



## **O NASCIMENTO DO JORNALISMO MODERNO**

### **Uma discussão sobre as competências profissionais, a função e os usos da informação jornalística**

**Josenildo Luiz Guerra\***

A concepção hegemônica de jornalismo, que também pode ser chamada de concepção moderna, institucionaliza-se concomitantemente com o próprio movimento civilizatório nascido e desenvolvido na Europa desde o século XVII e cujo modelo firma-se como padrão de vida nas sociedades ocidentais no século XIX. Esse período é marcado pelo início e consolidação do programa moderno de civilização, o Iluminismo. Resumidamente, as características desse programa são a afirmação do indivíduo com autonomia diante de qualquer esfera de poder, em virtude de uma faculdade humana universal: a razão. O indivíduo, ao fazer uso da razão, disporia de toda a capacidade de discernimento para conduzir a tomada de suas próprias decisões, emancipando-se de qualquer tipo de tutela que lhe fosse heteronômica.

Individualidade, razão e emancipação, três pilares do programa Iluminista, vão estar na base de uma série de transformações ocorridas na Europa, que operam uma revolução cultural no velho mundo. Na economia, a atividade agrária perde poder e prestígio para o comércio e a indústria, estes conduzidos pelas novas elites burguesas. Na política, os regimes absolutistas são superados pelas democracias liberais. Na ciência, os avanços do conhecimento nas áreas de exatas e da natureza impulsionam o desenvolvimento tecnológico. Na filosofia e ciências sociais, o homem, suas potencialidades e limites nas mais diferentes esferas da vida, torna-se objeto ele mesmo de profunda reflexão pelos pensadores da época.

Esse ambiente de grande efervescência cultural produzirá as grandes matrizes de pensamento que vão estar na base da formação da atividade jornalística. A liberdade de expressão, por exemplo, que até então era objeto de sérias restrições por parte ora das monarquias ora da igreja, será um direito inalienável quando o liberalismo torna-se a força

---

\* Jornalista, professor da Universidade Federal de Sergipe e doutorando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia.

política e econômica hegemônica. No entanto, é prudente reconhecer que esse movimento não foi um vento civilizador e homogeneizador que varreu o ocidente como um todo. Ele nem atingiu a todos, embora se deva reconhecer o seu progressivo alastramento com o passar do tempo, nem teve os mesmos efeitos sobre aqueles que alcançou. Essa é uma observação importante porque as dissidências do projeto moderno, sejam elas existenciais ou programáticas<sup>1</sup>, serão objeto de contestação desse modelo de sociedade e, por consequência, das matrizes dele derivadas que foram aplicadas ao jornalismo.

O jornalismo moderno<sup>2</sup>, que resulta em parte desse processo, tem suas bases construídas no século XIX. No entanto, suas origens podem ser identificadas em algumas práticas comuns existentes já a partir do século XVI. Na Itália, haviam os *menanti*, noticiaristas que organizavam para príncipes e negociantes serviços regulares de correspondências manuscritas, conhecidas como *avvisi*. Eram sediados em Veneza, ponto de entroncamento comercial, estratégico portanto para a difusão desses escritos. Ainda nesse período surgem as *gazettas*<sup>3</sup>, folhas volantes impressas, que relatavam acontecimentos importantes como batalhas, festas, cerimônias fúnebres da nobreza e avisos. Com outra temática, o relato de fatos sobrenaturais, crimes, catástrofes e qualquer acontecimento extraordinário, surgem os *canards*, na França<sup>4</sup>. E também os primeiros *libelos* que alimentavam polêmicas religiosas e políticas.

Na breve síntese dessas primeiras manifestações jornalísticas – *avvisi*, *gazetta*, *canards* e *libelos* – é possível identificar as três matrizes de produtos jornalísticos que irão se desenvolver até os nossos dias: a noticiosa (nas duas primeiras), a do *fait divers* (os *canards*) e a da opinião (o *libelo*)<sup>5</sup>. E cada uma dessas matrizes de produtos exigiam da parte de seus produtores competências específicas. Do ponto de vista do produto, a matriz noticiosa seria caracterizada basicamente pelo registro de fatos oficiais, econômicos, festivos, políticos, entre

---

<sup>1</sup> Por “existenciais” deve-se entender os comportamentos que, por razões as mais diversas, não foram tocadas pelos valores iluministas. Eles não se convertem numa contestação racional ao programa, mas uma contestação no estilo de vida adotado. Por programáticas, deve-se entender então as divergências racionalmente formuladas, decorrentes de concepções diferenciadas do modelo hegemônico, relativas aos seus conceitos básicos, a individualidade, a razão e a emancipação.

<sup>2</sup> Jornalismo moderno na gestão empresarial e na afirmação das prerrogativas, como a liberdade de expressão. Mas do ponto de vista do conteúdo, o sensacionalismo será em boa medida uma afirmação da irracionalidade, do encantamento e esoterismo do mundo pré-moderno, feudal.

<sup>3</sup> As gazetas eram chamadas *relationes*, em latim; *occasionnels*, na França; *zeitung*, na Alemanha; *gazettes* ou *corantas*, na Itália (Albert e Terrou, 1990, p.5; cf. tb. Emery, 1965, p. 14).

<sup>4</sup> O mais antigo *canard* surge na França, em 1529 (Jeannéney, 1996, p.20). Albert e Terrou (*Op. cit.*) usam a nomenclatura *pasquim* para designar *canard*.

<sup>5</sup> Cf.: Jeannéney, *op.cit.*, p. 21)

outros. A matriz do *fait divers*, pela abordagem de fatos sensacionais, de forte apelo emotivo. A rigor, ambas são na sua essência informativa, diferenciando-se sobretudo em dois aspectos: o estilo discursivo e a temática dos fatos abordados. Assim, a combinação estilo discursivo mais sóbrio, tendo os fatos do cotidiano como objeto, caracterizava a modalidade noticiosa; o estilo mais dramático, com enfoque nos fatos extraordinários, caracterizava o *fait divers*.

Do ponto de vista das competências exigidas, para cada uma das matrizes, poder-se-ia apresentar o seguinte esquema:

Quadro 1 – As diferentes competências no âmbito da matriz informativa

| Competências      | Matrizes Informativas                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                   | Noticiosa                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Fait Divers                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>COGNITIVA</b>  | Domínio das áreas temáticas voltadas para o cotidiano, como os fatos relativos às ações da nobreza, da economia, das festas, etc. E conseqüentemente a capacidade de discernimento entre os diversos fatos ocorridos daqueles que tenham relevância relativa tanto às áreas em questão quanto às expectativas dos indivíduos em relação a eles, e que seriam portanto objeto das notícias. | Domínio das áreas temáticas que abranjam os fatos excepcionais, nas suas diversas manifestações, como crimes, fenômenos sobrenaturais, catástrofes, etc. E conseqüentemente a capacidade de avaliar a relevância dos fatos ocorridos nesse âmbito em relação aos temas similares e em relação à expectativa dos indivíduos por eles interessados. |
| <b>DISCURSIVA</b> | Estilo sóbrio, com ênfase na descrição e narração dos fatos. Por estilo sóbrio não significa que não houvesse adjetivações, mas o predomínio do registro fático.                                                                                                                                                                                                                           | Estilo dramático, voltados à descrição e narração dos fatos, com ênfase nos tipos envolvidos na estória.                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>DE CONDUTA</b> | Não havia um padrão de conduta definido. Na maioria das vezes, as informações é que chegavam aos ouvidos dos editores, em função de não haver o trabalho sistemático de busca e seleção.                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |

Essa breve caracterização está longe de representar com precisão a diversidade dos produtos jornalísticos da época. Contudo, a sua intenção não é ser necessariamente fiel na caracterização das competências daquele período de formação da atividade jornalística, mas de indicar as marcas que vão se constituir, aos poucos, nas referências pelas quais os praticantes do jornalismo irão se orientar. Portanto, muito mais do que fidelidade à classificação das competências naquelas práticas, o objetivo é sistematizar um conjunto de competências que estarão na origem do processo de profissionalização pelo qual a atividade irá passar, adiante.

Duas pequenas observações se fazem necessárias aqui: a primeira, nessas duas modalidades de jornalismo informativo, os fatos não deixam de ser o objeto dos discursos, que se pretendem verdadeiros em relação a eles<sup>6</sup>; a segunda, ambas as modalidades se pautam pela noção de relevância para selecionar os fatos abordados, contudo, a noção de “relevância” entre elas é distinta. E isso não significa nenhum tipo de contradição, como se pretende mostrar adiante.

A matriz opinativa, surgida com os *libelos*, terá um desenvolvimento extraordinário na esfera política. Calúnias e difamações à parte, o chamado “jornalismo político” se constituiu num grande fórum de debates de idéias, e será um dos traços marcantes da definição de “esfera pública burguesa”, de Habermas<sup>7</sup>. Nesta modalidade, não são os fatos o eixo em torno do qual o discurso se estrutura, mas a tese pela qual o autor busca explicá-los. Por isso, quando a Europa e os Estados Unidos experimentam momentos de instabilidade política, a prática do jornalismo opinativo torna-se decisiva no processo de convencimento a arregimentação de indivíduos para abraçarem as causas liberais, das liberdades individuais, políticas e econômicas. As competências requeridas poderiam ser assim definidas:

---

<sup>6</sup> Sobre os *fait divers*, contudo, sempre pairou dúvidas e suspeitas sobre a realidade dos fatos relatados. Para Jeannéney, “os canards levam ao conhecimento de um vasto público todas as notícias, verdadeiras ou imaginárias, que podem estimular a imaginação ou a sensibilidade: as inundações, os terremotos, as aparições miraculosas que polulam nesta época (século XVI) e sobretudo os crimes espetaculares que apaixonam o público”(Idem, p. 20)

<sup>7</sup> Cf.: Habermas, 1984.

Quadro 2: Competências na matriz opinativa

| Competências      | Matriz Opinativa                                                                                                                                                                                                          |
|-------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>COGNITIVA</b>  | Domínio dos princípios que orientavam os regimes políticos em disputa, e das alternativas que se apresentavam conforme cada um. Conhecimento dos atores e de suas ações. Conhecimento das questões econômicas envolvidas. |
| <b>Discursiva</b> | Estilo polêmico e textos argumentativos.                                                                                                                                                                                  |
| <b>De Conduta</b> | Engajamento político, em defesa de um projeto de sociedade ou de ações com vista à sua realização.                                                                                                                        |

O importante a considerar, por agora, é que nesse momento já era possível identificar como uma mesma prática um conjunto de experiências dispersas, em diferentes lugares e momentos. Essas experiências são reconhecíveis como momentos de uma mesma atividade em decorrência da natureza do trabalho por elas realizado. Descritivamente, esse trabalho consiste no conjunto de competências – cognitivas, discursivas e de conduta – empregadas para a captura e o tratamento das informações, com vistas à produção de matérias as mais diversas, seja a notícia, os *features* ou os artigos de opinião. Conceitualmente, este trabalho revela a sua essência: operar uma mediação cognitiva entre os indivíduos e a realidade.

Nessas experiências, por mais diferentes que sejam as competências empregadas e que resultem, obviamente, em produtos diferenciados, não se perde de vista que a atividade jornalística busca colocar os indivíduos em contato com o seu mundo, a partir da abordagem de seus aspectos reais. Isso fica muito nítido tanto na matriz informativa, seja na sua modalidade noticiosa ou sensacionalista, porém, um pouco mais nebuloso na matriz opinativa. Nas duas primeiras, os discursos buscam caracterizar os fatos em si mesmos; na segunda, disputam pretensões de verdade sobre eles com base em julgamentos políticos e morais, em construções argumentativas de caráter literário filosófico.

Embora abordassem o real de forma diferente, ambas as matrizes se propunham a discutir aspectos da realidade com os quais os indivíduos lidavam no seu cotidiano. Por isso, mesmo na matriz opinativa, o publicista buscava oferecer à sua audiência uma chave de leitura do mundo real, a partir da exposição de suas teses sobre os problemas abordados.

Nesse sentido, pode-se afirmar que a função mediadora do jornalismo não se altera, uma vez que o objeto dos discursos era, via de regra, o real, e a verdade estava no horizonte da pretensão argumentativa apresentada. Na matriz informativa, essa pretensão adotava o estilo predominantemente narrativo-descritivo, acentuando o poder de convencimento dos próprios fatos. Na matriz opinativa, o discurso é predominantemente argumentativo, no qual o autor busca defender uma tese a partir de sua leitura personalizada do mundo<sup>8</sup>. Cada qual resultante da aplicação de suas respectivas competências cognitiva, discursiva e de conduta.

Apesar de historicamente a matriz opinativa da mediação jornalística ter tido grande importância no desenvolvimento da esfera pública, ela perde força e espaço na concepção moderna de jornalismo. Os fatos vão adquirir cada vez mais importância a partir do momento em que a atividade jornalística inicia o processo de transição entre uma experiência de caráter artesanal e de forte influência político-partidária, para uma nova fase industrial e capitalista de produção. Nessa guinada, a matriz informativa se constitui no núcleo da atividade, cujas bases foram efetivamente construídas no século XIX, principalmente nos Estados Unidos. É nesse período que a separação entre fato e opinião torna-se um paradigma, a influenciar profundamente a formação de um padrão de conduta que irá se constituir numa das principais competências requeridas para a prática do jornalismo desde então. A afirmação e o desenvolvimento deste paradigma se dará pela predominância da mediação informativa, em diversas modalidades temáticas e discursivas<sup>9</sup>.

O paradigma em questão é o da objetividade, que se caracteriza justamente pela separação entre fato e opinião, fato e emoção<sup>10</sup>. No primeiro caso, o jornalista deve se abster de expressar suas idéias e comentários sobre os fatos, detendo-se a estes. No segundo, deve evitar revelar suas emoções, ou mesmo impedir que elas o levem a distorcer seu conhecimento da realidade. A separação entre fato e opinião, fato e emoção, se apresentava portanto como uma competência essencial relativa à postura do profissional de jornalismo, por isso caracteriza-se como uma competência de conduta. Na medida que ele conseguisse promover tal discernimento entre suas opiniões e emoções e os dados de fato, o jornalista

---

<sup>8</sup> Os jornais eram patrocinados por grupos políticos, portanto, vinculava seu material editorial aos interesses desses grupos. Esse tipo de laço será rompido quando os jornais passam a ser administrados não mais em função dos interesses meramente políticos, mas predominantemente em função dos interesses econômicos.

<sup>9</sup> Essa diversidade de temas e estilos discursivos se dará em função do processo cada vez mais intenso de modernização das organizações jornalísticas.

<sup>10</sup> Cf.: Chalaby, 1998, p. 128-129.

poderia certificar-se da realidade das informações obtidas e, ao mesmo tempo, avaliar sua relevância tanto no interior da área na qual se inscreve quanto em relação às expectativas dos indivíduos.

Esse é o fundamento da idéia de objetividade, construído e vigente no fim do século XIX. Segundo Schudson, porém, no início século XX, em função da cobertura jornalística das duas grande guerras mundiais, a própria idéia de objetividade sofrerá transformações. O importante, contudo, é não perder de vista essa origem do conceito<sup>11</sup>. Três razões se podem chamar em causa para justificar a força com a qual este paradigma atuou na definição moderna do jornalismo.

A primeira, a mais famosa, é econômica, com um viés político. Com o objetivo de aumentar o número de leitores, os jornais se vêem na necessidade de romper os laços partidários que os dominavam e que os prendiam a uma audiência restrita, afinada com os grupos políticos que os financiavam. Esse movimento produz uma mudança decisiva na forma de organização dos jornais, que deixam de ser instrumentos de ação política para se tornarem empresas, com objetivo de ganhar dinheiro. A ampliação do número de leitores era fundamental para a consolidação de uma fonte de recursos extremamente rentável para as empresas jornalísticas: a venda de anúncios. Os anunciantes só investiram em publicidade nos veículos que tivessem ampla circulação, para que pudessem alcançar o retorno esperado.

Na medida que os jornais se distanciam da seara política, eles passam a ostentar uma posição de neutralidade, que se torna um grande trunfo não apenas para o seu estabelecimento empresarial mas também para a sua pretensão de objetividade. A neutralidade se afirmava como uma condição prévia necessária ao esforço de evitar que as paixões pudessem distorcer os fatos. Logo, a objetividade se mostrava mais factível para quem não tivesse compromissos político-partidários. A afirmação da neutralidade tanto das organizações quanto dos jornalistas conferia credibilidade ao trabalho realizado, uma vez que sem aqueles vínculos o compromisso profissional manifesto não era outro senão com os próprios fatos. A neutralidade passa a fazer parte então do rol das exigências do trabalho jornalístico, e a se constituir também numa competência de conduta a ser desenvolvida pelo jornalista.

---

<sup>11</sup> Segundo Schudson, a mudança vai se dar em função da impossibilidade dos jornalistas chegarem aos próprios fatos porque a estrutura de governo desenvolveu um eficiente trabalho de relações públicas para filtrar e divulgar somente as informações que fossem de seu interesse. Os jornalistas passam assim a ter como parâmetro de objetividade o respeito e a reprodução das declarações oficiais, que muitas vezes escondiam mais do que revelavam os fatos. Essa discussão será retomada na parte II.



Embora, portanto, a motivação tenha sido econômica na sua origem, esse movimento vai produzir toda a base para a estruturação profissional da atividade jornalística. Isto vai significar no plano do trabalho um padrão de conduta, antes inexistente, que por sua vez irá provocar uma redefinição e aprimoramento do papel do jornalista, assim como novas e mais rígidas exigências do desempenho desejado. A neutralidade e a objetividade se enquadram então nesse novo perfil de conduta profissional, que funda a concepção moderna da profissão. A neutralidade e a objetividade como competências de conduta levam também ao refinamento das demais competências cognitiva e discursiva. A primeira, volta-se cada vez para a interpretação dos fatos em áreas temáticas tradicionais, como a economia, a política, a cobertura de guerras, etc.; a segunda, caracteriza-se pelo estilo racional e sóbrio, cujo formato de elaboração da notícia será a técnica do lide e da pirâmide invertida.

A segunda razão remete aos indivíduos que passam a acolher os novos produtos. Sem entrar no mérito da qualidade do debate político ou da motivação das pessoas por esse tipo de discussão, a constatação histórica é que havia uma massa de potencial leitores a demandar um produto voltado aos fatos, e que garantia assim o crescimento e fortalecimento desse negócio. Tanto pela assinaturas e vendas avulsas, quanto e principalmente pela capacidade destes leitores atrair anunciantes dispostos a vender seus produtos para a massa de consumidores em potencial. Com o declínio do jornalismo de opinião, as duas modalidades de jornalismo informativo vão se estabelecer, em sintonia com diferentes segmentos de indivíduos e temáticas de cobertura, respectivamente.

Michael Schudson caracteriza com detalhes essas duas modalidades de jornalismo, que se definem mais nitidamente, nos EUA, na última década do século XIX: um movido pelo ideal da “estória”, outro, pelo ideal da “informação”. O que Schudson quer expressar por essa classificação é o mesmo o que já foi dito aqui, referente as diferenças discursivas e temáticas que desde as primeiras manifestações jornalísticas é possível identificar. E consequentemente expressam também as diferentes competências profissionais para a realização do trabalho. O “ideal da estória” está para a modalidade do *fait divers*; o “ideal da informação” para a modalidade noticiosa. Se o primeiro é de caráter sensacionalista no estilo discursivo e na seleção dos fatos; o segundo preza pela sobriedade do discurso e por uma seleção fatural voltada para o cotidiano da política, da economia e das questões urbanas e internacionais.



Um dos traços marcantes na distinção entre esses “dois jornalismo”, portanto, será a diferença na noção de relevância com a qual os fatos serão abordados: no primeiro, a relevância será considerada em decorrência do entretenimento que proporciona aos indivíduos; no segundo, em decorrência do contato que propiciam com o cotidiano de temáticas que despertam a sua atenção. Ou seja, percebe-se aqui a existência de expectativas diferenciadas entre os indivíduos, cujas respectivas demandas os tornam fiéis a um ou a outro produto jornalístico. A esses grupos de indivíduos, cada qual com expectativas comuns, que se tornam clientes de um determinado jornal, vai se usar a designação **audiência**.

Apesar de todas essas particularidades, ambas as modalidades trabalham com a matéria-prima fundamental da atividade: informações sobre dados reais, capazes de dar conta de fatos, sejam eles sensacionais ou extraordinários, sejam eles do cotidiano das temáticas sociais, políticas, econômicas, etc. E ambas as noções de relevância decorrem da expectativa dos diferentes segmentos de indivíduos com relação a esses produtos. Logo, das diferentes audiências. E, claro, decorrem também da importância relativa do fato no interior da área temática na qual se inserem.

Para ficar nos dois jornais de referência sobre os quais Schudson procede sua análise, enquanto o *World* de Pulitzer usava *cartoons* e desenhos, tipos diversos na composição dos títulos, ênfase em palavras simples, conteúdo e estrutura de frase simples, tudo isso para atrair a atenção dos milhares de imigrantes que compunham a população de Nova York e tinham pouca familiaridade com a língua inglesa<sup>12</sup>, o *New York Times* de Adolph Ochs tinha como leitores as pessoas ricas, atraídas pelo conservadorismo, decência e precisão que caracterizavam o jornal<sup>13</sup>. Schudson inclusive se pergunta em relação ao *Times* se ele era respeitado porque chamava a atenção dos ricos ou chamava a atenção dos ricos porque era respeitado? Repetia-se, assim, no campo do jornalismo, a perene questão entre cultura popular e erudita<sup>14</sup>. Schudson, nessa passagem, caracteriza portanto a audiência de cada um desses jornais.

Dessa pequena comparação entre essas duas referências trazidas por Schudson, evidencia-se portanto o papel fundamental que a audiência – a rede de indivíduos que optam por um ou por outro produto jornalístico – exerce para a definição da própria identidade deste

---

<sup>12</sup> C.: Schudson, 1978, p. 98.

<sup>13</sup> Idem, p. 107.

produto. A expectativa desses segmentos de indivíduos é ela mesma constitutiva do processo de mediação ao qual o jornalismo se propõe realizar, uma vez que mediar exige promover uma adequação entre os pólos que se pretende pôr em contato. Como os indivíduos são os clientes dos jornais, aos quais se busca conquistar fidelidade, os fatos são selecionados na medida das expectativas por eles manifestadas. Contudo, por alguns motivos a serem apresentados adiante, essas expectativas não são condições suficientes, embora necessárias, para estabelecer parâmetros de relevância a partir dos quais os fatos e as informações possam ser julgados. Além da importância relativa dos fatos no interior da área temática, os compromissos institucionais do jornalismo vão estabelecer parâmetros, em maior ou menor grau de intensidade, que deverão ser observados na avaliação de relevância das informações a serem usadas.

A terceira razão que contribuiu para o peso do paradigma da objetividade no jornalismo é muito pouco considerada, embora seja de extrema relevância sobretudo se relacionada ao momento cultural vivido na Europa e que certamente tinha seus reflexos nos Estados Unidos. Trata-se da crescente influência dos primados Iluministas nas diferentes esferas da vida social moderna, sobretudo na ciência e na política. O indivíduo, no gozo de sua faculdade da razão e da autonomia através dela conquistada, experimenta novas potencialidades, como a sua capacidade de conhecimento sem que tivesse de sucumbir a explicações “divinas” ou “míticas” sobre a natureza do mundo, e a liberdade para decidir por si só sua orientação política. Essas condições vão ter desdobramentos tanto em relação às competências profissionais do jornalista quanto em relação à postura dos indivíduos que irão acolher o produto disponibilizado.

Do ponto de vista do trabalho, os anos de 1880 e 1890 marcam a invenção do repórter, o profissional especificamente voltado para sair em busca dos fatos. Nos primeiros jornais, um mesmo homem imprimia, vendia anúncios, era editor e repórter, tudo ao mesmo tempo<sup>14</sup>. A função do repórter vai provocar uma maior especialização de duas competências profissionais: a cognitiva e a de conduta. A primeira, em função da maior dedicação à uma atividade específica, cobrindo com maior ou menor frequência as mesmas áreas temáticas, o profissional construía internamente uma memória dos acontecimentos que o qualificava a

---

<sup>14</sup> Idem.

<sup>15</sup> Idem, p. 65.

melhor entender os movimentos posteriores. Porém, o desenvolvimento dessa mesma competência ficava prejudicado porque os repórteres normalmente cobriam diferentes áreas temáticas, e a construção da memória referida muitas vezes ficava aquém da experiência necessária.

A segunda certamente foi a que maior desenvolvimento experimentou, em função do alcance que a idéia de objetividade teve no jornalismo. E como a noção de objetividade em questão significa uma atenção restrita aos fatos, tornava a cobertura menos complexa de ser feita. A objetividade tornava-se assim uma grande meta entre os profissionais, inspirados inclusive pelos ideais de verdade também buscados pela ciência. “Os repórteres da década de 1890 viam a si mesmos, em parte, como cientistas descobrindo os fatos econômicos e políticos da vida industrial, de modo mais entusiásticos, mais claro e mais ‘realístico’ do que qualquer um há havia feito antes”<sup>16</sup>.

A centralidade nos fatos, e a conseqüente conduta objetiva que se passava a exigir dos jornalistas, era uma forma, portanto, de oferecer à audiência dados sobre os quais os indivíduos pudessem formar suas próprias opiniões. E isso não deve ser visto meramente como um estratagema para encobrir a motivação econômica do fenômeno. “Havia uma demanda por fatos, segundo o historiador Robert Bremner, ecoando intencionalmente as memórias do repórter e escritor Ray Stannard Baker: ‘Fatos, fatos empilhados ao ponto da mais pura certeza, era isso que os americanos realmente queriam’”<sup>17</sup>.

O Iluminismo que tomou conta da Europa no século XVIII enfatiza a capacidade da razão, universalmente compartilhada entre os homens, através da qual qualquer indivíduo poderia discernir o verdadeiro do falso, o correto do incorreto. Não era preciso, então, de alguém que o tutelasse em tais descobertas. De posse dos dados de fato, ele mesmo procederia seu exame e tomaria sua decisão. Afinal, a luta para emancipar-se do controle político do estado, do controle da verdade pela igreja, havia sido muito intensa para, no momento de afirmação de sua individualidade, o sujeito tornar-se refém dos partidos controladores dos órgãos de imprensa.

O programa Iluminista vai oferecer os pressupostos para o desenvolvimento do liberalismo econômico e político, que por sua vez se constituirá no modelo de organização

---

<sup>16</sup> Idem, p. 71.

<sup>17</sup> Idem, p. 72.

social das sociedades ocidentais principalmente na Europa e nos Estados Unidos. O jornalismo vai, portanto, orientar-se conforme as diretrizes desse modelo de sociedade, democrático e capitalista. Os dilemas enfrentados pela instituição jornalística, contudo, estarão na raiz dessa sua origem, seja na inspiração Iluminista sobre a qual os parâmetros de verdade e relevância ganham fundamento à luz da razão, seja na inspiração liberal sobre a qual serão desenvolvidos os padrões éticos do jornalismo. Esses dilemas irão se revelar em duas esferas principais: nos princípios que irão regular socialmente a atividade, e que estão na base do desenvolvimento na normatividade institucional e técnica do jornalismo; na lógica interna do trabalho, na qual tais normatividades deverão responder a exigências práticas de realização dos objetivos institucionalmente definidos.

Os dilemas enfrentados pelos princípios que irão regular a atividade são os mesmos dilemas enfrentados pelo modelo de sociedade que vai abrigar essa nova instituição, assim como pelo programa que em última instância o fundamentou, o Iluminismo. E esses dilemas, por sua vez, se darão em duas direções: sobre a realização do programa moderno, a implementação de suas alegadas conquistas; sobre a correção dos princípios estruturadores do programa, isto é, a sua própria viabilidade<sup>18</sup>. Os dilemas internos à própria dinâmica da atividade dizem respeito às competências requeridas, com o intuito de aperfeiçoar o próprio trabalho. Nesse caso, por exemplo, já na década de 1930, Denis McDoughal vai enfatizar os limites da concepção tradicional de objetividade e a necessidade da interpretação para que o jornalista pudesse contextualizar os fatos, e assim torná-los mais compreensíveis aos leitores<sup>19</sup>.

Por ora, contudo, o único ponto a ser desenvolvido será a discussão sobre o programa moderno aplicado ao jornalismo, que originou o paradigma da objetividade. Essa breve retomada histórica da formação do jornalismo moderno não estaria minimamente estruturada se não fossem explicitados conceitualmente os contratos que orientaram essas transformações e foram, ao mesmo tempo, fortalecidos e enraizados na cultural profissional emergente como também na cultura de consumo dos produtos jornalísticos por parte dos indivíduos. O jornalismo passou pelas transformações que passou, e o modelo estabelecido desde então tornou-se referência para todas as gerações posteriores, não apenas nos Estados Unidos, mas

---

<sup>18</sup> Essa discussão pode ser exemplificada nas seguintes obras: Siebert, Peterson e Schramm, 1963; Bulik, 1990.

<sup>19</sup> McDoughal, 1968, 13-18.

também em outros países, como o Brasil, porque encontrou respaldo junto a importantes setores da sociedade. Do mercado, que o constituiu como negócio lucrativo; da política, que assegurou as prerrogativas de funcionamento da atividade, como a garantia da liberdade de expressão e o repúdio à censura; dos próprios indivíduos, que se viam atendidos em suas expectativas.

Mas, qual é o contrato elementar em torno do qual se uniam os setores do mercado, da política, os indivíduos atentos aos produtos oferecidos e, principalmente, os produtores de jornalismo? Esse contrato no qual os diferentes atores sociais investem sua confiança pode ser extraído da natureza do trabalho jornalístico: a mediação cognitiva entre os indivíduos e a realidade. E de cuja natureza provêm as exigências relativas ao conjunto das competências cognitiva, discursiva e de conduta dos profissionais. O jornalismo desde suas origens se propõe a isso, e dedicou-se para especializar-se nesse trabalho quando elege, por exemplo, a objetividade como padrão da conduta profissional. Era o que, à época, tinha-se de cientificamente mais moderno a ser empregado para a finalidade de se chegar aos fatos.

A mediação jornalística é constituída de dois aspectos complementares: a função e o uso da informação. A função consiste em cumprir a obrigação com o fático, portanto, cuja razão de ser vincula-se à própria idéia de mediação. Esta só ocorre efetivamente se o discurso do jornalista for construído a partir de informações verdadeiras sobre os fatos. Se o discurso do jornalista for uma peça de ficção, obviamente, não realizaria a função de mediar o contato do indivíduo com a realidade. É justamente a partir dessa função mediadora do jornalismo que a verdade se revela como um parâmetro de qualidade da informação. Somente a informação verdadeira é capaz de materializar a mediação. E por isso o trabalho jornalístico não pode prescindir da objetividade, pois só assim ele poderá cumprir com a tarefa que lhe é solicitada, no que diz respeito à função de pôr os indivíduos em contato com o mundo.

O uso da informação remete ao tipo de expectativa alimentada pelos indivíduos no processo de mediação realizado pelo jornalismo. Se lembrarmos os “dois jornanismos” de Schudson, um era voltado para o “entretenimento” e outro para o cotidiano da política e da economia. Nos dois casos, a função mediadora incorporada por esses jornais colocava ambas as audiências em contato com a realidade, porém com aspectos diferentes dessa mesma realidade. Tais aspectos revelam expectativas diferenciadas em decorrência dos usos particulares que cada segmento de clientes busca nos produtos jornalísticos. Se a verdade é

um parâmetro rígido que avalia o desempenho dos profissionais na realização da função mediadora que lhes cumpre como papel, a relevância é um parâmetro relativo, compatível com as audiências e suas expectativas de uso.

Isso não significa, contudo, que todos os parâmetros de relevância sejam relativos nem que todos os segmentos possam determinar seus parâmetros, de modo privado e indiscriminado. Significa que a expectativa de uso é uma condição necessária à manutenção do contrato, porque cria o vínculo entre a audiência e as organizações. Da mesma forma que o descuido com a verdade pode comprometer a solidez do contrato de mediação, o não atendimento das expectativas de uso da audiência pode igualmente pôr em risco o investimento dos diferentes atores sociais nesse mesmo contrato por não se sentirem contemplados pela oferta disponibilizada. Se a verdade é um parâmetro que garante a efetividade da mediação, no sentido de levar a realidade aos indivíduos, a relevância garante o vínculo entre produtores e receptores sem o qual não existe sequer a possibilidade de a mediação se iniciar.

Se a verdade torna-se então um parâmetro universal relativo à função mediadora do jornalismo – qualquer que seja o produto, em sua modalidade informativa, deve ter os fatos como objeto – a relevância torna-se um parâmetro contextual, a depender do contrato de uso entre uma determinada organização jornalística e seus potenciais consumidores. A seleção dos fatos se processa para atender a demanda destes consumidores.

A relevância avaliada pelos produtores decorre do discernimento inicial de que nem todos os fatos do mundo têm os mesmos apelos junto aos indivíduos, portanto, nem todos precisam estar disponíveis no noticiário. O jornalismo então além de reportar os fatos cumprindo sua função mediadora elementar, seleciona-os em decorrência da expectativa alimentada pelos indivíduos, expectativa esta determinada pelo uso que eles vão fazer das informações disponibilizadas. Por uso deve-se entender a motivação que leva os indivíduos a buscar determinados tipos de informação, como o entretenimento, a política, a economia, etc.

Trata-se, portanto, de uma expectativa de uso expressa na forma de valores-notícias<sup>20</sup>, isto é, um conjunto de parâmetros constituídos por determinados atributos que tornam os fatos

---

<sup>20</sup> A princípio, os valores-notícia devem ser tomados basicamente nos termos aqui apresentados, e que segundo Wolf se constituem na resposta à seguinte pergunta: “quais os acontecimentos que são considerados suficientemente interessantes, significativos e relevantes para serem transformados em notícia?” (Wolf, 1992, p. 173). No decorrer da discussão, entretanto, sua definição será melhor explicitada.

relevantes ou não. Os produtores de informação atuam assim avaliando a adequação<sup>21</sup> dos fatos aos valores-notícia<sup>22</sup>. Essa adequação implica um julgamento de mérito, que determina o valor noticioso de um fato tornando-o digno de divulgação. Os valores-notícia são, portanto, atributos extraídos de uma presumida expectativa de uso do produto por parte dos indivíduos, nos quais os produtores de informação se baseiam para selecionar os fatos<sup>23</sup>.

Do exposto até o momento, foi possível delinear brevemente a forma como o jornalismo se apropria dos fatos. O faz com o compromisso da verdade, pois só assim o indivíduo terá acesso à realidade, dando sentido à mediação pretendida. E o faz julgando sua relevância em função das expectativas de uso audiência, mas não apenas: a relevância também será avaliada em função da importância relativa do fato no interior da área. Contudo, em outro momento, irá se demonstrar que esta análise só se faz porque de algum modo ela está inscrita também no conjunto dos valores-notícia alimentados pela audiência.

Razões e dilemas do paradigma da objetividade à parte, o que resta são suas consequências para o desenvolvimento do jornalismo desde então. Em síntese, os pontos fundamentais que passam e estruturar a atividade são:

- jornalismo se constitui como atividade com base num contrato de mediação cognitiva entre a realidade e os indivíduos, na qual os fatos tornam-se o objeto central dos discursos jornalísticos, seja na modalidade noticiosa seja na modalidade do *fait divers*. O trabalho essencial da atividade consiste então em buscar informações verdadeiras capazes de dar conta dos fatos, daí porque no processo de profissionalização da atividade a reportagem passa a ser uma das práticas mais representativas e significantes do jornalismo.

---

<sup>21</sup> “Adequação” deve ser considerado um termo técnico, correspondente ao termo “*suitable*” empregado na literatura de língua inglesa. O termo remete à idéia de que a informação jornalística pressupõe uma correspondência entre os fatos e uma expectativa, situada em alguma tábua de referência a ser discutida adiante, à qual os jornalistas se apegam para selecionar o material a ser trabalhado. Gans usa como exemplo o slogan do *New York Times*: “All the News That’s Fit to Print” (Gans, 1979, p. 146). A “tábua de referência” é que se torna o grande ponto de tensão, seja do ponto de vista conceitual quanto do ponto de vista prático, isto é, do emprego efetivo feita pelos produtores de informação.

<sup>22</sup> Essa definição aborda considerações “substantivas”, relativas ao conteúdo da informação (cf. Gans, *op.cit.*, p. 147-157). Gans ainda usa outras categorias: considerações relativas ao produto e aos competidores (Idem, p. 146).

<sup>23</sup> Uma das questões mais controversas no jornalismo trata-se da tal capacidade jornalística para discernir o que tem ou não relevância para tornar-se divulgado. A definição dos valores-notícia normalmente foi construída sob uma metodologia baseada na tentativa e erro, considerando-se os acertos em função da tiragem e venda dos exemplares. Muito rara e recentemente tem se empregado mecanismos científicos para se saber qual a expectativa dos indivíduos em relação aos produtos jornalísticos, através seja de pesquisas de opinião (predominantemente de natureza quantitativa) ou de grupos de discussão (predominantemente de natureza qualitativa).



- As informações obtidas sobre os fatos, assim como estes próprios, passam por um processo de seleção no qual se aplicam critérios de relevância relativos à expectativa de uso por parte da audiência, na forma de valores-notícia, e à importância relativa dessas informações e desses fatos no interior da área temática objeto da cobertura.
- trabalho jornalístico consiste na realização de um percurso interpretativo, no qual se parte de uma informação inicial, levanta-se outras no decorrer do processo, e chega-se a final em que se elabora a notícia, com o que de mais relevante se apurou. Nesse percurso, três competências se apresentaram necessárias: a competência cognitiva, relativa à capacidade de conhecer os fatos em questão e aplicar os critérios de relevância adequados; a competência de conduta, relativa à capacidade de verificação e certificação da verdade dos fatos (a objetividade) e à capacidade de manter-se isento no trabalho, independentemente dos atores em disputa (a neutralidade); e a competência discursiva, relativa à capacidade de traduzir o conhecimento obtido em discurso noticioso.
- A mediação informativa que caracteriza o jornalismo moderno se estrutura definitivamente em torno dos parâmetros verdade e relevância das informações. Esses dois parâmetros emergem não apenas em função de uma redefinição interna à atividade jornalística, mas atende também aos apelos dos indivíduos, os potenciais clientes das organizações jornalísticas. A verdade das informações terá como critério os fatos, independente de quais sejam. A relevância, por sua vez, será medida em função da expectativa dos diferentes segmentos de indivíduos que irão compor diferentes audiências para os jornais.

A exposição feita pretendeu reconstruir brevemente as transformações culturais ocorridas na Europa e Estados Unidos, em seus aspectos econômicos, políticos e filosóficos, que forjaram o paradigma moderno do jornalismo. A ênfase argumentativa se deu, portanto, na exposição de como conceitos importantes foram sendo incorporados ao ideal da atividade e constituíram, a partir daí, parâmetros de realização do trabalho. Paralelamente a essa definição técnica do trabalho, contudo, se processava um outro movimento de amplitude mais abrangente, no qual se edificavam as grandes linhas de orientação tanto para o jornalismo como para as sociedades emergentes de inspiração capitalista e democrática, nas quais a



atividade se moldou e conquistou um espaço institucional. A esse processo se vai chamar de institucionalização da atividade jornalística. Mas, ficará para uma próxima oportunidade.



## BIBLIOGRAFIA

- ALBERT, P. e TERROU, T. *História da imprensa*. São Paulo: Martins Fontes, 1990.
- EMERY, E. *História da imprensa nos Estados Unidos*. Rio de Janeiro: Lidador, 1965.
- CHALABY, Jean K. *The Invention of Journalism*. London: Macmillan Press Ltd, 1998.
- GUERRA, Josenildo Luiz. *A objetividade no jornalismo*. Dissertação de mestrado defendida no Programa de Pós Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia. Salvador, 1998.
- JEANNENEY, Jean-Noël. *Uma história da comunicação social*. Lisboa: Terramar, 1996.
- MACDOUGALL, Curtis. *Interpretive Reporting*. New York: The Macmillan Company, 1968.
- MINDICH, David T. Z. *Just facts: How “objetivity” came to define american journalism*. New York and London: New Work Press, 1998.
- SCHUDSON, Michael. *Discovering the News: A Social History of American Newspapers*. Nova York: Basic Books, 1978.
- SIEBERT, Fred S. PETERSON, Theodore e SCHRAMM, Wilbur. *Four theories of the press: The Authoritarian, Libertarian, Social Responsibility and the Soviet Communist concepts of what the press should be and do*. University of Illinois, Urbana, 1963.
- STEPHENS, Mitchell. *História das Comunicações: do tantã ao satélite*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1993.
- WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação*. Tradução de Maria Jorge Vilar de Figueiredo. 2ª ed. Lisboa: Editorial Presença, 1992.