-Editores, 2000, col. Comunicação & Jornalismo.

jornalista recebe gratuitamente a notícia enquanto que no campo da informação, o jornalista tem de buscar a notícia, ela lhe custa trabalho. Quanto à concepção de jornalismo, por exemplo, o autor considera que, do ponto de vista da Comunicação, “jornalismo é uma forma de (se fazer) publicidade disfarçada”, enquanto que, do ponto de vista da informação, “Jornalismo é acima de tudo denúncia e desmascaramento de escândalos, negociações, imoralidades públicas”. Ou seja, o verdadeiro jornalismo é aquele que investiga e denuncia, que aponta os males da sociedade, que cobra justiça.

No Brasil, os dois campos se confundem. Jornalismo e comunicação funcionam quase como sinônimos e os protagonistas destes cenários atuam ora num campo ora noutro. Mas todos se auto-definem como jornalistas uma vez que a profissão é determinada pelo diploma obtido nas faculdades de Comunicação, Habilitação Jornalismo, registrado no Ministério do Trabalho e exigido pelas empresas para o exercício profissional. Mas nos últimos anos, por uma série de razões, o campo do jornalismo propriamente dito vem encolhendo em detrimento do campo da comunicação (leia-se assessorias de comunicação, de empresas privadas ou instituições pública).

O pesquisador francês Erik Neveu debruçou-se sobre a questão das transformações no jornalismo nos últimos 25 anos. Sua intenção declarada na obra Sociologia do Jornalismo (2001) é oferecer uma contribuição que possa ser usada por pesquisadores e jornalistas que desejam avançar nos jornalisismos nacionais. Para ele, a consequência possível de um jornalismo de mercado nada mais é que a dissolução da profissão

“...o verdadeiro jornalismo é aquele que investiga e denuncia, que aponta os males da sociedade, que cobra justiça.”

jornalística em um amplo amálgama de profissões na área de comunicação, ilustrado pelo neologismo americano *mediaworker*. Os índices de tal evolução são perceptíveis no desaparecimento crescente das fronteiras entre profissões ligadas à produção da notícias. A informatização das redações contribuiu para que os jornalistas assumissem tarefas antes reservadas a técnicos. A emergência de um “jornalismo sentado” (trabalho limitado ao tratamento de notícias de agências e releases distribuídos pelas assessorias de imprensa), o uso do fax, do telefone e da internet, sem precisar sair da redação, segundo Neveu, foi determinante para reduzir a autonomia dos jornalistas diante das fontes. Diluem-se as fronteiras clássicas entre as funções de fonte e redator, criando um novo conceito de fornecedor de notícias, ou seja, surge aquilo que Francisco Sant’Anna chama de “mídias das fontes”. O desenvolvimento de uma imprensa institucional (empresas, administrações, órgãos públicos, ministérios, etc) tem provocado debates sobre a identidade profissional do jornalista.

Segundo os pesquisadores canadenses Charon e Bonville (1996) estamos diante de um fenômeno de emergência de uma nova geração de “jornalistas de comunicação”. Ele surge das lógicas comerciais e de uma hiperconcorrência entre publicações, suportes e mensagens. Este novo profissional não lida necessariamente com a “notícia quente”, mas com matérias requentadas, informações-serviço, conselhos de auto-ajuda. Não há compromisso com os fatos. Este jornalista é apenas um intermediário, conselheiro a serviço dos mais diversos públicos. Não estamos aqui falando de reportagem ou de jornalismo investigativo.

Mutações no jornalismo

O mercado de trabalho nas assessorias de comunicação é o que mais cresce no Brasil. O setor da comunicação institucional representa hoje mais de 40% do mercado do jornalismo, estimado em 60 mil jornalistas com registro profissional⁶. Apenas na Câmara e no Senado trabalham mais de 200 jornalistas. Sem contar os profissionais de publicidade e relações públicas que trabalham para a Secretaria de Comunicação dos órgãos (SECOM) e que, de certa forma, têm impacto na produção das pautas assimiladas pelas mídias.

Segundo Sant'Anna (2004) é difícil identificar o que é causa e o que é consequência deste processo. A história aponta que os veículos reduziram suas equipes, eliminaram coberturas jornalísticas setorializadas, dispensaram os profissionais especializados em temas considerados pelo novo paradigma mercadológico da imprensa como de segunda importância e passaram a atuar nestas áreas quase que apenas com os informes institucionais. Desta forma, o noticiário de determinados setores passou a ser assegurado quase que integralmente pelas próprias fontes. No início do último quarto do século XX, embora embrionária, no Brasil a comunicação social já exercia um peso importante nas rotinas jornalísticas.

Sant'Anna afirma que diversos fatores distintos contribuíram para que nos anos 1980 o Brasil vivenciasse uma grande migração de jornalistas atuantes para o campo das assessorias de imprensa. Ele cita os primeiros anos de aplicação do Decreto nº 83.284/79 que classificava como jornalísticas uma série de atividades, independente do seu local de desempenho. E determinava que mesmo nos órgãos públicos, onde eram executadas tais funções (assessorias

de imprensa e coordenações de comunicação social), a regulamentação profissional do jornalista deveria ser respeitada. De outro lado, a imprensa escrita brasileira vivenciava grave crise econômica e acelerada introdução de modernas tecnologias que exigiam quantidades menores de mão-de-obra. A redução de jornalistas cobrindo o cotidiano, aguçou o interesse de diversas instituições em garantir seus espaços na mídia.

“Assim, vários profissionais especializados viram-se, repentinamente, em um novo território: o espaço, do outro lado do microfone, do outro lado das lentes das objetivas. Em 1986, as estruturas de comunicação institucional respondiam pela contratação de contingentes equivalentes ao total de Jornalistas trabalhando para todas as rádios, TVs, jornais e revistas do país. Cerca de dez mil profissionais de cada lado do balcão, alguns dos dois lados, simultaneamente.” (Sant'Anna, 2004: XXX).

Sant'Anna diz ainda que corporação de jornalista (organização sindical e seus associados) não se opôs a idéia de que o campo das assessorias de imprensa era dotado de funções jornalísticas e por isso deveria ser exercido exclusivamente por aqueles que fossem detentores de registro profissional. Ele conta que não houve também significativa reação empresarial quanto a isto, mas esta posição gerou uma fissura nas relações jornalistas e relações públicas. Resultado deste embate é que os jornalistas ampliaram seu território e os profissionais de Relações Públicas recuaram as linhas de suas fronteiras.

Nas rotinas produtivas do jornalismo em Brasília onde se observa a maior concentração de jornalistas per capita do Bra-

⁶Dados do Sindicato de Jornalistas Profissionais do Distrito Federal em 2000.

⁷É quase impossível informar com exatidão quantos jornalistas estão em efetivo funcionamento. Pelos números do Sindicato de Jornalistas, em 25/03/04 foram emitidos no Distrito Federal 3.500 registros para jornalista profissional (registro plenipotenciário); 476 para jornalista repórter-fotográfico; 241 para jornalista repórter-cinematográfico; 224 para jornalistas diagramadores e 80 para jornalistas ilustradores. Totalizando 4.521 registros emitidos no DF. Pelos menos uns 2 mil a 2,5 mil profissionais com registro de fora estão no DF. O que dá um total de 6.500 jornalistas registrados. Calcula-se que é o elevado número de jornalistas que passam a atuar no mercado sem qualquer vínculo com o sindicato: free-lancer, cooperativa, pessoa jurídica etc. Metade da categoria trabalha para o setor extra-redação.

⁸Termo cunhado pelo pesquisador Francisco Sant'Anna que realiza tese de doutorado sob a orientação de Denis Ruellan (Rennes 1, França) e da autora deste trabalho.

⁹Segundo Bourdieu com a noção de campo obtém-se o meio de apreender a particularidade na generalidade, a generalidade na particularidade.

sil (6500 jornalistas para uma população de dois milhões de habitantes, ou seja, um jornalista para cada 350 habitantes⁷) ficam evidentes as influências das fontes oficiais na construção da notícia. É possível interpretar as rotinas produtivas do jornalismo a partir do conceito de “mídias das fontes”⁸. Ou seja, como os órgãos institucionais dos Três Poderes interferem (ou tentam interferir) na pauta das mídias convencionais para influenciar o agenda-setting. Chamamos de mídias convencionais aquelas de caráter comercial, tradicionais veículos de empresas e redes de comunicação instaladas no mercado para distinguir de mídia das fontes. As instituições criaram seus próprios serviços de comunicação para falar com jornais, rádio, televisão, internet.

De acordo com Sant'Anna, a imprensa tradicionalmente vista como um espectador externo aos fatos começa a perder a totalidade do domínio da cena informativa e a opinião pública passa a contar com informações coletadas, selecionadas, tratadas editorialmente e difundidas por entidades ou movimentos sociais. Ou seja, corporações que possuem interesses corporativos. Para o pesquisador, essa mídia também poderia se chamar “mídia corporativa”.

Neste contexto, alteram-se as relações dos atores nas rotinas produtivas do jornalismo que passam a atuar no limite das fronteiras híbridas dos campos e territórios: jornalista/assessor de imprensa e jornalista/funcionário público, junto às esferas midiáticas governamentais (Poderes Executivo, Legislativo e Judiciário). Trata-se de observar a “roupa nova do jornalista” como ator profissional cuja identidade parece menos estratificada e estável que no passado, através de produtos cujos

códigos estão mais turvos, mais movediços e sem contornos definidos.

Na construção conceitual pedimos emprestada a noção de campo de Bourdieu⁹ para analisar as interferências e hibridização verificada no campo do jornalismo que nos parece minado de interferências estranhas. As empresas jornalísticas perderam o monopólio da produção de notícias. As fontes criaram suas próprias mídias e tentam interferir nas pautas da mídia convencional. E quando estas fontes jorram do poder político estruturado que governa o país, os gêneros se embaralham, as funções se subvertem, os desafios e jogos de interesse tornam-se opacos e indistinguíveis para a sociedade. Não está claro a quem pertence o capital simbólico dos diferentes campos em atuação. Se para Bourdieu o capital simbólico é superior aos demais por dar sentido ao mundo e transitar por todos os campos, a quem pertence o “poder de fazer crer”? Às mídias das fontes ou aos jornalistas da mídia convencional? E se o poder de “fazer crer” do jornalismo está diluído em diferentes formas de atividades, do repórter de agência ao assessor de imprensa, do jornalista de setor ao jornalista/funcionário aprovado em concurso público que trabalha para o Estado, em quem acreditar?

O poder de “fazer crer” está ligado à imagem de credibilidade do jornalismo. E este seria ainda o capital maior do campo do jornalismo. Aparentemente todos os segmentos dos jornalismo praticados na esfera do poder ou das empresas privadas reivindicam a credibilidade mas será que todos têm legitimidade para isso? Embora a Câmara e o Senado empreguem mais de 200 jornalistas, oficialmente eles não recebem e denominação de “jornalistas”. Segundo o Departamento de Pessoal eles

são “analistas legislativos em comunicação social”.

O campo jornalístico é importante no mundo social porque detém um monopólio real sobre os instrumentos de produção e de difusão em grande escala dos acontecimentos suscetíveis de influenciar os demais campos. O campo do jornalismo é um universo estruturado sobre oposições que são ao mesmo tempo objetivas e subjetivas, cada jornal e cada jornalista ocupa um lugar numa rede de estratégias.

No caso brasileiro, o campo do jornalismo é institucionalizado e legitimado através de enquadramentos jurídicos (legislação trabalhista sobre o exercício do jornalismo, diploma universitário, lutas sindicais) e de regras pragmáticas, fruto das convenções estabelecidas nas rotinas produtivas. Em Brasília, onde um universo rico de centenas de profissionais de alto nível, confundidos em diversas categorias que se enlaçam e se cruzam em fronteiras tênues na malha da produção jornalística diária, podemos afirmar que eles partilham o mesmo campo.

O campo político se insinua no campo do jornalismo particularmente pelo poder das instâncias governamentais que tem o monopólio da informação legítima (fontes oficiais). Venício Lima (1993:15) parte da hipótese que existe uma particularidade na prática do jornalismo no Distrito Federal (DF), que tem “rotinas e subculturas próprias” e um jornalismo que ele chama de “oficial” consequência do fato singular de Brasília sediar os três poderes da República e de não ter tido representação política própria até a Constituição de 1988. O jornalismo de Brasília nasce com a cidade que, por sua vez nasce com a transferência da capital federal do Rio de Janeiro.

Conforme Venício Lima, a concentração

“O campo jornalístico é importante no mundo social porque detém um monopólio real sobre os instrumentos de produção e de difusão em grande escala dos acontecimentos suscetíveis de influenciar os demais campos.”

de jornalistas nas capitais, sede da burocracia governamental, reforça a tendência geral, tanto profissional como administrativa do jornalismo, de se privilegiar as fontes institucionais e estáveis, isto é, as fontes oficiais. No Brasil esta tendência foi ainda mais reforçada durante os 21 anos de regime militar, pois a centralização do poder e a censura direta ou indireta não deixavam alternativa para os jornalistas.

A transição e a hibridação

A migração de jornalistas para o setor das assessorias e a atração pelos concursos públicos pode ser explicada, em parte, pela crise das empresas, quase todas endividadas e pela precariedade das condições de trabalho oferecidas nas redações.

Diante de jornadas produtivas que se estendem até 12 horas, do achatamento dos salários, da falta de contratos estáveis com carteira assinada (as empresas estão preferindo contratar pessoas jurídicas em vez de pessoas físicas) os jornalistas profissionais, dos jovens recém formados aos veteranos cansados, todos correm para as funções públicas. Neste momento de transição e migração, torna-se necessária uma investigação no campo acadêmico sobre os tangenciamentos que atingem o jornalismo enquanto profissão historicamente construída em consequência das transformações que vêm se produzindo no campo do jornalismo e que vêm afetando o status e a identidade do jornalista.

O novo jornalista é um profissional híbrido com perfil de camaleão, ora identificado com as rotinas da redação, ora como assessor de imprensa, ora como jornalista/funcionário. Também pode estar “produzindo conteúdos” para um site na internet, numa empresa privada, numa ONG ou atuando no contexto da “advocacia” de

causas públicas e/ou sócio-humanitárias.

Talvez nem exerça mais funções típicas do jornalismo (cobertura, redação, edição e editoração), mas tenha-se tornado um profissional de alto nível e bem remunerado, cuja especialidade é a de ser um “articulador” junto à imprensa.

Deixando de lado as inúmeras definições de jornalismo consagradas, vamos simplificar e dizer que jornalismo é investigativo e produz notícias para o público consumidor dos veículos comerciais enquanto que o assessor de imprensa produz pautas, na forma de press releases ou não, decorrentes de uma atividade muito complexa mas pode ser resumida como um trabalho que consiste em ajudar o cliente a discernir o que é notícia ou não e a se relacionar com a imprensa.

Segundo Barbara Hartz¹⁰, vem daí boa parte da confusão. A tradição cultural advinda da formação e alimentada pela continuidade da convivência no meio traduz-se, em alguns casos, em um orgulho de pertencer à categoria. Em outros, a origem pode servir como barganha para valorizar-se junto ao cliente. E, talvez em alguns, as duas hipóteses estejam misturadas. Fora o subjetivismo, ela acredita que os sindicatos de jornalistas aumentam a confusão ao querer manter entre seus associados os dois tipos de profissionais.

Mas devemos a Philip Schlesinger (1992) o questionamento da idéia do “midiacentrismo” dos estudos centralizados sobre visão do jornalista como único protagonista ativo da produção de informações. Schlesinger convida a refletir sobre a profissionalização das fontes e a capacidade destas em desenvolver uma racionalidade estratégica baseada sobre a antecipação das rotinas e das práticas jornalísticas para fornecer material “pronto-a-publicar”.

Sant’Anna acredita que a atual situação pode ser explicada pelo critério de “mutação social, uma transformação de perfis e espaços profissionais provocadas por conjunturas sócio-econômicas e culturais.”

Esta mutação, segundo Sant’Anna, deve ser apreciada a partir do conceito de fronteiras, importado por Ruellan da Geografia e aplicado na análise do processo de ocupação agrícola e urbana na Amazônia brasileira. Num espaço profissional saturado, seja normal que os profissionais afetados procurassem terras virgens e expandissem o território de suas fronteiras ocupacionais. A fronteira, explica o autor, não é um limite formal de um território de um grupo social, mas sim um espaço novo a ser ocupado e conquistado. “O nascimento de uma profissão e seu reconhecimento pela coletividade deve-se, em primeiro lugar, à sua capacidade de definir um território” (Ruellan,1997:68)¹¹.

O caso de um mito

A forte rejeição à idéia da criação do Conselho Federal de Jornalismo recentemente proposto pela FENAJ revela a opção pelo jornalismo de mercado contra o jornalismo de responsabilidade social. Por isso os mais veementes inimigos do projeto se encontram entre os “punhos rendados da profissão¹²”, jornalistas consagrados que não necessitam mais das instâncias ou entidades de classe para regular as práticas de uma profissão que tem a aparência de uma profissão liberal. Apenas a aparência porque na verdade os jornalistas não passam de assalariados. Conforme Neveu (2000), o jornalista não é um profissional liberal da informação ou um escritor da atualidade. O jornalista só pode ser compreendido dentro de uma organização profissional à luz da sociologia do trabalho.

¹⁰Jornalista e diretora da Hartz – artigo Comunicação Corporativa publicado no site do Observatório da Imprensa em 2/07/2003. www.observatoriodaimprensa.org.br

¹¹Expressão utilizada pelo professor Luis Martins, da UnB, em debate na Universidade para se referir aos jornalistas com os mais altos salários na profissão, que, coincidentemente se opuseram à criação do Conselho.

¹²Expressão utilizada pelo professor Luis Martins, da UnB, em debate na Universidade para se referir aos jornalistas com os mais altos salários na profissão, que, coincidentemente se opuseram à criação do Conselho.

Para Bourdieu (1997:30) o jornalista é uma entidade abstrata que não existe; o que existe são jornalistas diferentes segundo o sexo, a idade, o nível de instrução, o jornal o meio de informação. Ele vê o mundo dos jornalistas dividido em conflitos, concorrências, hostilidades. Um mundo hierarquizado. No topo da pirâmide estão aqueles que aderiram ao novo sistema empresarial. Profissionais maduros que ocupam altos cargos de chefias ou jovens recém-formados selecionados para os programas de treinamento interno das grandes empresas de mídia. Na base, os “cães perdidos” de quem fala *Ciro Marcondes Filho*. Outros, por razões que já explicamos, optaram pelo jornalismo de comunicação praticado pelas mídias das fontes ou pelas assessorias de imprensa públicas ou privadas. A verdade é que a roupa de Super-Homem não serve mais no jornalista de hoje. Ele prefere vestir a fantasia da circunstância que lhe permite subir na vida profissional ou simplesmente sobreviver diante do desafio das “rotinas produtivas infernais” às quais está submetido dentro de um mercado desconfigurado pelas tecnologias e pela legislação trabalhista. Em resumo, como os guerrilheiros de *Fernando Gabeira*, os jornalistas estão cansados.

Zélia Leal Adghirni

A autora é jornalista, professora na Universidade de Brasília desde 1993 (atualmente, chefe do Departamento de Jornalismo), pesquisadora do CNPq, membro-fundadora da SBPJor e ex-coordenadora do GT de Jornalismo na Compós. É doutora em Ciências da Informação e Comunicação pela Universidade Stendhal, Grenoble, França e pós-doutora pela Universidade de Rennes 1. Foi repórter e correspondente em vários jornais no Brasil e no exterior.

Bibliografia

- ADGHIRNI, Zélia Leal. Informação online: jornalista ou produtor de conteúdos? Anais do XXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Campo Grande, 2000.
- AGUINAGA, Enrique. Essência do Periodismo: la Periodificación. Universidade Complutense de Madrid, 1988. In: SOUSA, Jorge Pedro. As Notícias. Universidade Fernando Pessoa: Porto, 1994.
- BERGER, Christa. Campos em Confronto: a terra e o texto. Porto Alegre: Editora da Universidade, 1998.
- BOURDIEU, Pierre. Sobre a televisão. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.
- _____. O campo científico. In: ORTIZ, Renato. Pierre Bourdieu. São Paulo: Ática, 1983.
- LACAN, Jean-François; PALMER, Michael; RUELLAN, Denis. Les Journalistes. Paris: Syros, 1994.
- LIMA, Venício. A Imprensa em Brasília. In: Jornalismo de Brasília, Impressões e Vivências. Sindicato dos Jornalistas do DF, Brasília, 1993.
- MARCONDES FILHO, *Ciro*. A saga dos cães perdidos. São Paulo: Hacked, 2000.
- NEVEU, Erik. Sociologie du Journalisme. Paris: Ed. La Découverte, 2001.
- RAMONET Ignacio. La Tyrannie de la Communication. Paris: Galilée, 1999.
- RIBEIRO, Lavina Madeira. Imprensa e Espaço Público: a institucionalização da imprensa no

Brasil, 1808-1964. Rio de Janeiro: E-papers, 2004.

RUELLAN, Denis. Le professionnalisme du flou – identité et savoir-faire des journalistes français. Grenoble: PUG, 1993.

SANT'ANNA Francisco. Textos de tese em andamento sobre "Jornalismo das Fontes", sob orientação de Zélia Leal Adghirni. Universidade de Rennes I, França. Orientador principal: Denis

Ruellan.

SCHLEISINGER, Philip. Repenser la sociologie du journalisme. Les stratégies de la source d'information et les limites du médiacentrisme – Réseaux n° 51, 1992, p.75-99.

UTARD, Jean Michel. O embaralhamento nos gêneros midiáticos. Gênero de discurso como conceito interdisciplinar para o estudo das transformações da informação midiática. In