

A profissionalização do jornalismo: uma perspectiva histórica¹

Eduardo Ritter²

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS

Resumo

Independente da recente discussão acerca da obrigatoriedade do diploma de jornalismo para o exercício da profissão no Brasil, consideramos de fundamental importância entendermos como se dá o processo de profissionalização de uma atividade. Nesse sentido, buscamos fazer uma breve reconstituição histórica da profissionalização da atividade jornalística, que delimita o campo jornalístico, área onde trabalham os profissionais encarregados de decidir quais informações serão repassadas ao público e como isso ocorrerá. Para isso, sustentamos nossas perspectivas nas teorias de Nelson Traquina, Joseph Pulitzer e a crítica de Pierre Bourdieu.

Palavras-chave: jornalismo; história; profissionalização; campo jornalístico.

1. Sobre o jornalismo

Sabemos que há um grande número de estudos acerca do tema *jornalismo*, e são diversos os teóricos referenciais nessa área. Portanto, para abordar esse tema, optamos por utilizar as perspectivas de autores-chave, que delimitam algumas fronteiras no que se refere ao trabalho do jornalista e a função do jornalismo, explorando as características apontadas por eles, sem a preocupação de serem ou não positivas ou negativas.

Começamos pela pergunta básica: o que é jornalismo? Como destaca Traquina (2005), é absurdo tentarmos definir o que é jornalismo em uma frase, ou mesmo em um livro. Afinal, o surgimento da imprensa e do jornalismo ocorreu em diferentes lugares e esteve sempre ligado a outros fatores, que vão além da definição contemporânea do que é jornalismo. Porém, resumidamente, tentaremos chegar o mais próximo possível do que possa ser a resposta para essa pergunta tão ampla.

¹ Trabalho apresentado no GP História de Jornalismo, X Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestrando do Curso de Comunicação da Famecos – PUC e bolsista parcial da Capes: rittergaucho@hotmail.com

Inicialmente, é preciso destacar a divisão do mundo em segmentos locais, regionais e internacionais. Ou seja, de uma forma ou de outra, o jornalismo, em todos os seus gêneros, acaba englobando notícias do local onde o cidadão está inserido, da sua região, de seu país e do mundo. Mas que informação interessa para o receptor, que abre o jornal, ouve o rádio, assiste à televisão e acessa à internet? “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. Isto inclui praticamente a vida, o mundo [...]” (TRAQUINA, 2005, p.19).

Entretanto, diferentemente da ficção, o jornalismo está ligado ao mundo real, a acontecimentos reais, ou seja, tanto jornalistas, quanto leitores/ouvintes/telespectadores esperam do jornalismo informações sobre o mundo no qual estão inseridos:

O jornalismo pode ser explicado pela frase 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? (TRAQUINA, 2005, p.20).

Ou seja, é através do jornalismo que as pessoas buscam informações sobre os últimos acontecimentos, que envolvem as emoções das mesmas: o drama, a tragédia, o choro, o riso, a esperança, a sensação de estarem informadas, a dúvida, o interesse, etc.

Dentro desse contexto é que aparece a figura do jornalista, que, assim como o jornalismo, pode ser reduzido ao domínio de determinadas técnicas de linguagem e pode ser reduzido a um empregado de uma fábrica de notícias (TRAQUINA, 2005), porém, ressaltamos que essa não é a nossa visão sobre a profissão, como veremos adiante, ao abordarmos a obra de Pulitzer. Nesse sentido, também começa a surgir a idéia de cultura profissional, como veremos mais adiante.

Conforme Traquina (2005), dois pólos tornaram-se dominantes na emergência do campo jornalístico contemporâneo, que são: o pólo econômico, onde as notícias são vistas como um negócio; e o pólo ideológico, onde as notícias são vistas como um serviço público.

Voltando à questão *o que é jornalismo?* somos obrigados a mencionar a figura de seus profissionais, ou seja, os jornalistas, que são as pessoas responsáveis por

repassar a informação, ou a *história real*, para o receptor. É justamente por isso que podemos dizer que o jornalista tem *poder*, porém, como mencionamos, um poder condicionado. “Os jornalistas são participantes ativos na definição e na construção das notícias, e, por consequência, na construção da realidade” (TRAQUINA, 2005, p. 26). Ou seja, os jornalistas, que são figuras significativas, mas não as únicas, do jornalismo (temos diretores de empresas jornalísticas, departamento comercial, recursos humanos, fontes, técnicos, etc), acabam formando um *campo jornalístico*, que implica em:

- 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;
- 3) um grupo especializado, isto é, profissionais do campo, que reivindicam possuir um monopólio de conhecimento ou saberes especializados, nomeadamente o que é notícia e a sua construção (TRAQUINA, 2005, p.27).

Dentro desse campo jornalístico estão presentes três pólos, apontados, pelos jornalistas e por muitas vozes da sociedade, segundo Traquina (2005), como o *pólo positivo* (ideologia profissional) e *pólo negativo* (interesse financeiro), reduzindo assim a importância de um terceiro pólo, classificado de *pólo político*. É nesse contexto que aparece a polêmica presença da figura do jornalista.

2. O jornalismo enquanto profissão

Antes de abordarmos a profissionalização dos jornalistas, comecemos por outro aspecto importante nesse processo, que é o surgimento e o desenvolvimento do ensino universitário do jornalismo. Conforme Traquina (2005), os dois países onde esse processo se desenvolveu mais cedo foram os Estados Unidos e a França, sendo que, nos Estados Unidos, o início do ensino do jornalismo foi por volta de 1860. “O General Robert E. Lee, reitor de uma universidade conhecida hoje como a Universidade de Washington, começou o treino em impressão após a Guerra Civil norte-americana” (TRAQUINA, 2005, p.84). Conforme o mesmo autor, a partir do século XX houve um crescimento na oferta de cursos universitários em jornalismo nos Estados Unidos.

A partir dessas considerações, passamos a observar como se deu o processo de profissionalização dos jornalistas. Traquina (2005) lembra que, no século XIX, conforme o *Dicionário das Profissões*, de Edouard Charou, o jornalismo não era considerado uma profissão. No entanto, como salienta o autor, a pergunta *o jornalismo é uma profissão?* continua sendo feita até hoje. Porém, a expansão da imprensa envolve um número crescente de pessoas que passaram a trabalhar como jornalistas, criando técnicas específicas e novos formatos, “tornando-se *agentes especializados* que reivindicam um *monopólio de saber* – o que é notícia” (TRAQUINA, 2005, p.92). Além disso, o grupo passou a desenvolver outras especificidades, a partir da segunda metade do século XIX, como a criação de associações e sindicatos e o já referido desenvolvimento de cursos universitários, que caracterizam a atividade jornalística como uma atividade profissional.

Para contextualizarmos o surgimento dos cursos universitários de jornalismo, consideramos fundamental a obra de Joseph Pulitzer³, *A escola de jornalismo – A opinião pública*, publicada nos Estados Unidos em 1904, em que o autor defende a criação de um curso superior em jornalismo. Logo no início do livro, ele salienta a importância da experiência e do estudo para o bom desenvolvimento de uma profissão:

A educação começa no berço, em casa, com os ensinamentos das mães, e se completa através de outras influências sofridas através da vida. Uma faculdade é uma dessas formas usuais de influência, mas não possui poderes mágicos. Um tolo, mesmo pendurado em seu nome uma coleção de títulos, continua a ser um tolo; e um gênio, se necessário, erigirá sua própria faculdade, mas através de um doloroso desperdício de esforço que poderia ser melhor aproveitado num trabalho mais produtivo. Gosto de lembrar que Lincoln, cuja academia foi um livro emprestado, lido à luz da lareira, estudou Euclides no Congresso, já com quare 40 anos. Não teria sido melhor se isso tivesse acontecido quando tinha quatorze?

Toda a inteligência precisa de aperfeiçoamento (PULITZER, 2009, p.11).

Esse trecho demonstra bem o tom da obra, que defende a criação de uma escola de ensino superior em jornalismo, citando exemplos históricos de que todos os grandes

³ O húngaro Joseph Pulitzer (1847-1911), que deixou o seu país natal para tentar a carreira militar nos Estados Unidos, chegou a tornar o jornal *The World* o principal jornal de Nova York e doou milhões de dólares para a criação da segunda universidade de jornalismo dos Estados Unidos, em Columbia. A referida obra foi ditada quando Joseph Pulitzer já estava cego, respondendo aos críticos de seu projeto. Duas décadas após a sua morte, foi eleito o maior jornalista de todos os tempos pela Associação Norteamericana dos editores de jornais. Até hoje, o prêmio, que leva o seu nome, é a principal distinção que um jornalista pode ganhar nos Estados Unidos.

autores da literatura universal, todos os grandes pensadores e filósofos estudaram e leram muito antes de formar a sua obra. Um exemplo citado por Pulitzer é Shakespeare, que escreveu a sua obra mais famosa, *Hamlet*, depois de produzir outras 18. “Se Shakespeare já nasceu gênio, por que não começou logo por escrever *Hamlet*?” (PULITZER, 2009, p.11). Em relação ao jornalismo, Pulitzer cita o seu próprio exemplo, demonstrando a importância de não se perder o que considera a essência da profissão:

Por fim, eles objetam que eu sou uma prova de que uma faculdade de jornalismo é desnecessária, por ter tido sucesso sem passar por nenhuma. Quem sabe me permitam analisar este ponto. É bem ingênuo usar minha pessoa como argumento contra meu próprio projeto. Se eu tive algum sucesso foi porque, em tudo o que envolveu meu trabalho e prazer pessoal, jamais encarei o jornalismo como um negócio. Desde minha primeira hora de trabalho, durante quase quarenta anos, encarei o jornalismo não apenas como uma profissão, mas como a mais nobre de todas as profissões. Sempre senti que estava em contato com a mente do público e que deveria fazer alguma coisa boa a cada dia. Provavelmente não tenha conseguido, mas não foi por falta de dedicação (PULITZER, 2009, p.25).

Pulitzer também compara o jornalismo com uma batalha, salientando que os militares sempre estudam todas as batalhas anteriores, observando os erros cometidos e os pontos fortes de cada estratégia. Nesse sentido, “cada número de um jornal é uma batalha – uma batalha pela excelência” (PULITZER, 2009, p.13), em que o editor compara o seu jornal com o concorrente, e ao fazer tal comparação, sabe se foi vitorioso ou derrotado.

A partir dessas considerações, Pulitzer aponta uma série de argumentos apresentados pelos críticos contra a sua idéia, e responde a cada um deles, como por exemplo, se o jornalismo deve ser aprendido na redação. Nesse caso, “não é através do ensinamento intencional, mas pelo treinamento acidental. Não é aprendizado, é trabalho, no qual se espera que cada participante conheça sua tarefa” (PULITZER, 2009, p.16). Nesse sentido, Pulitzer considera o jornalismo como um serviço público, e não como algo que deva servir a interesses políticos e econômicos.



Um editor, um editorialista ou um correspondente não estão fazendo negócios. Nem tampouco um repórter competente. Esses homens estão já numa profissão, mesmo que não percebam ou não admitam, como muitos deles, infelizmente, o fazem. Bem ou mal, eles são os autores de seu trabalho, e ser autor é uma profissão (PULITZER, 2009, p.27).

No entanto, ele ressalta que o lado comercial também tem seu espaço dentro de um jornal, porém, em um escritório de administração. A partir disso, Pulitzer apresenta, item por item, o que deve ser ensinado em um curso de jornalismo, considerando que, apesar de terem sido apontados em 1904, muitos deles permanecem atuais, como: Direito, Ética, Literatura, História, Sociologia, Economia, Estatística, línguas modernas, o estudo dos jornais, o poder das idéias, princípios do jornalismo e as notícias (PULITZER, 2009).

Feitas essas considerações sobre o ensino universitário, voltemos à visão de Traquina (2005), que menciona autores como Abraham Flexer (1915), M. Carr-Saunders, P. A Wilson (1933) e Ernest Greenwood (1957), que discutem como funciona o processo de profissionalização de uma atividade. Resumidamente, baseados nesses autores, mencionados por Traquina (2005), podemos sistematizar em onze itens as exigências para que uma atividade possa ser considerada como profissional: 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; 6) um sentimento de altruísmo; 7) uma teoria sistemática; 8) um sentimento de autoridade por parte dos membros do grupo; 9) a ratificação, por parte da comunidade dos *agentes especializados*; 10) a existência de um código ético; 11) a existência de uma cultura profissional.

Ou seja, sem nos aprofundarmos nessa questão, podemos considerar o jornalismo, sim, uma profissão, pois:

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* (TRAQUINA, 2005, p.121).

Entramos aqui em outro ponto importante sobre o debate da profissionalização do jornalismo, que é a autonomia do campo jornalístico que, conforme Miranda (2005), para ser entendido, “deve-se notar que este é dominado pela lógica de mercado exercida através dele e sobre os demais campos da produção cultural” (MIRANDA, 2005, p.110). Ou seja, o campo jornalístico se submete, em menor ou menor grau, a uma lógica de mercado e aos campos considerados mais autônomos. A partir de então, considerando resolvida a parte da profissionalização do jornalista, entra outra questão: qual a autonomia desse profissional?

Conforme Miranda (2005), baseado na visão de Pierre Bourdieu, a autonomia do jornalista é definida por quatro critérios:

1) *o grau de concentração da imprensa*, ou seja, a insegurança no emprego, na medida em que se tem o número de empregadores potenciais reduzido;

2) *a posição ocupada por seu veículo de comunicação no campo* (mais ou menos próximo do *pólo intelectual* ou do *pólo comercial*);

3) *a posição ocupada pelo jornalista no interior do órgão de imprensa que o contrata*, ou seja, ele pode atuar como repórter, editor, *free lancer*, etc, e isso determinará sua autonomia enquanto jornalista;

4) *o grau de dependência dos jornalistas em função dos veículos*, que se subdivide em: *dominação material* (pressões econômicas) e *dominação simbólica* (outros campos, como o político e o científico, valem-se de sua autoridade como arma na luta de seus campos específicos com o campo jornalístico).

Já John Hohnberg, destaca que muitas vezes jovens e adultos ingressam no jornalismo acreditando em uma autonomia total do campo, ou seja, crendo que poderão atuar livremente, sem nenhuma pressão externa:

Infelizmente os editores não costumam contratar rapazes ou moças para vadiar em volta do mundo, como eles desejariam, e os poucos que o fizeram não conseguiram grandes audiências. [...] A realidade é outra. O jornalismo é praticado por amor a si mesmo – e suas recompensas normais – por milhares de homens e mulheres dedicados, treinados e altamente profissionalizados. Os valores sociais e morais dos que nele trabalham são altos. Sua fascinação decorre da novidade diária, surpresa, satisfação, senso de realização, às vezes



desapontamento, e ocasionalmente o choque resultante da variedade incessante na história da humanidade (HOHENBERTG, 1981, p.22).

Independente dessas crenças e mitos criados em torno da profissão do jornalista, podemos ressaltar que o jornalismo é, sim, uma profissão.

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 (TRAQUINA, 2005, p.122).

Além de o jornalismo ser considerado uma profissão, também lembramos que, com isso, os jornalistas formaram, ao longo dos anos, uma cultura profissional, que Nelson Traquina chama de *tribo jornalística*, pois, “não é possível compreender as notícias sem uma compreensão da cultura profissional dos profissionais que dedicam suas horas e, às vezes, suas vidas, a esta atividade” (TRAQUINA, 2005, p.14).

Conforme o teórico português, o processo de profissionalização de um grupo resulta na formação do que ele chama de *tribo*, ou seja, um grupo de pessoas que partilham interpretações da realidade.

Traquina (2005) destaca que a formação dessa *tribo jornalística*, integrada por profissionais que partilham uma *cultura profissional*, acaba fazendo com que isso se reflita na forma semelhante com que todos os jornalistas transmitem as suas notícias. “Uma consequência de um *pensamento em grupo* comum é aquilo que se chama *jornalismo em pacote*, isto é, os fenômenos freqüentemente observados de uma legião de jornalistas cobrindo a mesma história da mesma maneira” (TRAQUINA, 2005, p.26). Além disso, os jornalistas são seguidores de notícias que trocam informações entre eles, mesmo fora do ambiente de trabalho.

Outro aspecto importante é a mitologia que se criou em relação à prática jornalística, onde o público muitas vezes enxerga o jornalista como um *cão de guarda* que protege o cidadão, ou um quarto poder, que vigia os outros poderes. Casos como

Watergate⁴, ocorrido nos Estados Unidos, na década de 1970, foram fundamentais para a constituição desse mito. Além disso, há a imagem de que o trabalho do jornalista está sempre relacionado a uma aventura e a sua prática foge a uma rotina profissional, o que na verdade não ocorre. “Apesar do mito do *acontece*, o jornalismo é, na realidade, uma atividade marcada pela rotina” (TRAQUINA, 2005, p.56). A idéia da mitologia jornalística é muito bem resumida pelo teórico:

Toda a mitologia do repórter, do *grande repórter*, do jornalista de investigação, representa o jornalista como um caçador. O mito do jornalista *caçador* invade toda a sua cultura profissional: o jornalista vai atrás do acontecimento, vai atrás da notícia, fura as aparências, revela a verdade, caça a presa. No entanto, diversos estudos do jornalismo mostram bem o peso das rotinas na atividade jornalística, e, com as rotinas, o papel fulcral do desenvolvimento de relações com as fontes de informação (TRAQUINA, 2005, p.58).

Obviamente, nem todos os elementos que formam a *tribo jornalística*, assim como a questão *o que é jornalismo?*, podem ser fechados em um ensaio ou em um livro, bem como a questão *o que torna o jornalismo uma profissão?* Esses temas contam com diversos estudos e há inúmeros itens a serem aprofundados.

3. O campo jornalístico e a crítica de Bourdieu

Após abordamos a profissionalização do jornalismo, vamos abordar como se forma o que Bourdieu chama de campo jornalístico, que está diretamente ligado com os campos político e cultural. Para Bourdieu, campo é

uma estenografia conceptual de um modo de construção do objeto que vai comandar – ou orientar – todas as opções práticas de pesquisa. Ela funciona como um sinal que lembra o que há que fazer, a saber, verificar o objeto em questão não está isolado de um conjunto de relações que retira o essencial das suas propriedades (BORDIEU, 2000, p.27).

⁴ O caso Watergate ocorreu na década de 1970, nos Estados Unidos, quando os então novatos jornalistas Bob Woodward e Carl Bernstein, do *Washington Post*, começaram a investigar o caso. Durante a campanha eleitoral, cinco pessoas foram detidas, quando tentavam fotografar documentos e instalar aparelhos de escuta no escritório do Partido Democrata. Durante muitos meses, os dois repórteres investigaram as ligações entre a Casa Branca e o assalto ao edifício de Watergate, informados por uma pessoa conhecida apenas por Garganta Profunda (Deep Throat, que se revelou em 2005), que denunciava que o presidente Richard Nixon sabia das operações ilegais. Após as denúncias, Nixon renunciou à presidência.

A partir de então, Bourdieu explica que cada campo terá o seu capital simbólico, onde um campo será diferente do outro. Já sobre o campo jornalístico, o sociólogo salienta que ele “impõe sobre os diferentes campos de produção cultural um conjunto de efeitos que estão ligados, em sua estrutura e sua eficácia, à sua estrutura própria” (BOURDIEU, 1997, p.102), acrescentando que a já mencionada autonomia dos jornais e jornalistas está relacionada às forças externas, como as de mercado de leitores e anunciantes. Para Pierre Bourdieu:

O mundo do jornalismo é um microcosmo que tem leis próprias e que é definido por sua posição no mundo global e pelas atrações e repulsões que sofre da parte dos outros microcosmos. Dizer que ele é autônomo, que tem sua própria lei, significa dizer que o que nele se passa não pode ser compreendido de maneira direta a partir de fatores externos (BOURDIEU, 1997, p.55).

Já Clóvis de Barros Filho e Luís Mauro Sá Martino, destacam a existência do *campus* e do *habitus* jornalístico. Para eles, “há, entre as estruturas internas do campo do jornalismo, um mecanismo de autopreservação objetivado no exercício constante de uma dupla classificação das ações da imprensa” (FILHO et MARTINO, 2003, p.112), onde aparece a auto-crítica dos jornalistas, que garante uma impressão de autonomia, independência e “do livre procedimento dos agentes do campo, afastando do debate as estruturas de campo que, em grande parte, condicionam a prática real” (p.112).

Os autores apresentam o conceito de *habitus*: “O *habitus*, portanto, é o princípio gerador e regulador das práticas cotidianas, definindo, em sua atuação conjunta com o contexto no qual está inserido, reações aparentemente espontâneas do sujeito” (FILHO et MARTINO, 2003, p.115-116).

Filho e Martino (2003) acrescentam que algumas das características subjetivas relacionadas ao bom jornalismo podem ser vistos, na verdade, como características, ou problemas de conflitos que existem para qualquer outro cidadão, não-jornalista. “Visto dessa maneira, o jornalismo não teria conflitos inerentes à profissão, mas estaria o tempo todo submetido aos mesmos dilemas éticos de qualquer pessoa” (FILHO et MARTINO, 2003, p.116). No entanto, o que diferenciaria o jornalista dos demais

cidadãos, é o uso das técnicas incorporadas, específicas do campo jornalístico, na busca de chegar o mais próximo possível da isenção, que em tese, seria comum a qualquer cidadão. Porém, o jornalista teria melhores condições de lidar com situações em que o cidadão comum pode se deixar levar apenas pela emoção, além de algumas diferenças sutis referentes à legislação, como por exemplo, o direito de reservar o sigilo da fonte, que não é permitida ao cidadão comum.

Já Pierre Bourdieu destaca outro ponto conflituoso no campo jornalístico:

Os que estão inscritos no objeto da análise, neste caso particular os jornalistas, tendem a pensar que o trabalho de enunciação, de desvelamento dos mecanismos, é um trabalho de denúncia, dirigido contra pessoas ou, como se diz, *ataques*, pessoais, *ad hominem* (dito isto, se o sociólogo dissesse ou escrevesse um décimo do que escuta quando fala com jornalistas, sobre os casos, por exemplo, ou sobre a fabricação – é bem essa a palavra – da programação, seria denunciado pelos mesmos jornalistas por seu partidarismo e sua falta de objetividade (BOURDIEU, 1997, p.20-21).

Bourdieu chama a atenção para o fato de que as pessoas geralmente não gostam muito de serem tomadas como objetos ou objetivadas, inclusive os próprios jornalistas, acrescentando que quanto melhor se compreende como um meio de comunicação funciona, mais se compreende que “aqueles que dele participam são tão manipulados quanto manipuladores. Manipulam mesmo tanto melhor, bem freqüentemente, quanto mais manipulados são eles próprios e mais inconscientes de sê-lo” (BOURDIEU, 1997, p.21). Nesse sentido, Bourdieu explica que os jornalistas têm *óculos* especiais, “a partir dos quais vêem certas coisas e não outras; e vêem de certa maneira as coisas que vêem. Eles operam uma seleção de construção do que é selecionado” (BOURDIEU, 1997, p.25). Ou seja, o *óculos* do jornalista, sua maneira particular de ver o mundo, é que capta essas estruturas invisíveis que organizam o que é percebido. A partir disso, Bourdieu salienta que o princípio da seleção é a busca pelo sensacional e pelo espetacular, porém, ele chama a atenção para o fato de que, muitas vezes, o que é captado pelos seus *óculos*, não vai ao encontro das expectativas do receptor, que o jornalista julga conhece-lo.

Os jornalistas, *grosso modo*, interessam-se pelo excepcional, pelo que é excepcional *para eles*. O que pode ser banal para os outros poderá ser extraordinário para eles ou ao contrário. Eles se interessam pelo extraordinário, pelo que rompe com o ordinário, pelo que não é cotidiano – os jornalistas cotidianos devem oferecer cotidianamente o extra-cotidiano, não é fácil... Daí o lugar que conferem ao extraordinário ordinário, isto é, previsto pelas expectativas ordinárias, incêncios, inundações, assassinados, variedades (BOURDIEU, 1997, p.25).

A partir daqui, Bourdieu (1997) chama a atenção de outra limitação, que o sociólogo a considera terrível: o *furo*. Ou seja, para ser o primeiro a dar a informação (extraordinária) faz-se praticamente tudo, porém, nessa corrida pelo *furo* e pelo diferente, “acaba-se por fazerem todos a mesma coisa” (BOURDIEU, 1997, p.27), gerando assim uniformização e banalização. Para Bourdieu (1997), o jornalista é uma entidade abstrata, que se difere pelo sexo, idade, nível de instrução, o jornal ou meio de comunicação onde trabalha.

O sociólogo vai ainda mais longe, destacando que se o leitor comprar quinzenalmente os semanários franceses, ele irá encontrar mais ou menos as mesmas manchetes. Outra crítica feita por Bourdieu, é o que poderíamos classificar de uma espécie de esquizofrenia dos jornalistas, que controlam obcecadamente a concorrência, fazendo jornais para os outros jornalistas, e não para o público em geral:

Ninguém lê tanto jornais quanto os jornalistas, que, de resto, tendem a pensar que todo mundo lê todos os jornais. (Eles esquecem que, em primeiro lugar, muita gente não os lê e, em seguida, que aqueles que os lêem lêem um só. [...]) Para os jornalistas, a leitura dos jornais é uma atividade indispensável e o *clipping* um instrumento de trabalho: para saber o que se vai dizer é preciso saber o que os outros disseram. Esse é um dos mecanismos pelos quais se gera a homogeneidade dos produtos propostos (BOURDIEU, 1997, p.32).

Além disso, dentro das próprias redações destina-se um tempo considerável para falar dos outros jornais, observando o que a concorrência fez e que não foi feita pela equipe envolvida, gerando um jogo de espelhos, ou “um formidável efeito de barreira, de fechamento mental” (BOURDIEU, 1997, p.33).

Conforme Bourdieu, esse ciclo não envolve apenas o monitoramento feito pelos jornalistas sobre a concorrência, chegando ao que Traquina classificou de *tribo*

jornalística, ou seja, para além dessa cultura profissional, os jornalistas também vão aos mesmos lugares, encontram-se uns com os outros fora de coberturas, envolvem-se conjugalmente, enfim, há uma verdadeira comunidade jornalística. No entanto, Bourdieu faz uma crítica, salientando que isso pode gerar uma *censura invisível* que pode ser tão cruel quanto a censura de uma burocracia central ou política.

A entrevista coletiva, o comunicado à imprensa não servem para nada; a análise é supostamente aborrecida, e é impossível passá-la em um jornal, a menos que seja assinada por um nome célebre, que faz vender. Para romper o círculo, é preciso proceder por transgressão, mas a transgressão não pode ser senão através da mídia; é preciso conseguir produzir um *choque* que interesse ao conjunto da mídia ou pelo menos a um dos meios de comunicação e que poderá ser reforçado pelo efeito da concorrência (BOURDIEU, 1997, p.32).

Ou seja, um jornal tende a não informar algo que ele sabe que a concorrência não se interessaria, gerando assim, uma censura invisível para determinadas notícias.

Outra crítica feita por Bourdieu (1997), é a urgência e o *fast thinking*, destacando a luta do jornalista contra o tempo dirariamente, e que essa urgência faz com que o jornalista tenha que pensar muito rapidamente, que ele tenha que pensar em muitas coisas em um curto espaço de tempo (*fast thinking*). Entretanto, o sociólogo recorre à Platão:

É um velho tópico do discurso filosófico: a oposição feita por Platão entre o filósofo que dispõe de tempo e as pessoas que estão na ágora, a praça pública, e que estão tomadas pela urgência. Ele diz, mais ou menos, que, na urgência, não se pode pensar. [...] O certo é que há um elo entre o pensamento e o tempo (BOURDIEU, 1997, p.39).

O sociólogo questiona ainda: “é possível pensar com velocidade?” (BOURDIEU, 1997, p.40). A resposta para essa pergunta seria, conforme o mesmo autor, que os jornalistas, que no caso precisam pensar rapidamente, lutando contra o tempo, pensam por *idéias feitas*, ou seja, idéias que são aceitas por todo mundo, banais, convencionais e comuns, “mas são idéias que, quando as aceitamos, já estão aceitas, de sorte que o problema da recepção não se coloca” (BOURDIEU, 1997, p.40). Ou seja, essas idéias já são aceitas tanto pelo emissor, quanto pelo receptor.



Outro aspecto a ser ressaltado é a tendência de desilusão com a profissão que muitos encontram ao se deparar com a realidade do campo jornalístico.

Um jornalista dizia recentemente que a crise dos quarenta (aos 40 anos, descobria-se que a profissão não é de modo algum o que se pensava) torna-se uma crise dos trinta. As pessoas descobrem cada vez mais cedo as necessidades terríveis da profissão e, em particular, todas as pressões associadas ao índice de audiência etc. O jornalismo é uma das profissões em que se encontram mais pessoas inquietas, insatisfeitas, revoltadas ou cinicamente resignadas, em que se exprimem muito comumente (sobretudo do lado dos dominados, evidentemente) a cólera, o asco ou o desencorajamento diante da realidade de um trabalho que se continua a viver ou a reivindicar como *não como os outros* (BOURDIEU, 1997, p.53).

Podemos atualizar essa crítica de Bourdieu, para o fato de que cada mais cedo jovens se desiludem-se com a profissão, não se tornando exagero se falarmos em crise dos vinte. Essa estrutura toda acaba frustrando o sonho idealizador de muitos jornalistas, que diversas vezes não percebem essa estrutura baseada na lógica de mercado.

Essa estrutura não é percebida nem pelos telespectadores, nem pelos jornalistas; eles percebem-lhe os efeitos, mas não vêm a que ponto o peso relativo da instituição na qual se encontram pesa sobre eles, assim como seu lugar e seu peso nessa instituição. Para tentar compreender o que pode fazer um jornalista, é preciso ter no espírito uma série de parâmetros: de um lado a posição do órgão de imprensa no qual ele se encontra, TF1 ou *Le Monde*, no campo jornalístico; em segundo lugar, a sua própria posição no espaço de seu jornal ou de sua emissora (BOURDIEU, 1997, p.57).

Isso é o que Bourdieu chama de peso simbólico, que não é possível ser quantificado. O mesmo vale em relação a empresa jornalística dentro das mais diversas interfaces que envolvem os outros campos, que definem o mercado onde está inserida. Além disso, o sociólogo chama a atenção para certa superficialidade com que jornalistas tratam os acontecimentos: “nem sempre sendo muito cultos, surpreendem-se com coisas não muito surpreendentes e não se surpreendem com coisas espantosas...” (BOURDIEU, 1997, p.61).

É com essa crítica de Bourdieu que encerramos este artigo, esperando que novos estudos sobre o tema continuem surgindo a partir das questões aqui levantadas.



REFERÊNCIAS

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2000.

FILHO, Clóvis de Barros; MARTINO, Luís Mauro Sá. **O *habitus* na comunicação**. São Paulo: Paulus, 2003.

HOHENBERG, John. **O jornalista profissional** – Guia às práticas e aos princípios dos meios de comunicação de massa. Rio de Janeiro: Interamericana, 1981.

MIRANDA, Luciano. **Pierre Bourdieu e o campo da comunicação** – Por uma teoria da comunicação praxiológica. Porto Alegre: EDIPUC, 2005.

PULITZER, Joseph. **A escola de jornalismo na Universidade de Columbia** – O poder da opinião pública. Florianópolis: Insular, 2009.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo** – Volume I – Porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2005.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo** – Volume II – A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2005.