



Jornalismo e Construção Social da Realidade: Uma reflexão sobre os desafios da produção jornalística contemporânea.¹

Nicoli Glória de Tassis GUEDES²
Universidade Federal de Minas Gerais
Faculdade Pitágoras

Resumo

Este artigo propõe uma reflexão sobre a prática jornalística como uma importante via de acesso e construção da realidade social. Dessa forma, os produtos jornalísticos podem ser percebidos como pontos referenciais, norteadores da percepção e do debate coletivo em torno das questões mais relevantes da atualidade. E o jornalista, por sua vez, se destaca como um dos atores sociais que, em potencial, teria condições privilegiadas de interferir na dinâmica da sociedade, ainda que sua atuação esteja sujeita aos contextos políticos, econômicos, editoriais e de produção nos quais está inserido. Nesse ponto, retomamos a discussão sobre os conceitos de verdade, objetividade, responsabilidade social, imparcialidade e credibilidade, fundadores de uma certa maneira de entender o jornalismo e seu contínuo esforço de apreensão do real.

Palavras-chave: Teoria do jornalismo, narrativa jornalística, efeito de real, discurso jornalístico e prática profissional.

Introdução

Todo texto é marcado por uma carga ideológica, ou seja, resquícios de quem o construiu, rastros inegáveis do olhar, muitas vezes, contraditório, sobre o mundo assumido pelo autor, seu tempo e a sociedade na qual está inserido, ainda que isso possa ocorrer de forma não proposital. São posicionamentos, interpretações e escolhas adquiridos a partir da inserção do indivíduo no contexto social que, inevitavelmente, “contaminam” as narrativas, mesmo aquelas que se pressupõem objetivas, como as jornalísticas. O jornalista - como um profissional encarregado de narrar as transformações do seu tempo, tecer uma “crônica” da atualidade, dar a ver a sociedade para si mesma e registrar os fatos considerados mais importantes do cotidiano - se torna, em grande medida, um divulgador do discurso jornalístico sobre/para a sociedade.

¹ Trabalho apresentado no GP Teorias do Jornalismo do IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² É formada em Comunicação Social (habilitações: Jornalismo e Publicidade & Propaganda) pela Universidade Vale do Rio Doce (Univale). Mestra em Comunicação Social pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Atualmente, é coordenadora e professora do curso de Comunicação Social da Faculdade Pitágoras. e-mail: nicolig@pitagoras.com.br



Nessa perspectiva, é possível afirmar que a objetividade jornalística, compreendida como o apagamento total do sujeito no texto, é um alvo inalcançável. A narrativa não pode ser desvinculada do contexto social que a cerca, já que todo produto cultural traz, irrevogavelmente, as marcas do momento histórico em que foi construído. O sujeito - neste caso o jornalista -, inserido num tempo e espaço determinado, tem o seu pensamento constituído socialmente, ao passo que o seu discurso traz posicionamentos, ainda que não estejam explícitos no texto. Assim, o jornalismo se firma como uma forma social de conhecimento e o jornalista assume o papel de narrar e interpretar o mundo no qual está inserido, intersubjetivamente.

Admitimos que o fato da prática jornalística estar intrinsecamente ligada a um complexo de tramas do cotidiano coletivo não a faz diferente de outras atividades. Contudo, a importância de olhar para o jornalismo como um lugar de interlocução e diálogo com a sociedade - muitas vezes em consonância com outros campos, especialmente o político e literário - reside no fato de que na contemporaneidade os produtos jornalísticos se tornaram um dos principais pontos de referência, informação e debate das questões sociais mais relevantes.

Conseqüentemente, o jornalista se firma como um dos profissionais que, potencialmente, teria condições privilegiadas de interferir na dinâmica social. Nesse ponto, levamos em consideração que esta é apenas uma das maneiras possíveis de entender o papel do jornalista na atualidade, que pode ser desempenhado na prática ou não de acordo com os constrangimentos empresariais, editoriais e de produção que cada profissional está inserido.

Acreditamos que é no gênero reportagem – pelas suas características peculiares que serão discutidas mais adiante - que o exercício de uma reflexão crítica dos fatos e acontecimentos sociais pode ser mais bem observado. Na reportagem, o jornalista encontra melhores condições de produção e espaço editorial para contextualizar o que na notícia corriqueira seria um relato sem maiores problematizações da ocorrência em questão. Por isso, potencialmente, a reportagem se constitui em um espaço reflexivo dentro da prática jornalística, em que o profissional pode observar de forma mais detalhada a dinâmica social e apontar de maneira crítica os problemas da sociedade.

Entendemos que entre os jornalistas e as opções temáticas e estéticas das suas produções, existe um complexo de tramas do contexto social que define as características de seus trabalhos, para além do estilo pessoal. Temos aqui um duplo



movimento em que as narrativas jornalísticas são geradas nas tensões de cada sociedade em um dado momento histórico, nelas se integrando. Nesse contexto, percebemos que o jornalismo não apenas constrói narrativas sobre a realidade social, como também é parte das transformações dessa sociedade que registra e interpreta.

Efeito de Real

No uso da linguagem existe uma oferta de estratégias que promovem o efeito de real, ao encarnar a referencialidade em procedimentos discursivos. Segundo Barthes (1988), na história “objetiva”, o “real” não passa de um significado informe, arbitrado por trás da aparência do referente. Essa problemática consiste no que poderíamos denominar *efeito de real*. Gomes (2000) aponta que a narrativa jornalística se baseia, em grande medida, na construção da verossimilhança, como podemos verificar na constante busca de elementos que possam testemunhar a veracidade do texto, em que o jogo de credibilidade se baseia na aceitação da referencialidade exposta.

Ao propor caminhos possíveis para uma análise pragmática da narrativa jornalística, Motta (2005) considera que o efeito de real é a principal estratégia textual usada pelo narrador jornalístico, com o objetivo de instaurar os fatos narrados como verdade, como se eles próprios falassem objetivamente por si. Nesse sentido, o efeito de real no jornalismo seria obtido principalmente através de recursos de linguagem que possibilitam a construção central do relato no momento presente, ou seja, com fortes referências no “aqui e agora”.

O leitor – interlocutor da narrativa jornalística – acaba provido de um lugar empírico de onde poderia compreender o contexto apresentado e fazer especulações sobre o futuro. Assim, os produtos jornalísticos teriam como uma de suas propostas oferecer ao homem moderno, em meio à dispersão e evasividade de informações cada vez mais variadas, uma forma de compreender seu mundo e sua existência. “O jornalismo observa o mundo desde o atual, ancora seu relato no presente para relatar o passado e antecipar o futuro”. (Motta, 2005, p. 9)

A partir dos enunciados narrativos, os atores sociais promovem associações de sentido, ordem e perspectiva diante da vida em sociedade, num desenrolar pautado, muitas vezes, pela construção de uma lógica social e cronológica comum. Os produtos jornalísticos são responsáveis por grande parte dessas referências. Nessa perspectiva, a narrativa jornalística consistiria em um jogo permanente entre os efeitos de real e



diversos outros efeitos de sentido, tais como: a comoção e a ironia; o riso e a dor; a compaixão e a indiferença. Em cada relato, esses efeitos podem ser mais ou menos evidenciados pela linguagem dramática, muitas vezes, assumida pelas notícias. Sendo assim, a construção narrativa se dá em uma troca polissêmica, intersubjetiva e híbrida entre os interlocutores do texto, num movimento contraditório que caminha entre “o objetivo e subjetivo, a denotação e conotação, a descrição fática e narração metafórica, *realia* e poética”. (Motta, 2005, p. 9)

Muitas vezes, esse caráter referencial se apresenta nos textos de uma forma direta, o que podemos chamar de um “efeito de um real puro”, ou seja, que pode ser apreendido diretamente e que se materializa no discurso jornalístico por meio da utilização de dados estatísticos, tabelas e infográficos (supostamente dados objetivos). Contudo, Gomes (2000) sustenta que mesmo esses sistemas de significados aparentemente rígidos estão sujeitos a diferentes interpretação. Muitos desses índices do real se apresentam como uma afirmação da identidade do jornalístico como verdadeiro.

À medida que o discurso do jornalismo assume a si mesmo como um relato interpretativo a partir de uma perspectiva possível, a sua legitimação tende a se distanciar da utilização de recursos de controle da subjetividade. Assim, sua legitimidade se aproxima dos critérios da verossimilhança, no sentido de que busca produzir a descrição mais credível da realidade, a qual, por ser assumidamente apreciativa, está reconhecidamente sujeita à avaliação do leitor. “O verossímil encontra-se em direta relação ao efeito de real discursivamente construído. E credibilidade (...) é sua contrapartida na ausência de uma verdade em plenitude”. (Gomes, 2000, p.30)

De uma maneira geral, está arraigada na sociedade a idéia de que o jornalismo tem a sua credibilidade enraizada na possibilidade de ser fiel na reprodução dos fatos. Nessa perspectiva, a conclamação de fontes, depoimentos e testemunhos considerados legítimos acabaria garantindo uma narrativa “pura” sobre o real, como se fosse possível eliminar a mediação.

Contudo, apesar da construção de reportagens dar origem a uma realidade que possui raízes no real, a narrativa jornalística como objeto não existe em outro lugar, senão nas páginas que a materializam. Dessa forma, qualquer texto não passa de um recorte sem limites: o jornalista constrói a história com base em escolhas, usando depoimentos de pessoas que também recortam o objeto, conclamando fatos que nada



mais são do que outro recorte, com disposições frasais que acabam por recortá-lo mais uma vez, e assim por diante.

Na maioria das vezes, essas escolhas ou recortes se encontram quase invisíveis na costura narrativa. Mas, por outro lado, os processos de investigação e apuração dos fatos e dados que atestam a veracidade da história narrada podem ser explicitados no próprio texto como forma de garantir a credibilidade da obra. Tem-se, assim, o esforço de não apenas contar uma história, mas atestar a sua veracidade através da transparência da sua apuração, assim como definem Ferrari e Sodré (1986, p.7): não é o bastante uma reportagem ser verdadeira, ela tem que parecer verdadeira, ser verossímil, sendo que “o real é engendrado para produzir determinado efeito, mas a partir de dados fornecidos pelo próprio real”.

Essa perspectiva aponta para uma questão fundamental que consiste na diferença nem sempre clara entre realidade e verdade. Se numa reportagem, o repórter deturpar os dados e depoimentos apurados, é provável que apenas suas fontes saberão que a história narrada não corresponde à verdade, mas para os demais leitores é bem possível que aquelas informações assumam o *status* de verdade, sejam atribuídas ao real e se instalem como parâmetros sociais. Nesse raciocínio, a verdade se encontra intrinsecamente ligada à credibilidade e à função social de que é revestida a imprensa pela sociedade, como fiscalizadora dos seus direitos e do poder público.

Evidencia-se, assim, o caráter interpretativo do discurso jornalístico. Segundo Bakhtin (1990), qualquer processo de apreensão da realidade é, inevitavelmente, um exercício de interpretação. Para o autor, no momento da leitura de qualquer texto, há um diálogo não só com os signos presentes na superfície textual, como também com outros anteriormente conhecidos, ou seja, a narrativa é assimilada a partir do repertório dos atores sociais. Esse processo culmina numa “resposta a um signo por meio de signos” (Bakhtin, 1990, p.34).

Nesse sentido, a palavra é a máxima realização do processo de apreensão da realidade, ao se constituir no fenômeno ideológico por excelência e o primeiro meio de consciência interpessoal. Além de aparecer na realidade como signo ou material semiótico a ser interpretado, a palavra é também o “idioma” do discurso interior, que interpreta todos os signos. O autor defende que qualquer enunciação verbal - falada ou escrita - é carregada por um caráter apreciativo e conteúdo ideológico. Essa é uma



condição imprescindível para que qualquer conteúdo objetivo – no sentido do objeto em si mesmo – seja revelado, já que é fruto de um exercício de apreciação.

Diretamente ligada à discussão do caráter interpretativo da enunciação verbal está a linguagem jornalística e seu diálogo com a noção de verdade. Ao tratar desse tema, Gomes (2000) aplica ao jornalismo o conceito de *ilusão referencial*, formulado por Barthes (1998), com o objetivo de refletir sobre o pressuposto de objetividade jornalística. Dentro dessa visão, a objetividade aparente do *discurso objetivo da história* nada mais é do que a ilusão gerada pela ocultação das características problemáticas do signo através do destaque de apenas uma das partes que o compõem: o referente ou o fato em si. Assim, o processo de objetivação da narrativa esconderia que os outros dois elementos do signo – significado e significante – são resultado do contexto em que se insere a enunciação.

Dessa forma, os jornalistas - impossibilitados de produzir a verdade definitiva – servir-se-iam dos pressupostos de objetividade para buscar o verdadeiro, compreendido como uma combinação de verificabilidade, efetividade ou sucesso visando consenso. Nessa perspectiva, tais índices do real agregados pelo jornalismo³ constituiriam a base para a concretização, no discurso jornalístico, daquilo que Barthes (1988) denomina *ilusão referencial* e, conseqüentemente, *efeito de real*. Gomes (2000) acrescenta que a objetividade em jornalismo se baseia na crença do real como algo passível de ser apreendido e descrito diretamente.

Muitas vezes, a busca da verdade tão apregoada no cotidiano das redações se baseia na ilusão da imprensa como tradutora da realidade, respaldada por uma trama de credibilidade intrínseca à linguagem jornalística de que quanto mais “real” parecer a história, mais “confiável” é o veículo de comunicação. Longe de ser uma busca apenas do jornalismo, na literatura realista / naturalista também vemos traços dessa necessidade de traduzir o real. Nessa perspectiva, o jornalista é visto não apenas como aquele que escreve ou configura notícias, mas um ator social que é, antes de tudo, o primeiro leitor da trama (linguagem) do real. De fato, ao procurar ser imparcial na “busca da verdade dos fatos”, o repórter muitas vezes delega a sua voz a outros, procurando personagens revestidos de reconhecida autoridade para dar opiniões ou testemunhos.

³ Temos em vista aqui a noção de discurso jornalístico permeada pela ilusória pretensão de objetividade absoluta, no sentido da crença na possibilidade de acessar o real diretamente, sem mediações.



Contudo, ao recortar as entrevistas, cruzar fontes e costurar informações, recorre inevitavelmente ao seu mapa de mundo, o que nos permite dizer que o produto de seu trabalho se constitui numa leitura possível dos acontecimentos. Dessa forma, ainda que possa ser verídica e conter diversos elementos verossímeis, a narrativa jornalística jamais será a verdade que tanto se apregoa. Para Santaella (1996), é necessário substituir “uma visão apaziguadora ou pseudocrítica do real pela consciência de que o jornal propõe uma organização mutável de dados provisórios dia-a-dia na busca de uma verdade que recua porque seu encontro é a sua busca”. (Santaella, 1996, p.52)

Nessa perspectiva, uma narrativa regida por essa lógica opera através do apagamento das condições que envolvem o signo para a preponderância de apenas uma das faces do processo de recepção, o referente. Para a autora, o maior exemplo de tal apagamento é o esforço de ausentar o enunciador no discurso jornalístico, como se o repórter estivesse totalmente distanciado da realidade que descreve e os fatos falassem por si. Esse processo visaria disfarçar o caráter dialógico de apreensão do signo pelo receptor e a influência tanto do ambiente social no qual os interlocutores estão inseridos, quanto da bagagem ideológica e vivencial que fornecem os mapas de leitura do mundo.

Gomes (2000, p. 65) avalia que assim como no discurso histórico raramente vemos os signos do leitor ou de destinação justamente para se preservar o seu caráter objetivo, é comum no jornalismo também a exclusão sistemática do leitor, salvo em colunas e seções especiais. Ao tentar eliminar a relação convencional entre o “eu e o tu”, o jornalismo busca se inserir num campo em que a informação parece incontestável, pois supõe a mera observação, sem possibilidade de réplicas.

Dessa forma, a figura do jornalista é gerada sob o mito do irrepreensível, em que este se configura como um observador social por excelência, que se realmente cumprir bem o seu papel, será uma fonte sempre 100% confiável e fiel à realidade. Até mesmo nos *slogans* dos principais veículos do país essa noção é repetida diariamente: “jornalismo verdade”, “a realidade como ela é”, “a transmissão dos fatos a todos os momentos”, entre outros. Nesse contexto, a linguagem e os jargões jornalísticos se constituem nas principais ferramentas de persuasão social diante do mito da objetividade absoluta e da busca da verdade definitiva no jornalismo.

De acordo com Ferrari e Sodré (1986, p. 15), podemos entender por repórter, o profissional que atua entre o leitor e o acontecimento, selecionando e diminuindo a distância entre as principais ocorrências do cotidiano e a sociedade. Nessa perspectiva,



mesmo que a narrativa jornalística, quase sempre, não seja construída em primeira pessoa, é marcada em seu discurso por um tom impressionista que visa favorecer essa aproximação. Sendo assim, segundo os autores, as principais características de uma reportagem seriam: predominância da forma narrativa, humanização do relato, texto de natureza impressionista e objetividade dos fatos narrados.

Essas características aliadas às técnicas jornalísticas como a utilização do *lead* e da pirâmide invertida - acabam promovendo um enquadramento mais realístico dos fatos. Mesmo as narrativas que fogem ao padrão dos periódicos servem-se do discurso jornalístico e da credibilidade do escritor jornalista para favorecer o tom realista das histórias, sempre visando o reconhecimento da veracidade do relato em questão e a construção da realidade jornalística. São referências que auxiliam os jornalistas a enunciarem suas versões dos fatos, como a versão mais confiável e crível.

Tendo em vista todos os fatores discutidos anteriormente, apontamos que os conceitos de verdade, objetividade, imparcialidade e credibilidade em jornalismo podem ser reunidos em uma única: o esforço de apreensão do real. Devido à impossibilidade de compreender a realidade em sua totalidade, o movimento que resta aos jornalistas é a sua fragmentação e posterior construção narrativa.

Nesse contexto, Bahia (1990) evidencia que os jornalistas buscam a veracidade de seus relatos e não a verdade em si, já que o seu trabalho se constitui no esforço de apurar e relatar os fatos e acontecimentos da forma mais próxima do real possível, sendo que a verdade definitiva é inatingível. “A verdade reclamada por um veículo, em editor ou mesmo uma opinião pública pode não ser toda a verdade. De fato, em geral, ela é apenas uma parte ou uma versão da verdade”. (Bahia, 1990, p. 11)

A proposta de desvendar os problemas nacionais

Segundo Sousa (2002), diversas conceituações apontam o jornalismo como um produtor e circulador de sentidos; uma esfera de conhecimento comum; uma rede informacional na construção social da realidade; um agente institucionalizante da sociedade como realidade objetiva; um elemento constituído e constituinte da esfera pública; um canal de mediação da história e cultura da vida cotidiana; um lugar de compartilhar saberes e mobilizar consensos.



Nesse contexto, o jornalismo é considerado um meio de conhecimento e uma importante via de acesso à realidade. Se nos basearmos na definição de Genro Filho (1987, p. 60 e 66), que aponta para o conhecimento como “a dimensão simbólica do processo global de apropriação coletiva da realidade”, podemos considerar o jornalismo como um dos gêneros de conhecimento. Sendo assim, como qualquer outra modalidade de conhecimento, o fazer jornalístico se constituiria “como revelação e atribuição de sentido ao real”.

Essa definição muitas vezes é associada a uma visão do jornalismo como “cão de guarda da sociedade”, que se regeria pelo “princípio da responsabilidade social” e pelo ideal de imprensa como o “quarto poder”. De acordo com essas percepções, o jornalista teria um status privilegiado diante das demais profissões, o que lhe delegaria o compromisso social de fiscalizar a sociedade e todas as suas instâncias, por meio da busca da verdade, se consolidando numa espécie de guardião dos direitos da sociedade.

A concepção da imprensa como um “quarto poder” remete, num primeiro momento, aos processos de profissionalização do jornalismo, no início do século XX. Segundo Medina (1982), é esse processo que desencadeia a busca por modelos profissionais idealizados por certo caráter missionário da prática jornalística. Na França, a idéia do jornalista como um profissional comprometido com a busca da verdade e o desvendamento dos problemas sociais se consolida logo após a Primeira Guerra Mundial, sendo, sobretudo uma resposta da sociedade à falta de credibilidade da propaganda oficial.

De acordo com Néveu (2001), a imprensa é instituída do direito e da responsabilidade de fiscalizar as instituições políticas, como representante considerada legítima e crível pela sociedade francesa. Dessa forma, a identidade do jornalista francês - que mais tarde influenciaria outras partes do mundo, inclusive, o Brasil – é construída com base numa cultura de aliança com a sociedade e a ética profissional, vinculadas ao espírito de missão.

Há diversos exemplos na história brasileira de trabalhos jornalísticos cuja marca é o comprometimento social. Entre estes, Chaparro (1993, p. 92) destaca a cobertura das *Diretas Já* em 1984, pela Folha de São Paulo. Segundo o autor, esse é apenas um dos momentos em que o jornal foi além de sua instância mercadológica, tornando-se “uma entidade social e cultural, carregada de emoções, alimentando processos complexos de comunicação com informação, análises e opiniões que podem mudar os rumos de povos



e nações”. Durante o período do Estado Novo e da Ditadura Militar temos diversos outros exemplos, conforme discutimos nos dois primeiros capítulos desta dissertação.

Mesmo nos Estados Unidos, onde a dimensão comercial da imprensa⁴ sempre se mostrou preponderante, o jornalismo assume em alguns momentos uma concepção romântica. Segundo Hallin (1996), os jornalistas desempenharam esse papel social ainda na Era Progressista – período que compreende o final do século XIX e o início do XX, marcada pela reforma das instituições políticas norte-americanas. Apesar desse exemplo, o autor afirma que esse só passou a ser um valor agregado coletivamente à prática jornalística nos E.U.A a partir dos anos de 1950, quando a Comissão para a Liberdade de Imprensa regulamentou a Teoria da Responsabilidade Social no Jornalismo.

Essa teoria consiste numa resposta à agressiva concentração empresarial dos meios de comunicação norte-americanos, uma tentativa de oferecer diretrizes para melhorar a qualidade da produção noticiosa e orientá-la para além da geração de lucros. “Se supunha que o jornalismo deveria servir ao público em sua totalidade e não a interesses particulares (habitual no estilo de jornalismo panfletário do século XIX), nem, tampouco, aos estreitos objetivos comerciais de anunciantes e proprietários”⁵. (Hallin, 1996, p.2)

O ideal de responsabilidade social parece se constituir num elo entre a prática jornalística do Brasil, da França e dos Estados Unidos em meio aos diferentes modos de funcionamento das redações e dos jornais e a diversidade da configuração profissional. Segundo Néveu (2001) e Weber (1985), ambos os modelos – informacional e interpretativo - buscam uma politização da identidade profissional, ainda que desvinculada dos conflitos partidários e dos veículos panfletários. Assim, a noção primeira de “quarto poder” pressupõe o comprometimento apenas com o cidadão, com o interesse público, livre de interesses políticos e/ou mercadológicos.

Na visão de Néveu (2001), é nesse contexto que a função do jornalista nas sociedades que se apresentam como democráticas estaria vinculada em alguns pontos

⁴ “Praticamente não houve imprensa panfletária naquele país (a reportagem objetiva surge ainda durante a Guerra de Secessão). Foi a lógica empresarial quem contribuiu para a profissionalização forçada dos jornalistas, durante a década de 1820 com o advento da *penny press*”. (PEREIRA, Fábio Henrique, p. 5).

⁵ Livre tradução de: “Se suponha que el periodismo há de servir al publico en su totalidad, y no a intereses particulares (habitual en el estilo de periodismo de campañas de apoyo del siglo XIX), ni tampoco a los estrechos objetivos comerciales de anunciantes y propietarios”. (Hallin, 1996, 2)



com a do educador, responsável por conceder uma certa orientação diante do caos dos acontecimentos, sem a imposição de uma determinada visão ou grupo majoritário, pelo menos numa perspectiva ideal. Dessa forma, a imagem do jornalista como um mediador neutro, a parte dos jogos sociais e da disputa de interesses, se encontra vinculada à busca de objetividade no exercício da profissão.

Moretzsohn (2002) afirma que é esse ideal que move o imaginário coletivo em torno da preservação ética dos jornalistas frente aos constrangimentos políticos e econômicos a que são submetidos diariamente na produção da notícia. Segundo Pereira⁶, “sob discurso da objetividade, o jornalista aparenta o que não é (alguém que influencia os próprios acontecimentos) e assegura seu lugar como autoridade independente, capaz de fiscalizar os atos do governo perante a sociedade”.

Tendo em vista esses fatores, a responsabilidade social passa a ter na objetividade um ideal ou modelo, ao se constituir no marco de passagem do jornalismo interpretativo do século XIX para o jornalismo informativo. No artigo *What is reporter*, Shudson (1995) analisa a biografia de dois grandes nomes do jornalismo norte-americano – os repórteres Lincoln Steffens (1866-1936) e Harrison Salisbury (1908-1993) – fazendo um paralelo que nos serve aqui como exemplo dessa transição de modelos que também afetou as empresas jornalísticas brasileiras.

Steffens está interessado na explicação. Salisbury se contenta em “conseguir os fatos” (...) Steffens é uma figura pública, e ele nos conta capítulo após capítulo como os figurões da política e dos negócios nas grandes cidades americanas confiavam nele e usavam-no como um pai confessor. Os amigos de Salisbury são jornalistas ou poetas ou sua própria família, “outsiders” das lutas políticas relatadas nas suas crônicas. A imagem que Steffens nos dá é de conversas íntimas com Teddy Roosevelt; a imagem que Salisbury nos deixa é a dele esperando, sozinho ou com outros repórteres, fora do Kremlin, por notícias de Stalin.⁷ (Shudson, 1995, p. 107-108)

Nesse trecho, percebe-se a construção de uma nova imagem de repórter. Fundado no ideal de objetividade, a figura do jornalista parece aludir à imagem de um herói

⁶Ver nota 4 (p. 7).

⁷ Livre tradução de: “Steffens is intent on explanation. Salisbury is content with ‘getting the facts’. (...) Steffens is a public figure, and he tells us chapter after chapter how the political and business bosses of the great American cities confided in him and used him as a father confessor. Salisbury friends are journalists or poets or his own family, outsiders to the political struggles Salisbury chronicles. The image Steffens gives us is herat-to-herat talks with Teddy Roosevelt; the image Salisbury leaves us with is his waiting, alone or with other reporters, outside the Kremlin for news of Stalin”.



solitário, alguém que está fora dos circuitos do poder vigente e por isso está comprometido apenas com o interesse público, a transparência da apuração e os valores democráticos. De acordo com Shudson (1995), Salisbury se transformou em um mito da objetividade pela sua cobertura da Guerra do Vietnã, em que deixou de lado os interesses políticos e ideológicos do próprio país, para construir relatos “fiéis” e “imparciais” do conflito. Mesmo que todos não tenham acesso a essa história, o imaginário coletivo em torno da profissão de jornalista no Brasil, pelo menos numa perspectiva ideal, se encontra bem próxima da trajetória atribuída a Salisbury.

Contudo, ao lado dessa visão romântica do jornalismo, é inegável a presença de uma vertente empresarial que, na maioria das vezes, é o que rege a dinâmica das redações. O *foca* sai dos bancos das universidades para encontrar uma realidade muito mais mercadológica do que a idealizada em torno da profissão. Segundo Pereira⁸, a imagem projetada pelo *boom* da Teoria da Responsabilidade Social nos Estados Unidos (do final da década de 1940 até meados da década de 1970) parece persistir no imaginário coletivo do que seria o “bom” jornalismo no Brasil, ainda que o quadro do mercado das empresas jornalísticas tradicionais demonstre uma profissão muito mais ligada aos interesses empresariais.

De acordo com Ribeiro (1994), no Brasil a mercantilização da notícia é marcada ainda pelo antigo conflito entre o autoritarismo centralizador dos grupos familiares que controlam grande parte dos veículos de comunicação tradicionais e a exigência do cumprimento de metas e desempenhos profissionais, própria das imposições do sistema econômico capitalista cada vez mais agressivo e competitivo. “Enquanto a empresa transita entre dois estilos de gestão, impera um duplo discurso, ora com ênfase na confiança e no favor, ora na competência e na exigência”. (Ribeiro, 1994, p.14)

Assim, o texto jornalístico adquire um caráter cada vez mais instrumental, associado aos interesses do mercado e dos grupos de maior prestígio sócio-econômico. Em grande medida, os periódicos e noticiários se transformam em uma espécie de manual prático da vida cotidiana em sociedade e o jornalista se distancia do posto de herói para se identificar, cada vez mais, com um operário da informação, nos pressupostos do sistema de produção taylorizado.

⁸Ver nota 4.



Por um lado, não podemos desconsiderar o impacto que a mercantilização do jornalismo tem sobre o funcionamento dos veículos de comunicação, a construção das narrativas jornalísticas e o cumprimento (ou não) da função social atribuída de uma forma ideal à figura do jornalista. De fato, a crença numa missão jornalística parece ser inviável numa era de lógica empresarial. “A empresa está explicitamente dizendo que uma porção dessa lealdade [dos jornalistas] deve ser dedicada a ela e aos seus acionistas – em vez de aos leitores, ouvintes ou espectadores” (Kovach e Rosenstiel, 2003, p. 96).

Mas, por outro, consideramos que o desempenho de um trabalho ditado pela lógica econômica-empresarial não exclui, necessariamente, o compromisso com o público, nem a possibilidade do exercício de certa função social, conforme evidencia Ortega e Humanes (2001): “Mesmo empregados em um circuito produtivo tipicamente capitalista, e apesar de que nele se introduziu a organização racional em múltiplos aspectos, os jornalistas continuam percebendo sua atividade como um serviço público destinado a fins extra-econômicos”. (Ortega e Humanes, 2001, p. 59-60)⁹

Considerações Finais

Com base na perspectiva de um fazer jornalístico que encontra raízes tanto nas demandas de mercado, quanto na função social que norteia uma certa maneira de compreender o papel do jornalista na sociedade, acreditamos que é possível olhar para a prática da reportagem brasileira como uma instância de diálogo entre o desejo de ocupar esse lugar de denúncia dos problemas nacionais por parte dos jornalistas e o anseio de ter acesso a essas denúncias, por parte do público. Garcia (2004) discute que os produtos editoriais produzidos sob a perspectiva do jornalismo investigativo estão intrinsecamente ligados ao reconhecimento dessa visão social, que pressupõe a responsabilidade dos veículos jornalísticos se firmarem como um canal essencial na formação do indivíduo sobre a sociedade na qual está inserido.

Mais uma vez, retomamos a questão dos parâmetros comumente oferecidos pela imprensa como marcas que tangem o real. De fato, essa questão já é trabalhada por

⁹ Livre tradução de: “A pesar de desarrollar su trabajo dentro de empresas, cada vez más tipicamente representativas del capitalismo tardío, los periodistas se mueven en una dirección que no es del todo la misma de sus empresas (...). Aunque entregados en un circuito productivo típicamente capitalista, y a pesar de que en él se há introducido la organización racional en múltiples aspectos, los periodistas, sin embargo, continúen percibiendo su actividad como un servicio público destinado a fines extraeconómicos”. (Ortega e Humanes, 2001, p. 59-60)



quase todos os trabalhos acadêmicos que se dedicam ao jornalismo. Contudo, o impasse continua sendo o imaginário social em torno da prática jornalística, em que os próprios manuais de redação sustentam a possibilidade de se alcançar plenamente o ideal de busca da realidade, objetividade e imparcialidade. Tal crença gera um efeito ilusório de que é factível uma apreensão ampla da verdade dos fatos narrados, desde que sejam respeitados os passos legitimados, tais como, a busca de fontes confiáveis, a verificação dos dados e a concessão de oportunidades iguais para todos os lados envolvidos.

Assim, temos que se o jornalismo, de modo geral, busca construir uma leitura em mosaico da realidade cotidiana, a reportagem, em tese, procuraria aprofundar um determinado tema, mediante uma ótica própria. É um exercício de interpretação do estado dos fatos, que busca contextualizar suas raízes e prováveis conseqüências. Espera-se de tais narrativas muito mais do que a exposição dos fatos: a possibilidade de dialogar com a sociedade através das principais questões que tocam o seu cotidiano.

Referências bibliográficas

BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e filosofia da linguagem**. São Paulo: Hucitec, 1990.

BAHIA, Juarez. **Jornal, história e técnica 1 – história da imprensa brasileira**. São Paulo: Ática, 1990.

BARTHES, Roland. **O discurso da história e o efeito de real**. In: *O rumor da língua*. Trad. Mário. Laranjeira. São Paulo: Brasiliense, 1988.

CHAPARRO, Manuel Carlos. **Pragmática do Jornalismo. Buscas práticas para uma teoria da ação jornalística**. 2ª Edição. São Paulo: Summus, 1993.

FERRARI, Maria Helena. SODRÉ, Muniz (1986). **Técnicas de Reportagem – notas sobre a narrativa jornalística**. São Paulo: Summus, 1986.

GARCIA, Maria Cecília. **Jornalismo, literatura e conhecimento**. In: *Revista Científica do Grupo de Pesquisa Gepec*. Faculdade de Comunicação Social de Presidente Prudente – Unoeste, volume 1, número 2, novembro de 2003.

GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide - para uma teoria marxista do jornalismo**. Porto Alegre, Tchê, 1987.



GOMES, Mayra Rodrigues. **Jornalismo e Ciências da Linguagem**. São Paulo: Hacker Editores/Edusp, 2000.

HALLIN, Daniel. **Comercialidad y profesionalismo en los medios periodísticos estadounidenses**. Cuadernos de Información y Comunicación (CIC Digital) nº 3, 1996. Acessado em 04/02/2007. Disponível em: <http://www.ucm.es/info/per3/cic/cic3ar13.htm>

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo**. São Paulo: Geração Editorial, 2003.

MEDINA, Cremilda de Araújo. **Profissão jornalista: responsabilidade social**. Rio de Janeiro: Forense, 1982.

MORETSZHON, Sylvia. **Jornalismo em “tempo real” – o fetiche da velocidade**. Rio de Janeiro: Revan, 2002

MOTTA, Luiz Gonzaga. **A Análise Pragmática da Narrativa Jornalística**. In: *Cd-room XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Rio de Janeiro: Intercom, 2005.

NÉVEU, Erik. **Sociologie du journalisme**. Paris (França): La Découverte, 2001.

ORTEGA, Felix e HUMANES, Maria Luisa. **Algo más que periodistas – sociología de una profesión**. Barcelona (Espanha): Editora Ariel, 2001.

RIBEIRO, Jorge Cláudio. **Sempre Alerta – condições e contradições do trabalho jornalístico**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

SANTAELLA, Lúcia. **Cultura das Mídias**. São Paulo: Experimento, 1996.

SCHUDSON, Michael. **The Power of News**. Cambridge (Estados Unidos): Havard University Press, 1995.

WEBER, Max. **A política como vocação**. In *Sociologia e política: duas vocações*. São Paulo: Cultrix, 1985.