



Da teoria à crítica: diálogo entre Balzac e as teorias do jornalismo¹

Juliana Mastelini MOYSES²

Rafaela Martins de SOUZA³

Universidade Estadual de Londrina, Londrina, PR

O artigo analisa os axiomas levantados por Honoré de Balzac no texto “Monografia da Imprensa parisiense”, século XIX, à luz das teorias do jornalismo, cujos conceitos foram discutidos no século XX. Além do texto de Balzac, a base teórica focaliza a obra de Nelson Traquina. O trabalho estabelece analogia entre as teorias do jornalismo e o texto de Balzac. Dessa forma, é possível demonstrar o quanto o autor foi pioneiro em sua observação da imprensa, já que apontou comportamentos que, em sua época, ainda começavam a ser incorporados com o advento das revoluções industriais.

PALAVRAS-CHAVE: Teorias do Jornalismo; Honoré de Balzac; Jornalismo.

Introdução

Este artigo discute os axiomas propostos por Honoré de Balzac sobre o jornalismo, no texto *Monografia da imprensa parisiense*, e confronta-os com as teorias do jornalismo. O objetivo é levantar a atualidade das concepções de Balzac sobre o jornalismo e as semelhanças destas com o que seria, século depois, fonte de pesquisa para as teorias do jornalismo.

Para tanto, a obra de Balzac será descrita e contextualizada segundo as fases do jornalismo divididas por Marcondes Filho. A seguir, os conceitos das teorias do jornalismo serão revisitados e relacionados às concepções de Balzac.

Em *Monografia da imprensa parisiense*, Honoré de Balzac traça um diagnóstico de como se configura os homens de imprensa de sua época, os jornalistas. Sua monografia sobre a imprensa é, na verdade, uma monografia sobre aqueles que ocupam os cargos nos jornais. O autor encaixa todos os jornalistas em dois gêneros *Os publicistas* e *Os*

¹ Trabalho apresentado no IJ 1 – Jornalismo do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul realizado de 31 de maio a 2 de junho de 2012. O artigo é fruto de um trabalho realizado para a disciplina de Teoria do Jornalismo ministrada pelo professor doutor Sílvia Ricardo Demétrio na Universidade Estadual de Londrina (UEL).

² Graduanda do curso de Comunicação Social – Jornalismo da UEL, email: jumastelinimoyses@gmail.com

³ Graduanda do curso de Comunicação Social – Jornalismo da UEL, email: rafaelamartins1990@hotmail.com



críticos. Estes dois gêneros são, por sua vez, divididos em inúmeras categorias divididas também em subcategorias que, na concepção de Balzac, descrevem a dinâmica da imprensa de Paris.

Balzac faz uma análise da situação da imprensa e das publicações francesas de seu tempo. Utilizando-se de axiomas, o autor procura caracterizar os “tipos” que se dedicam a tal atividade. Com seu estilo ácido e irônico o autor destila uma forte crítica ao modo como ela estava organizada. Muitas das críticas balzaquianas podem ser explicadas pelas diversas teorias do jornalismo que só vieram a ser elaboradas um século depois de sua obra.

Concepções de Balzac e as teorias do jornalismo

Balzac se propõe a estudar as limitações a que são vítima os homens das letras de Paris. Homens esses que ocupam cargos na imprensa, da qual ele próprio fez parte. Seu talento literário voltou-se sobre o próprio meio jornalístico que ele observou por debaixo de uma lupa infernal. Balzac se mostra saudosista com relação a um tempo em que os grandes literatos tinham espaço na sociedade. Espaço que foi sendo perdido para os jornalistas.

Ciro Marcondes Filho (2001) divide o jornalismo em cinco fases. A primeira é chamada de pré-história do jornalismo, é a fase artesanal. De 1789 a 1830 temos o primeiro jornalismo, conhecido como político-literário, e a partir de 1830 o jornalismo de massa. É no jornalismo político-literário em transição para o jornalismo de massa que Balzac se insere com sua crítica ao jornalismo que estava roubando espaço da literatura e estava se alterando.

Todas essas categorias, segundo ele, mantêm entre si o caráter de não possuir qualquer caráter. Na tentativa de explicar a imprensa, ele descreve as funções exercidas dentro do jornal. O autor mostra, assim, como é importante se levar em consideração os aspectos que compõem um todo na tentativa de entendê-lo. As teorias estruturalista e etnoconstrucionista assumem, mais de um século depois, essa visão de que as notícias são construções narrativas marcadas pela cultura tanto dos profissionais, como Balzac descreve, como da sociedade na qual estão inseridos. Os aspectos pessoais são apenas um dos pontos que influenciam na construção das notícias, mas, como tal, precisam ser levadas em consideração na tentativa de compreender como a realidade se dá.



Os publicistas

Balzac divide os homens das letras em dois gêneros: os publicistas e os críticos. O primeiro deles é o publicista, nome que já foi dado aos grandes escritores, que carregavam a missão quase de profetas, mas que em sua época diz respeito a qualquer um que escreva e “faça” política, preocupado com questões fugidias da atualidade. Para Balzac, essa figura do “pastor de idéias” estava sendo substituída por vários subgêneros de pessoas que faziam da escrita um jogo político e uma mera atividade de relato da atualidade.

Isso, mais do que características pessoais desse gênero nesta ou naquela época, diz respeito aos rumos que o jornalismo vai tomando ao longo dos anos. Quando a atividade se populariza, no chamado 2º jornalismo ou imprensa de massa, e se volta para o lucro, os jornalistas têm que se adequar às exigências do mercado, e sua própria obra se torna produto deste. Todas as alterações na concepção do jornalismo ainda não estavam muito aparentes na época de Balzac, mas já mostravam sinais, tanto que o autor se põe a falar da sua realidade.

Mais de um século e meio depois, essa mesma crítica de Balzac sobre os publicistas, aparentemente saudosista, pode ser escutada daqueles que acompanham os textos dos periódicos. Os assuntos são tratados na maioria das vezes de forma superficial e seguindo sempre os mesmos esquemas, que atraem novos leitores acostumados com a nova dinâmica do mundo, mas que afastam leitores mais experientes, acostumados com um material melhor produzido.

Como se observa hoje, a qualidade rende cada vez mais espaço para o fator tempo, e o “publicista é agora um homem ocupado com os compassos flutuantes da Atualidade”, não mais um “pastor de idéias” (BALZAC, 2004, p. 31). A teoria etnoconstrucionista do jornalismo levanta a importância que a ordem do tempo exerce sobre o fazer jornalístico. O tempo talvez seja um dos fatores que mais influencie a produção da mídia. Isso acarreta uma valorização do tempo em detrimento da qualidade da informação.

O ritmo do trabalho jornalístico, o valor do imediatismo, a definição do jornalismo como relatos atuais sobre acontecimentos atuais, têm como consequência uma ênfase nos acontecimentos e não nas problemáticas. Os acontecimentos estão concretamente enterrados na teia de faticidade (Tuchman, 1978), ou seja, o tradicional quem, o que, quando, onde, como e por que do *lead* tradicional. (TRAQUINA, 2004, p. 98)



O primeiro tipo de publicista que Balzac descreve é o jornalista, sendo que a primeira variedade deste é o diretor e proprietário do jornal. Este é o homem que detém o poder dentro da redação. Ele é “publicista por aquilo que não escreve” (BALZAC, 2004, p. 22). Está nas mãos do chefe a decisão se determinado texto será publicado ou não. Para ser o chefe do jornal, não basta apenas dinheiro, Balzac fala que é necessário possuir certas características que geralmente pessoas de talento não têm.

As decisões de publicar ou não um texto competem ao chefe e exprimem suas concepções pessoais do que deve ou não tornar-se público. Essas questões pessoais foram a base de análise da primeira teoria do jornalismo, que surgiu nos anos 1950, a teoria do *gatekeeper*. Segundo ela, o processo de produção jornalística se dá a partir de escolhas pessoais do jornalista, o *gatekeeper*, que é a pessoa dentro da redação que filtra qual notícia passará tal qual aponta Balzac.

Outro fenômeno que o escritor aponta é o de falência de inúmeros pequenos jornais que foram fechados por conta de interferências políticas e de interesses de grandes empresários. Segundo Balzac, a pretensão era monopolizar redes de comunicação fazendo com que elas atingissem públicos maiores e passassem informações cada vez mais padronizadas. O século XIX se caracterizou pelo “boom” da industrialização, a imprensa deste período caminhava para a massiva, como aponta a divisão em fases do jornalismo de Ciro Marcondes Filho (2001).

Este fenômeno que começava a acontecer e foi apontado de forma sagaz por Balzac culminou em um dos focos de estudo da hipótese da *agenda setting*, que nada mais é do que uma sociologia das notícias. Segundo ela, a mídia não é necessariamente capaz de determinar o que o público irá pensar, mas pelo menos o assunto sobre o qual ele falará ou discutirá. Isso é alcançado pela forma com que as notícias são selecionadas e dispostas e pelo número de vezes que determinado tema é abordado.

Mais adiante o autor afirma que o jornal “deve ser uma reunião de homens de talento” (BALZAC, 2004, p. 25). Porém, “na maior parte do tempo, o diretor fica com ciúmes das pessoas de talento que lhes são necessárias, cerca-se então de pessoas medíocres que o bajulam e lhe fazem seu jornal bem barato” (BALZAC, 2004, p. 25). À parte o nítido rancor balzaquiano, as teorias do jornalismo se preocupam também com a hierarquia que existe dentro da redação, pois ela também determina o teor das notícias.

A teoria organizacional, a primeira a se preocupar com esse viés, explica que existe uma série de comportamentos e fatores que vão determinar a forma como o jornalista se



encaixa dentro da política editorial da empresa em que trabalha. Fatores como a aspiração em obter cargos de maior destaque ou de cobrir editorias de maior interesse, o medo de sanções como cortes e modificações de seus textos, entre outros. O poder dos diretores é, então, exercido de maneira sutil. O jornalista se encaixa quase que inconscientemente na política editorial.

O segundo tipo de jornalista apontado por Balzac é o tenor, chamado assim porque acredita ser o “dó de peito do jornal”. O tenor é quem escreve artigos sem os quais o público não vive. Há dois tipos de discursos dos tenores do jornal: o de oposição e o ministerial. O de oposição, seja o que for que o governo faça, tratará de criticar e aconselhar o governo. O tenor de artigos ministeriais, ao contrário, faça o que fizer o governo, irá louvá-lo. Alguns meios de comunicação de direita e de esquerda brasileiros assumem essa característica descrita por Balzac, se aliar cegamente à oposição ou à situação, mas de maneira velada.

Essa concepção de que os meios, ou as pessoas que definem os caminhos dos meios de comunicação, estão a serviço de uma ideologia política também foi levantada pela teoria de ação política. No século XX, quando as teorias de ação política são criadas, a configuração geopolítica mundial era: capitalistas de um lado e comunistas do outro. Na versão de esquerda desta teoria, os mídias são instrumentos na manutenção do *status quo* e do sistema capitalista. Para aqueles que se alinham mais à direita, os mídias são utilizados para confrontar o capitalismo. A diferença entre as duas, de direita e de esquerda, é que a de direita vê no jornalista um sujeito ativo, que defende no jornal suas próprias concepções anti-capitalistas. Já para a versão de esquerda, o jornalista é mero transmissor da mensagem.

Na concepção de Balzac, se a pessoa que assume a função do tenor do jornal for “superior”, ela se desliga dela. Caso contrário, torna-se medíocre. Porém, Balzac acredita que os tenores já nasceram medíocres e expressam nos seus textos, muito mais a opinião da massa de leitores do que sua própria opinião. Eles, para Balzac, escrevem aquilo que o assinante quer ler, com o intuito claro, mesmo que o autor não o diga, de agradar o público e manter as assinaturas.

Nessa possível mudança dos tenores em direção à mediocridade quando assumem tal função, Balzac mostra a influência que o meio exerce sobre o profissional, que até entrar em contato com a função era “superior”. A teoria organizacional se lança na tentativa de mostrar essa influência que o ambiente do jornal exerce nos profissionais e até que ponto ela influencia no produto jornalístico.



Para tal teoria e como fica implícito na descrição de Balzac, o jornalista aprende as concepções da empresa por “osmose”. Estas concepções editoriais, muito mais que concepções pessoais, conformam os jornalistas nas suas atividades diárias.

Balzac fala que quanto mais sofisticado for um jornal, menos sucesso ele tem, isso porque ele seria compreendido por poucos. Sendo assim, o jornal com mais assinantes é também o jornal com menos conteúdo.

Além disso, quanto mais assinantes tem um jornal, mais pessoas serão influenciadas por ele, ou como diz Balzac referindo-se a um texto de um tenor: “esta frase única, combinada de três formas, é suficiente todas as manhãs para que os franceses formem uma opinião sobre todos os acontecimentos possíveis”. (BALZAC, 2004, p. 44).

Aqui, o autor vai ao encontro do que mais tarde seriam as teorias funcionalistas da comunicação. Para tal concepção, os meios de comunicação ocupam papel central na sociedade e influenciam de maneira direta a vida e o comportamento das pessoas. Segundo a teoria hipodérmica, uma de suas vertentes, as mensagens dos meios de comunicação atingem as pessoas de forma vertical, como uma agulha hipodérmica. Assim, todas as pessoas teriam as mesmas reações, as reações esperadas, às mensagens da mídia.

O terceiro tipo de jornalista é o fabricante de artigos de fundo. Ele, segundo Balzac, tem mais valor que o tenor, pois conserva retidão nas suas idéias. Este profissional é o responsável por escrever matérias especiais, estudando para tanto, a alta ciência. É aquele que procura se informar por todas as versões e procura a verdade. Menos prestigiado que os outros se preocupa em sempre estar atento, elogia quando deve elogiar, critica quando deve criticar. Os artigos de fundo que escreve fazem falta nos jornais, que se enchem de vazios. Privilegia-se a rapidez em detrimento da qualidade, busca-se agradar ao maior número de público em detrimento do conteúdo das informações transmitidas.

O Mestre-Jacques do jornal é o quarto tipo de jornalista que Balzac descreve, ele é o responsável pelas notícias breves. Ele também fica incumbido de arranjar os textos na página e selecionar, junto ao chefe do jornal, aquilo que será publicado ou não. Às vezes aparece um anúncio, um espaço para o governo e sua matéria é deixada de lado. Balzac aponta que este profissional define as chamadas e as notícias curtas que serão desmembradas e repercutidas no dia seguinte e por isso ele é de grande importância na visibilidade que os meios dão a determinado assunto ou pessoa. Ele está atento ao que é de interesse do leitor e, portanto pode falsear informações na busca do lucro. Para



Balzac, a aparição na mídia pode fazer “o ministério recuar diante da opinião pública” (2004, p. 55). O Mestre-Jacques tem grande importância no jornal, já que as notícias breves, aquelas muitas vezes condicionadas pelo tempo e que prezam por outros motivos que pela qualidade, são as que exercem grande estrago nas eleições.

Voltando à teoria funcionalista já citada, Paul Lazarsfeld altera um pouco o seu determinismo com a concepção da comunicação em dois sentidos. Segundo os estudos de Lazarsfeld, os meios não conseguem determinar em quem as pessoas vão votar, mas a mensagem surtirá efeito se for corroborada por alguém de dentro da comunidade. Ou seja, as pessoas “aceitam” aquilo que os meios de comunicação propõem desde que de acordo com suas próprias visões.

O quinto tipo de jornalista é o camarilhistas, responsável por acompanhar as reuniões da Câmara e depois dar-lhes o formato do seu jornal. Cada camarilhistas dá à realidade que assistiu na sessão na câmara, a cor que lhe é favorável. Cada um atenta para um fato, um aspecto. Nesse sentido, Balzac fala que assistir à reunião da Câmara é como escutar uma orquestra inteira tocando. Já ler cada jornal é como escutar cada instrumento tocando a sua voz separadamente, lê-los todos juntos não é o mesmo que escutar a orquestra completa tocando. Para Balzac, o jornal que se compromettesse a transmitir o concerto inteiro teria grande sucesso.

Porém, de acordo com as concepções pós-modernas de Stuart Hall, não se pode transmitir os acontecimentos assim como eles se mostram na realidade, o concerto inteiro de que fala Balzac. De acordo com Mouillad, a mídia transmite os acontecimentos através de uma moldura pela qual deixa os acontecimentos serem vistos. É através desta moldura que Balzac coloca os camarilhistas. Para Hall, os meios não transmitem os acontecimentos, mas sim narrativas sobre os acontecimentos que carregam características que se ligam à realidade, por isso Balzac diz da música separada em cada jornal.

O autor usa de toda sua acidez para denunciar a manipulação dos discursos políticos feitos pelos camarilhistas. Os padrões de manipulação dos quais a imprensa se utiliza, levantados por Perseu Abramo (2003), podem ser comparados ao apontamento do autor. São estes: padrão de ocultação, quando fatos são omitidos, no caso, partes do discurso; padrão de fragmentação, os fatos são descontextualizados e recortados; padrão de inversão, os fatos são reorganizados da maneira que interessa; padrão de indução, o redator acaba por criar argumentos que levem o leitor a concordar com ele, mesmo que não sejam baseados nos fatos da maneira como aconteceram.



O segundo publicista é o homem de estado, cuja primeira variedade é o homem político. O homem político é o profeta do seu jornal mais por aquilo que ele não diz, do que aquilo que diz. Ele permanece sempre no seu santuário, as pessoas vão ao seu encontro e ele é louvado por onde vai. Este é o homem que, por deter poder político, adquire uma influência sobre determinado jornal e se torna como que um censor. Ele exerce poder sobre os empresários donos do jornal e, portanto acaba pautando o que pode ou não entrar nas páginas.

A segunda variedade do homem de estado é o agregado. Este é aquela pessoa que muitas vezes não tem cargo algum no jornal, mas vive com convicções por um sistema no qual acredita e que compactua com as idéias do jornal e luta por elas. Assim “*são sempre conhecidos pela energia de seus princípios*”. (BALZAC, 2004, p. 65).

A terceira variedade é o agregado desligado. Este é aquele agregado que não é fiel a uma política de um determinado jornal. Ele pula de lado em lado conforme seus interesses. A última variedade é o político de brochuras. São os homens que expressam por meio dos folhetos os acontecimentos que lhes inspiram.

Passa-se agora ao terceiro publicista: o panfletário. Balzac fala que o verdadeiro panfleto é uma obra de alto talento e deveria exercer a função de denúncia, de dar voz a quem precisa, de dar visibilidade a uma situação de injustiça. “O poder que dorme em enganosa segurança, só compreenderá seus erros contra a inteligência à luz de um incêndio iniciado por algum pequeno livro.” (BALZAC, 2004, p. 61).

O quarto tipo de publicista é o nadólogo, ou vulgarizador. Como o nome diz, ele é o responsável por transformar uma idéia em lugar-comum e encher várias páginas de nada, sempre com a aparência de profundidade. Aquele que se esconde em uma imagem de intelectual, mas na verdade é vazio. Ele usa termos bonitos que agradam o homem de instrução média justamente porque não o faz pensar. É apenas simplista e segue o gosto preguiçoso do leitor de entender tudo da maneira mais “mastigada” possível. Balzac fala que quanto menos idéias se tem, mais longe se vai.

O próximo publicista é o publicista de carteira, uma mistura de homem político com nadólogo. Seria uma posição transitória entre aquele falso intelectual, sofista, que ganha prestígio com o cidadão médio justamente pelo seu discurso vazio, porém, no momento em que ele consegue ascender politicamente, passa a ser censor da imprensa. Ele é publicista por seus discursos, conversas nos salões e cursos na universidade.

A sexta variedade de publicista é o escritor monobíblia. Ele satisfaz a busca de inteligência da burguesia, pois, como ela quer tudo bem barato, encontra nele o que



precisa: um livro ao mesmo tempo moral, filosófico, governamental e filantrópico, que se torna seu apoio. Esses são os homens que conseguem ascender após terem feito apenas um discurso ou apontamento. São burgueses médios que querem dispor da educação que tiveram e dos bens que possuem como forma de ascender politicamente.

O tradutor é o sétimo tipo de publicista. Balzac conta que em um momento anterior, cada jornal possuía um redator específico para traduzir notícias estrangeiras. Mas no momento não existem nem os tradutores de cada jornal, nem os correspondentes internacionais. As notícias estrangeiras são as mesmas em todos os jornais, salvo uma exclusividade de um ou outro quando bem pago. Esses poucos homens pautam toda a imprensa e fazem com que as notícias sejam dadas de maneira planejada e em larga escala. Este também é um foco de estudo da *agenda setting*. Balzac parece descrever a realidade que vivemos hoje, na qual quatro agências de notícias internacionais passam suas mesmas versões a todos os lugares do mundo.

O próximo tipo de publicista é o autor com convicções, cuja primeira variedade é o profeta. O profeta é aquele que se lança a se portar como tal no jornal recorrendo a um “deus” ou a um homem já morto cuja doutrina faz referência e chama-o de mestre. À luz dessa doutrina, o profeta soluciona, teoricamente, qualquer problema e guia a opinião pública, aplacando os ânimos por meio de seu positivismo. Nos meios de comunicação brasileiros, temos vários profetas, que se lançam a apresentar soluções para tudo, indistintamente.

Se o primeiro tipo de autor com convicções é o profeta, o segundo é incrédulo, homem partidário de idéias. Como diz Balzac, se o profeta vê anjos, o incrédulo faz os anjos serem vistos pelo público, mesmo que para isso tenha que maquiagem a realidade.

O sectário é a terceira variedade do autor com convicções. Ele é entusiasmado com aquilo que faz e sua paixão pelo mestre é tamanha que enfrenta qualquer dificuldade. O sectário acredita e fará tudo para defender suas idéias. Balzac dá alguns anos para que esses três tipos de autores desapareçam, tomando outros rumos na vida.

Os críticos

Na primeira parte do texto, Balzac caracteriza o publicista, primeiro gênero dos homens das letras. Na segunda parte, o autor descreve o crítico, um escritor frustrado que, por sua impotência como autor, se lança à crítica. Se antes os críticos eram pessoas experientes e instruídas, a partir do século XIX eles passam a se dedicar a essa função apenas com um conhecimento raso. A crítica, segundo Balzac, assim, não é mais a



mesma, ela serve de sustentação para as empresas de comércio de livros que, pagando, colocam ali o que quiser. Para a caracterização do crítico, Balzac usa cinco subgêneros: o crítico da nobreza antiga, o jovem crítico louro, o grande crítico, o folhetinista e os pequenos jornalistas.

O crítico da nobreza antiga dedica sua vida às letras e só é encontrado no jornal dos sábios. Seus textos se limitam sempre a dizer a favor, sobre ou contra um determinado tema. É aquele de estilo polido. Quando é obrigado a escrever sobre determinada obra sem gostar, apenas por interesse do jornal, opta por falar *sobre*. Dessa maneira não se trai, elogiando, e também não contraria a política editorial falando contra. É um jeito de se moldar subjetivamente à política da empresa como apontam as teorias organizacionais.

O jovem crítico louro é o segundo tipo de crítico. A primeira variedade dele é o negador. Um purista que nega o estilo, nega o plano, nega tudo o que é e elogia o que não é. A segunda variação deste crítico é o farsante, que escreve sobre tudo, sem saber de nada a respeito. A terceira variação é o incensador, aquele que é responsável por render os elogios. Seus comentários são agradáveis às pessoas sobre as quais dizem respeito. Porém, o público percebe suas características e abandona sua leitura.

Balzac mostra aqui que o público não é tão ingênuo quanto possa parecer, e como ele próprio descreve em alguns momentos do texto. O público é autônomo e sabe discernir entre aquilo que é coerente ou não. Stuart Hall, ao ampliar o modelo de circulação da notícia de Shannon e Weaver se lança a entender a relevância que têm os receptores da notícia na sua aceitação e compreensão. Hall mostra a importância que tem a recepção da mensagem. A partir desta concepção, seria impossível pensar em comunicação de massa, já que as pessoas não recebem as mensagens de igual maneira, mesmo que a mídia se lance a atingir a todos indistintamente.

O segundo tipo de crítico é o grande crítico, dividido entre o executor de grandes obras e o eufuista. O primeiro se resume em tédio. Sua vantagem é ter um bom conhecimento tanto dos assuntos como da língua e da escrita. Ele não escreve sobre todos os livros, se ocupa apenas de alguns, com os quais é impiedoso. O eufuista é aquele que possui um estilo frio e sabe sobre o que escreve, no entanto, movido por certa inveja, é sempre desdenhoso, valoriza os gênios do passado já mortos e se recusa a superestimar novos talentos.

O próximo crítico descrito por Balzac é o folhetinista. É aquele que possui “status”, é sempre convidado para os eventos e negligencia grandes obras em prol dessas regalias.



Ele é bem vindo e esperado nos meios artísticos. Balzac faz uma crítica ao destaque que era dado ao teatro, muito à moda naquele período, em detrimento dos livros. Balzac fala que o folhetim é a seção do jornal que não pode faltar, como hoje também o são as colunas sociais e páginas de variedades.

É interessante o termo que Balzac usa para classificar o que depois seria conceituado como Indústria Cultural: *peças manufaturadas hoje, como meias ou panos de prato*. Percebe-se, assim, o papel que é dado à economia como uma das definidoras do jornalismo. Mais tarde, a teoria organizacional vai mostrar essa importância que a economia tem no jornalismo, o qual também é um negócio. Todas as empresas jornalísticas, mais cedo ou mais tarde, com a exceção das empresas públicas, vão ceder à tirania do balanço econômico final, ou seja, à comparação entre os custos e as receitas (TRAQUINA, 2004, p. 78).

O último dos críticos é o pequeno jornalista, o qual está presente em todos os jornais. Segundo Balzac, as variedades desse subgênero pertencem, em sua maioria, a pequenos jornais. Os bravos são aqueles que antes de examinar uma obra já destroem-na, eles comumente caluniam e difamam e não são punidos por isso. Balzac fala que as pessoas não percebem mais como antes as calúnias presentes nos jornais, tal a influência dos jornais na literatura.

Nelson Traquina, citando Molotch e Lester, autores da teoria etnoconstrucionista, fala que ao dar visibilidade para um fato, aparecem também os interesses que estão por trás de parte significativa dos acontecimentos. É a partir dessa intencionalidade que Traquina fala do reconhecimento, por Boorstein, da crescente presença de *pseudo-acontecimentos* na imprensa.

A segunda variedade do pequeno jornalista é o embusteiro, aquele que “zomba por zombar, calunia com a opinião pública por erro” (BALZAC, 2004, p. 130). Ele escreve sobre qualquer coisa que presencia, sempre zombando de tudo.

A terceira variedade do pequeno jornalista é o pescador de linha. Tal jornalista é pago por linha que escreve, dependendo do número de assinantes do jornal. Ele, portanto, vive do que ganha com sua linha. Os dois últimos pequenos jornalistas são o autônomo e o guerreiro.

Balzac, nas descrições que faz, mostra uma visão dura, porém verdadeira, da imprensa que serviu ao século XIX e continua servindo aos dias atuais. Com um ranço machista, ele afirma:



a imprensa, como a mulher, é admirável e sublime quando conta uma mentira. Não o deixa em paz até tê-lo forçado a acreditar nela, e emprega as maiores qualidades nesta luta onde o público, tão tolo quanto um marido, sucumbe sempre (2004, p. 165).

Considerações finais

O que mais impressiona no livro de Balzac é o fato de seus apontamentos soarem, embora um pouco carrancudos, muito atuais e verdadeiros sendo possível até mesmo compará-los às teorias do jornalismo que foram desenvolvidas no século seguinte.

Na década de 1950, surgem as teorias que abandonam a idéia de notícia como espelho da realidade. O jornalismo é visto a partir de então por seu viés ideológico, não mais como o “salvador da pátria”. As notícias não representam a realidade, mas são distorções desta. Cada uma das teorias do jornalismo, então, vai se propor a encontrar razões para isso.

Essa distorção que a notícia sofre com relação à realidade é explicada, na maioria das vezes, pelas mudanças que o jornalismo sofreu quando o jornal se torna uma empresa, tomando para si características capitalistas, o que ocorre a partir de 1830 com o 2º jornalismo.

Isso só será refletido e base para pesquisas, como já dito, a partir de 1950. Antes disso, não se pensava em distorção das notícias, já que era quase natural o jornalismo como expressão da realidade.

Balzac transmite as concepção sobre os jornais de sua época na França. As questões são bem pontuais e dizem respeito à fase em que o jornalismo ainda transitava entre político-literário e massivo. Porém, nesse contexto, um século antes de surgirem as teorias do jornalismo, Balzac pensou o jornalismo como decadente e arbitrário, adiantando uma série de questões que seriam discutidas mais tarde.

REFERÊNCIAS

ABRAMO, Perseu. **Padrões de manipulação da grande imprensa**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2003.

BALZAC, Honoré de. Monografia da imprensa parisiene. *In: Os Jornalistas*. Rio de Janeiro: Ediouro, 2004.

HALL, Stuart. Codificação/Decodificação. *In: Da Diáspora: identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2009.

MARCONDES FILHO, Ciro. **A saga dos cães perdidos**. São Paulo: Hacker Editores, 2001.



MOUILLAD, Maurice. A crítica do acontecimento ou o fato em questão. *In*: PORTO, Sérgio Dayrell (org). **O jornal**: da forma ao sentido. 2ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2002. p. 49-83.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**. Florianópolis: Insular. 2004.