



Sociedade Brasileira de Estudos
Interdisciplinares da Comunicação

*Iniciacom – Revista Brasileira
de Iniciação Científica em
Comunicação Social*

INFORMAÇÃO HOJE: FAZER JORNALÍSTICO E CAPITAL NA PÓS-MODERNIDADE

INFORMATION TODAY: JOURNALISTIC PROCESS AND CAPITAL IN POSTMODERNITY

JANINE JUSTEN¹; MARCIO TAVARES D'AMARAL²

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO (UFRJ)

Resumo: A partir de uma investigação filosófica, este artigo questiona o fazer jornalístico em suas bases para compreender a contemporânea conotação da informação como mercadoria, inserida em uma sociedade de inclinações pós-modernas e regida pelas leis do consumo. Por objeto de estudo, o jornalismo brasileiro, representando expressão sintomática da crise do jornalismo tradicional no mundo – o distanciamento da essência.

Palavras-chave: jornalismo, pós-modernidade, neoliberalismo, consumo.

1

Abstract: Starting with a philosophical investigation, this article questions the journalistic process in its roots to understand the contemporary connotation that gives information the status of merchandising product, inserted in a society which leans on postmodernity and controlled by consumerism rules. As an object of study, there is the Brazilian journalism, representing the symptomatic crisis of the world's traditional journalism – the essence's remoteness.

Keywords: journalism, postmodernity, neoliberalism, consumption.

¹ Graduanda do sexto período de Jornalismo da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e bolsista de Iniciação Científica do CNPq. E-mail: janine.justen@gmail.com.

² Orientador do trabalho. Professor emérito da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e coordenador do Programa Transdisciplinar de Estudos Avançados (IDEA). E-mail: marcio.damaral@terra.com.br.

Introdução

Nesta primeira etapa, traça-se um diagnóstico da atualidade. Mapear os fatores influentes no estilo de vida – nos *modos* de ser sujeito hoje e em quais posturas isso implica – é fundamental para que compreendamos o jornalismo enquanto mediador social simbólico, detentor de um lugar de fala de referência e relativa autoridade de discurso. A partir daí, obedecendo a uma ordem histórico-cronológica, busca-se fundamentar tais inferências nas engrenagens do próprio sistema de pensamento ocidental, perpassando vieses políticos e econômicos (muitas vezes interligados), para investigar as raízes da atividade em questão. As transformações sofridas pelo jornalismo tradicional, dos primeiros periódicos à contemporaneidade, são alvo de críticas durante todo o trabalho, na tentativa de diferenciar valores intrínsecos à prática em si daqueles naturalizados por nós ao longo do tempo.

A condição pós-moderna traz à tona uma série de questionamentos inerentes à existência humana. Os valores clássicos são abalados por um discurso denso que coloca em xeque referências culturalmente arraigadas, como Verdade, Fundamento e Real, responsáveis por toda a produção de sentido a qual estamos acostumados. Numa espécie de crise de identidade coletiva, o homem se protege contra a “era da simulação” (BAUDRILLARD, 1981, p.9), adotando uma postura extremamente individualizada, desengajada e desmobilizadora, que se reflete num estado de prostração vertiginoso. Inconscientemente ou de maneira voluntária, corroboram-se estratégias dissuasivas cujo objetivo é fomentar um ambiente propício ao triunfo de uma manipulação absoluta – cenário que muito favorece o poderio midiático atual.

No Brasil de Fernando Henrique Cardoso, instauram-se a reestruturação produtiva e o neoliberalismo em resposta à grande crise capitalista do pós-guerra, tendências já em vigor ao redor do mundo desde os anos 70, com Augusto Pinochet, Margaret Thatcher e Ronald Reagan. Privatizações, redução da mão-de-obra assalariada, exploração de mais-valia, descentralização industrial e escassez de direitos trabalhistas foram algumas das consequências sofridas pela adoção de um modelo que visa “favorecer fortes direitos individuais à propriedade priva-

da, o regime de direito e as instituições de mercado de livre funcionamento e do livre comércio” (HARVEY, 2005, p.75).

O consumismo volta à cena, na tentativa desenfreada de consolar essa legião de acabrunhados. Os jogos de distinção social funcionam como válvula de escape àqueles que dispõem de poder aquisitivo suficiente para tal e de abismo aos que assolados em dívidas não os podem pagar. Através de regras cruéis de aceitação, a posse de bens materiais autoriza o comprador a se apoderar de certa personalidade e a assumir determinada posição emblemática na sociedade. E, o pior, esse recurso tem tomado contornos infinitos. Para Bauman (1998), se o consumo é condição para a felicidade, “não há padrões a cujo nível se manter – a linha de chegada avança junto com o corredor, e as metas permanecem continuamente distantes, enquanto se tenta alcançá-las” (p.56).

Nessa conjuntura, desenvolvem-se as práticas jornalísticas contemporâneas, que imersas no ciclo do capital e por ele controladas, percebem a informação como mercadoria e apostam na relatividade dos conceitos fundamentais para não contar a verdade, mas escolhê-la. O esvaziamento de análises críticas nas pautas dos veículos hegemônicos decorre, principalmente, de baixa adesão a movimentos sociais em detrimento a um individualismo em massa, hiperestímulo sensorial e aceleradas inovações tecnológicas que regulam a lógica da eficácia. A corrida pelo tão aclamado *furo de reportagem* torna-se, em vias gerais, mais importante do que a apuração propriamente dita: “Rapidez é a palavra de ordem” (BARBOSA, 2007, p.23). É a velocidade de transmissão acima das noções de veracidade, clareza e exatidão. Em *última instância*, é a velocidade de transmissão acima da qualidade da informação.

A filosofia como ferramenta de discurso

Adotar a filosofia como ferramenta de discurso implica traçar um caminho sem volta, sendo um exercício de questionamento que não deixa resposta sem pergunta e não o contrário. É necessário recorrer à questão fundamental (*arkhé*) a todo instante, numa consecução de causalidades que beira o infinito, para se compreender problemáticas de maneira global – o fato em si e seus desdobramentos. A partir do método socrático, perseguir a lógica aristotélica das

relações causa-efeito, a causa dos sentidos, das coisas, *aitía*. A busca pela essência também pode ser entendida como a busca por causas remotas, ou seja, dada uma investigação, descobre-se que a causa de algo é efeito de outra causa, que é efeito de mais outra, e assim por diante, até se alcançar uma causa incausada. *Razão de ser*. Por isso, optou-se por uma análise de cunho filosófico a respeito da informação hoje, na tentativa de abordá-la em seu contexto, fundamentos, influências etc. Assim, para começar, nada melhor do que os gregos clássicos, Sócrates, Platão e Aristóteles, fundadores do pensamento ocidental, e a pergunta fundamental da filosofia “O que é isto?” – para os saudosistas, *tó ti ón* –, a mais simples e radical de todas as perguntas.

A verdade filosófica (*alétheia*), pensada pela primeira vez em meados do século IV a.C., é entendida como a busca pela essência do dizer, exercendo função reguladora sobre todas as outras possíveis formas de discurso. Ao passo em que se autolegitima, baseada no princípio da não-contradição conceitual, almeja a “exata correspondência entre o pensamento e o ser” (GARCIA-ROZA, 2005, p.16). A verdade é, ao mesmo tempo, causa e efeito de si própria, julga e sofre julgamento ininterruptamente, sem cessar. Constitui-se, portanto, em patamar absoluto, como termo pleno, remetendo, por ele mesmo, a um sentido completo. Para Sócrates, apenas a verdade seria produtora de conhecimento, já a retórica, despreocupada com as origens e implicações do que fala, geraria somente crença.

SÓC. Na tua opinião, *saber* e *crer*, ciência e crença, são a mesma coisa ou diferem?

GÓR. Afigura-me, Sócrates, que diferem.

SÓC. E estás certo. Podes verificá-lo pelo seguinte: se alguém te perguntasse ‘Existe, Górgias, uma crença falsa e uma verdadeira?’, tu responderias que sim, penso eu.

GÓR. Realmente.

SÓC. E daí? Existe uma ciência falsa e uma verdadeira?

GÓR. De maneira alguma.

SÓC. Portanto, é evidente não serem a mesma coisa.

...

SÓC. Então, qual das suas persuasões cria a oratória, nos tribunais e demais ajuntamentos, a respeito do justo ou injusto? Aquela donde se origina o *crer* sem *saber*, ou aquela donde provém a ciência?

GÓR. Não há dúvida nenhuma, Sócrates; é aquela donde nasce a crença.
(PLATÃO, 1989, p.63)

Nos diálogos de Platão, nota-se claramente a importância da verdade. Esta traz consigo o impacto das virtudes. A moral e os bons costumes se consolidam como pilares da humanidade: só haverá felicidade e progresso, caso haja virtuosidade. A retórica é julgada e punida, ato consumado. Em “Górgias”, Sócrates provoca o debatedor ao restringi-lo em função e atividade: “Ao seu gênero dou o nome de lisonjaria” (PLATÃO, 1989, p.78).

Isto é, sem conhecer em si mesmas essas categorias, o bom e o mau, o belo e o feio, o justo e o injusto, logra criar persuasão sobre elas ao ponto de, sem sabê-las, parecer, entre os não sabedores, saber mais do que o sabedor? Ou quem pretende aprender oratória precisa conhecê-las e deve aprendê-las antes de dirigir a ti? Se não, tu, o mestre da oratória, sem ensinar nada desse gênero ao teu discípulo – pois não é encargo teu – farás que, aos olhos da multidão, ele passe por entendido em tais matérias, embora não as conheça, e pareça bom sem que o seja? Ou não és de modo algum capaz de lhe ensinar a oratória sem que conheça de antemão a verdade a esses respeitos? (PLATÃO, 1989, p.71-72)

Se o orador aprende justiça, deve ser justo. Se deve ser justo, não pode praticar injustiças. E o mesmo serve para todos os outros antagonismos: o bem e o mal, o belo e o feio, o verdadeiro e o falso. Desta forma, o discurso como instrumento de poder é tese que cai por terra. Para o berço da filosofia ocidental, não se pode fazer uso de técnicas que burlem a *boa política*, ainda que gritem, que clamem. O orador precisa ser “incapaz de usar da oratória para fins injustos e de querer delinquir” (PLATÃO, 1989, p.74).

Apenas no fim do século XIX, com Nietzsche (2009), é que a linguagem começa a mudar de figura. Foram necessários aproximadamente 2.400 anos para que um pensador ou sasse se declarar absolutamente contrário a tudo (ou quase tudo) em que se acreditava até então: a “transvaloração de todos os valores” (p.50). A imoralidade, o ataque ao cristianismo e a morte de Deus configuram-se como novos paradigmas. Para ele, a equação socrática “razão =

virtude = felicidade” (p.29) contraria “todos os instintos dos helenos mais antigos” (id. ib.), sendo a moral, a reificação da antinatureza, que não passa de uma “idiossincrasia de degenerados” (p.48), e se rebela contra a própria vida. Nietzsche (2009) acreditava que a virtude de um homem era consequência de sua felicidade e não o inverso, como defendiam os gregos.

O mundo verdadeiro é – inalcançável? Em todo caso, não foi alcançado. E como tal também é *desconhecido*. Por conseguinte, também não é consolador nem salvador e não obriga a nada: a que uma coisa desconhecida poderia nos obrigar?... (Manhã cinzenta. Primeiro bocejo da razão. Canto de galo do positivismo.) (NIETZSCHE, 2009, p.41)

Nietzsche (2009) equipara os dogmas da moral aos religiosos para justificar seu rompimento com a Igreja e seu modo de ver o homem e o mundo acaba por introduzir os postulados do pensamento pós-moderno, como veremos mais adiante.

O juízo moral, tal como o religioso, pertence a um estágio de ignorância ao qual ainda falta inclusive o conceito de real, a distinção entre real e imaginário: de modo que em tal estágio, ‘verdade’ designa somente coisas que hoje chamamos de ‘ilusões’. Por isso, o juízo moral jamais deve ser levado ao pé da letra: como tal, contém apenas disparates. (p.60)

E vai além quando afirma que “*todos os meios pelos quais a humanidade deveria se tornar moral foram radicalmente imorais*” (p.65).

O jornalismo romântico

Passaremos, agora, a analisar as considerações anteriores no plano do jornalismo, qualificando-o enquanto sua historicidade e atribuindo valores à atuação profissional. A expressão *fluxo de informação* – ideia central para se compreender os estímulos comunicacionais inerentes ao próprio homem enquanto ser midiático e limitado pelas potencialidades da linguagem e, posteriormente, apropriados por instituições e conglomerados empresariais – sem-

pre se relacionou intimamente às operações comerciais, pois, junto aos seus produtos, os mercadores traziam novidades viajando por terras e mares.

A própria impressão gráfica se difundiu na Europa pelo rio Reno, da Mainz de Gutenberg a Frankfurt, Estrasburgo e Basileia. Nos séculos XVI, XVII e XVIII, as mensagens em papel seguiram a rota da prata – do México ou Peru para o Velho Mundo – ou a rota do açúcar – do Caribe para Londres. (BRIGGS e BURKE, 2006, p.31)

Mas, neste estudo, relacionar-se nada tem a ver com depender, uma vez que, em essência, comércio e informação são termos completamente díspares. E assim foi, pelo menos, enquanto vigorou o *jornalismo romântico*.

A imprensa brasileira já nasce com um quê de dramaticidade, tardia³ e polêmica. Entre os historiadores, discute-se se o primeiro periódico nacional teria sido a *Gazeta do Rio de Janeiro*, jornal oficial da corte de Dom João, ou o *Correio Braziliense*, editado em Londres desde antes da Imprensa Régia, ambos em circulação a partir de 1808. “Até então as novidades ou opiniões publicadas, sem qualquer regularidade, não eram transformadas em notícias” (BARBOSA, 2010, p.20).

Tal como aconteceu com a Europa Ocidental, a partir do século XIII, quando as novas cidades comerciais constituíram uma nova ordem social, levando à criação de novos sistemas de trocas, também aqui a abertura comercial, a instalação da burocracia oficial e a transferência da família real e de seu séquito produzem mudanças econômicas, sociais, políticas e, sobretudo, culturais. Na trilha da troca de mercadorias se estabelece a troca de informações. (id. ib.)

Vale ressaltar que esses jornais valorizavam práticas da comunicação oral para aproximar seus textos à ordem da fala, lugar comum de um público ainda restrito e, em grande

³ De acordo com Briggs e Burke (2006), em 1609, as primeiras folhas de notícias foram produzidas na Alemanha. No fim do século, o jornal diário já fazia parte da vida cotidiana de algumas regiões da Europa, como Grã-Bretanha e França.

parte, iletrado. Recursos de pontuação e a preferência por datas e dados numéricos indicavam pausas na leitura e noções de temporalidade. Nesse momento, o importante é “a amplificação das mensagens, não interessando muito a forma como alcançam o público. Há retroalimentação e convergência e não fluxo unidirecional e causalidade linear” (BARBOSA, 2010, p. 34).

Posteriormente, surgem os panfletos, alguns inclusive anônimos, que distribuídos por todo o país, passam a “polemizar as discussões públicas” (BARBOSA, 2010, p.50). Em 1827, embora ainda sob os efeitos da censura do Antigo Regime, entra em cena um jornalismo de cunho político, majoritariamente opinativo, responsável pelos debates em torno da questão republicana e abolicionista. As decisões do Estado acabam se aproximando da vida cotidiana do povo, até mesmo dos escravos, que deixaram suas marcas nos anúncios de compra e venda de mão-de-obra e alertas de fuga.

Massa amorfa, apresentada de maneira indiferenciada como coisa, os homens de cor, os pretos ou as ‘peças’, como chegam a ser referidos nos anúncios, vivem em cidades onde as múltiplas sociabilidades permitem misturas que, certamente, fazem com que tomem conhecimento de que aquelas publicações falam a seu respeito. (BARBOSA, 2010, p.80)

Portanto, pode-se afirmar que, independente da precariedade de condições técnicas e das limitações políticas, o jornalismo nasce absolutamente ligado à necessidade de circulação de ideias, manifestando demasiada afinidade com uma incipiente, mas significativa, esfera pública.

O fato de a política assumir a cena pública motiva o aparecimento dos jornais, lugar privilegiado para a discussão das ideias que circulam pelas ruas. (...) A defesa da Constituição, a abdicação, o governo regencial, a atuação dos ministros, os debates na Câmara dos Deputados, a criação do Código Criminal e da Guarda Nacional são alguns dos temas mais recorrentes. Os debates em torno do tema do liberalismo, a partir das discussões empreendidas pelas folhas europeias, também têm primazia. (BARBOSA, 2010, p.56-58)

Articuladora de laços nacionais, a imprensa se torna um mecanismo essencial de participação política e formação de opinião pública, uma espécie de educadora social. “Pensar no Brasil do século XIX é colocar em evidência diversas redes de sociabilidade que estão em formação num espaço cuja aspiração máxima era se constituir como nação” (BARBOSA, 2010, p.60). Nessa época, os jornais eram efêmeros. Eram postos em atividade com objetivos pré-determinados, que se alcançados, aniquilavam a necessidade de circulação do próprio periódico, contribuindo fortemente à conformação de identidades coletiva e individual. “O verbo ‘informar’, derivado do latim, originalmente significava em inglês e francês não somente relatar os fatos, o que poderia ser incriminador, mas ‘formar a mente’” (BRIGGS e BURKE, 2006, p.188).

Enquanto isso, no exterior, particularmente Europa e Estados Unidos, a Revolução Industrial fornecia aparatos tecnológicos primordiais à modernização e à expansão da produção. O advento do vapor trouxe maior velocidade, e o telégrafo quebrou fronteiras, o que impulsionou a construção de imponentes ferrovias que ligavam não só regiões dentro de um mesmo país como as conectavam a outros Estados. “A distância ia sendo conquistada à medida que se transmitiam informações relativas a governos, negócios, assuntos familiares, condições climáticas e desastres naturais ou provocados pelo homem, a maior parte delas como notícias” (BRIGGS e BURKE, 2006, p.139). Seguidas pela eletricidade, essas práticas corroboraram o poder da imprensa sobre a opinião pública, transformando os jornais em perfeitas “máquinas sociais” (BRIGGS e BURKE, 2006, p.117). Neste cenário, aparecem as primeiras agências de notícias: Havas (1835), Reuters (1851) e Associated Press (1892).

A imprensa brasileira começa a ultrapassar os limites de sua filiação ideológica na busca por um público cada vez maior. Os acontecimentos noticiados ganham novo padrão. O mesmo fato é conteúdo de vários jornais – ainda que com abordagens diferenciadas – e revistas ilustradas, que tomam corpo como artífices de grande apelo visual.

(...) estamos falando, portanto, de um mundo onde a multiplicidade dos impressos começa com mais intensidade a fazer parte do cotidiano. Os cartazes

que se espalham pelos muros e paredes da cidade e os jornais e revistas que são sobraçados pelos vendedores ambulantes ou que ficam expostos nos quiosques multiplicam a palavra impressa e faz dela objeto do olhar. (BARBOSA, 2010, p.89)

A leitura coletiva também vira costume, unindo em uma só cultura letrados e não letrados. E o sensacionalismo, que ocupa espaço de destaque na sessão de entretenimento, faz do escândalo e dos dramas sociais chamariz de vendas.

Por outro lado, a imprensa enquanto *máquina social* exerce importante papel coercitivo. Ainda que instaurada a República, as manobras aristocráticas do Estado, reforçadas pelo poderio das elites locais, legitimam o apadrinhamento político e a concessão de vantagens eleitorais. Um bom exemplo é o governo de Floriano Peixoto, o “Marechal de Ferro”. Durante seu mandato, o jornal *Cidade do Rio*, de José do Patrocínio, sofre uma série de retaliações e boicotes financeiros por assumir uma postura crítica em relação ao militar e acaba por ruir, decretando falência em 1903.

O Rio de Janeiro, então capital do Estado republicano, e outras cidades-centro, como São Paulo e Recife, são engolidos pela mentalidade moderna de urbanização e progresso. O aperfeiçoamento dos sistemas de transporte, principalmente trens, e a regularização dos Correios permitem a inserção dos jornais nessa lógica ditada pela maximização de rendimento. À medida que “a leitura passa a ser hábito nas cidades” (BARBOSA, 2010, p.117), as obsoletas oficinas são promovidas a prédios e recebem centenas de profissionais, traduzindo-se em verdadeiras “fábricas de notícias” (id. ib.). E a chegada das agências de notícias norte-americanas confere carta branca à publicidade para o financiamento dos impressos modernos.

A publicação de anúncios é fundamental para a sobrevivência do periódico e determina o enfoque da matéria. O jornal não pode ser contra uma empresa que insere publicidade nas suas páginas, a não ser que a compensação oferecida pelo opositor fosse mais rentável. (BARBOSA, 2010, p.192)

Os investimentos oficiais compõem, agora, grande parte das receitas, sendo práticas comuns nos mandatos de Prudente de Moraes (1894-1898) e Campos Sales (1898-1902), que chegavam a pagar mil réis por linha em matérias que saíssem em sua defesa. Representantes de governos estaduais e prefeituras também participavam dessa troca de favores, realizando até mesmo empréstimos às novas redações. “O que está em jogo é a outorga do papel privilegiado de porta-voz dos grupos dominantes” (BARBOSA, 2010, p.190). O jornalista recebe, então, os perigosos títulos de detentor da informação e legitimador do poder, por influenciar sobremaneira a idolatria ou o descrédito de figuras públicas.

Barbosa Lima Sobrinho, em “O problema da imprensa” (1923), manifesta sua preocupação acerca dos rumos do *jornalismo romântico*, que, para ele, cavara sua própria cova:

Converteu-se o jornal muito mais num problema de dinheiro do que de credo político, literário. E então acode aquele conceito exato: ‘Quando as opiniões de um jornal começam a pesar, ele as deixa de ter’ (...). Viu-se a imprensa obrigada a modelar-se pelos novos costumes, adotando várias praxes, como a elevação do preço dos anúncios ou a inclusão de matéria paga nas seções editoriais. E porque não parecesse bastante e conviesse adquirir apoio de um público numeroso – a imprensa procurou servir as tendências populares, em vez de as orientar, como acreditava possível, em sua ingênua confiança, o jornalismo romântico. Conquistar o público, entretanto, foi para ela menos vitória de ideias do que simples *negócio*, defesa natural das somas empenhadas na empresa. A imprensa tornava-se simplesmente indústria. (SOBRINHO in MARTINS e LUCA, 2008, p.153)

E assim, a imprensa perde seu encanto, sua natureza mítica, leiloando um romance, antes comprometido apenas com a verdade e a justiça social, a interesses particulares. “Em outras palavras: ao invés de espelho fiel da realidade, a imprensa passou a ser vista potencialmente como falsificadora do real” (BARBOSA, 2010, p.7-8). Nasce a *indústria da informação*, sujeita às cotações e preferências do mercado, além de demarcada pelas famigeradas linhas editoriais. Preceitos de objetividade e imparcialidade são eleitos norte de um manual de boas práticas, cuja intenção é universalizar a linguagem jornalística, consolidado na década de

1950. Instaura-se o paradoxo atividade-fim, fantasma que nos acompanha em dilemas éticos desde então, inerentes à própria construção do discurso e da institucionalização profissional.

A pós-modernidade nas entrelinhas

O discurso pós-moderno eclode para romper definitivamente com as acepções vigentes do nascimento da Filosofia até o século XIX, constituindo-se como corrente de pensamento no final do século seguinte. Como vimos anteriormente, os quatro grandes valores – Bom, Belo, Justo, Verdadeiro –, instituídos por Sócrates e consolidados por Platão e Aristóteles, tornam-se obsoletos juntamente ao paradigma histórico perpetuado pelo mundo moderno, o Real e o Fundamento, e às noções de divindade cristã. “O mundo pós-moderno está-se preparando para a vida sob uma condição de incerteza que é permanente e irreduzível” (BAUMAN, 1998, p.32). Para os pensadores da contemporaneidade, incitados por Nietzsche, a Filosofia e a História acabaram, Deus está morto e a humanidade, condenada a coexistir com uma “África de Sofrimento” (AMARAL, 2011) ⁴ eterna – o que não poderia deixar de afetar (e muito) a prática jornalística, como veremos mais adiante.

Há hoje, da década de 90 do século passado para cá, um tipo de discurso que se chama pós-moderno. (...) É disseminado, não faz unidade, não constitui escola, não defende, propriamente, doutrinas. É mesmo difícil de localizar na sua forma discursiva pura. Aliás, a noção de puro é estranha à sua eficácia de discurso. (AMARAL, 2010, p.352)

As bombas atômicas de Hiroshima e Nagasaki foram um divisor de águas. De lá para cá, ficou difícil distinguir ao certo o que é ficção do que é, de fato, real, concreto, ficou difícil questionar. Em 1991, cai o Muro de Berlim, o último grande embargo histórico da modernidade. Para o período seguinte, a pós-modernidade, o real tornou-se desinteressante e nada mais pode ser alterado no terreno das realizações, uma vez que finda a História, esvaiu-se também o fundamento e o referencial. O avanço das tecnologias foi tamanho e tão veloz, que

⁴ Informação verbal (ver “Referências Bibliográficas”).

nos atirou bruscamente numa outra dimensão de mundo – a virtual. Os ajustes econômicos, como da Zona do Euro e da especulação imobiliária, são feitos em campo virtual, mas seus efeitos – o desemprego, o elevado custo de vida e as hipotecas – são reais. A bolsa de valores está lá, intacta, mas as casas não mais, tampouco os moradores. O pano de fundo para tais inferências compõe-se de uma sociedade tecnocrata, no qual o saber-saber (*episteme*) e o saber-fazer (*tékhnē*) se fundem, produzindo uma mistura quase homogênea.

(...) é *como se* para eles [os pós-modernos] o ato de pensar tivesse a ver intrinsecamente com a eficácia de um mundo crescentemente regido pela fusão entre o saber-saber que desde os antigos gregos, pelo menos, carregou o peso da verdade, e o saber-fazer, que também arcaicamente, e também gregamente, vinha suportando aquelas coisas que nós, humanos, acrescentamos ao que há e se dá de si mesmo. (id. ib.)

Uma vez sustentada pela lógica da eficácia, a pós-modernidade imerge numa busca incansável por produção de resultados. Essa ditadura tecnológica faz com que os efeitos substituam as causas, subvertendo toda a metafísica de Aristóteles. O *para que serve* se apropria do *o que é*, o que, considerando Platão, aumenta significativamente a probabilidade do erro. Válido agora, só mesmo o rendimento, a performance. Para os pós-modernos, “o real, a verdade e o fundamento fazem obstáculo à eficácia, são uma teimosia ressentida que se levanta contra o acontecimento representado pelo advento tecno-lógico” (AMARAL, 2010, p.353).

Baudrillard (1981) batizou a nossa época de “era da simulação” (p. 9). Isto porque a simulação é capaz de eliminar a verdade, a referência e a causa objetiva por completo a partir de práticas verossímeis, ou seja, promovendo a imagem do real em dimensões virtuais. Para ele, “fingir, ou dissimular, deixam intacto o princípio da realidade” (p. 9), enquanto que a simulação “põe em causa a diferença do ‘verdadeiro’ e do ‘falso’, do ‘real’ e do ‘imaginário’” (p. 10).

A simulação parte, ao contrário da *utopia*, do princípio de equivalência, parte da *negação radical do signo como valor*, parte do signo como reversão e

aniquilamento de toda a referência. Enquanto que a representação tenta absorver a simulação interpretando-a como falsa representação, a simulação envolve todo o próprio edifício da representação como simulacro. (BAUDRILLARD, 1981, p.13)

E completa, atribuindo à simulação a responsabilidade por estratégias dissuasivas – cuja intenção é nada mais que manter o sistema em perfeito funcionamento – amplamente empregadas pelas instituições detentoras de poder, como por exemplo os governos, os grandes bancos e as organizações midiáticas.

A pós-modernidade carrega um pessimismo extremo, como que em protesto às promessas não cumpridas pela modernidade. Os ideais de liberdade, fraternidade e igualdade da Revolução Francesa não têm mais espaço na sociedade contemporânea, dando lugar a “categorias zumbi” (BAUMAN, 2001, p.12), mais mortas do que vivas. Para os pós-modernos, estamos diante de uma sociedade cínica, incapaz de intervir em sua própria realidade. “Onde nada mais há, um pós-tudo pode finalmente advir, sem passado, sem causa, sem continuidade. *Quase* sem tempo. Para esse advento é que a História deve acabar” (AMARAL, 2010, p.357). Assim, “o fim da História é *condição*, e não consequência, do advento pós-moderno” (id. ib.). É preciso negar os alicerces, pois há necessidade de se livrar do fundamento. E esse vazio consome, suga, se apodera do homem.

Por toda a parte, hoje em dia, é preciso reciclar os detritos, os sonhos, os fantasmas; o imaginário histórico, feérico, lendário das crianças e dos adultos é um detrito, o primeiro grande resíduo tóxico de uma civilização hiper-real. (BAUDRILLARD, 1981, p.22)

Esse conformismo gera o *mal-estar da pós-modernidade*, isto é, legitima o sofrimento do outro para que uma única parcela (ou poucas) da população desfrute os privilégios ofertados pelo sistema, uma crise identitária que resvala quaisquer ética ou moralidades ainda existentes. E é aí que entra o capital virtualizado, inserido numa lógica neoliberal e globalizante.

Nas rédeas do capital

O domínio do capital se faz presente nas relações de espaço-tempo, no encurtamento das distâncias geográficas, na aquisição de recursos tecnológicos e patentes. Faz-se presente também nas relações interindividuais, no aprendizado e na transmissão de valores, constituindo-se, portanto, como agente ativo na formação da identidade coletiva. Macro e microculturas. Há quem diga que hoje o dinheiro tudo compra, de cargos e bens de consumo a itens abstratos, como amor, amizade e felicidade. De acordo com os dados do Target Group Index, do IBOPE Media, obtidos em pesquisa⁵ para avaliar índices de satisfação com a vida entre países da América Latina, 45% dos entrevistados brasileiros apontam que o dinheiro é o melhor meio de se medir o sucesso de uma pessoa. Em uma linha cronológica de transformações sociais, da modernidade à pós-modernidade, o capital ganhou força. “A competição – entre indivíduos, entre empresas, entre entidades territoriais (cidades, regiões, países, grupos regionais) – é considerada a virtude primordial” (HARVEY, 2005, p.76).

O neoliberalismo, vertente capitalista adotada de forma massiva como doutrina econômica no mundo a partir dos anos 70, promove a iniciativa privada através de desestatização setorial e corporativa, visando aumentar exponencialmente a produção com o mínimo de custo possível. Para isso, depende de mão-de-obra barata, quebra de sindicatos, isenções fiscais, subsídios agrícolas, boa oferta de matéria-prima, legislação ambiental pouco eficiente, entre outros quesitos, e só faz sentido em um universo globalizado, onde todos esses recursos se encontram disponíveis às multinacionais (ou transnacionais) em troca de desenvolvimento e progresso – vale ressaltar, conceitos bastante relativos.

O desvio do projeto da comunidade como defensora do direito universal à vida decente e dignificada para o da promoção do mercado como garantia suficiente da universal oportunidade de auto-enriquecimento aprofunda mais o sofrimento dos novos pobres, a seu mal acrescentando o insulto, interpre-

⁵ Dados auferidos a partir do Portal IBOPE, em notícia publicada no dia 22 de outubro de 2012. Disponível em: <http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Paginas/Pesquisa-aponta-indices-de-satisfacao-com-a-vida-entre-paises-da-America-Latina.aspx>. Último acesso: 23/10/12, às 3h31.

tando a pobreza com humilhação e com a negação da liberdade do consumidor, agora identificada com a humanidade. (BAUMAN, 1998, p.34)

As instituições, seus poderes e funções, confundem-se entre si. A educação aparece em segundo plano, a saúde é sucateada e os acessos a emprego e moradia viram caso de polícia. As políticas públicas nocauteadas enfraquecem os movimentos sociais, condenando os cidadãos à sua própria sorte. “A responsabilidade pela situação humana foi privatizada e os instrumentos e métodos de responsabilidade foram desregulamentados” (BAUMAN, 1998, p.54). Em contrapartida, o esvaziamento do espaço político pelos cidadãos contribui para a manutenção do cenário de descaso social, uma via de mão-dupla. Para Harvey (2005), o neoliberalismo é um sistema paradoxal em essência, já que garante liberdades individuais por uso de força e repressão. “A santidade dos contratos e o direito individual à liberdade de ação, de expressão e de escolha têm de ser protegidos. O Estado tem portanto de usar seu monopólio dos meios de violência para preservar a todo o custo essas liberdades” (p.75).

Na prática, criou-se um abismo entre as classes sociais de maior e menor poder aquisitivo, estimulado tanto pelo consumo quanto pelo desemprego. O consumidor, hoje, constitui-se como um modo de ser sujeito. Enquanto uns aparecem em ascensão, outros muitos estão a ver navios, quando não em acentuado declínio, uma vez que “os neoliberais tendem a favorecer a governança por especialistas e elites” (HARVEY, 2005, p.77).

Atualmente, ‘racionalizar’ significa *cortar* e não criar empregos, e o processo tecnológico e administrativo é avaliado pelo ‘emagrecimento’ da força de trabalho, *fechamento* de divisões e *redução* de funcionários. (BAUMAN, 1998, p.50)

A certeza do não-ser projeta os excluídos ao esquecimento, pois este esquecimento é necessário à manutenção do estilo de vida proposto. Não se trata mais de exército de reserva de mão-de-obra, mas de população marginal.

O desarmamento, a inabilitação e a supressão de jogadores insatisfatórios constituem, pois, um suplemento indispensável da integração mediante sedução numa sociedade de consumidores guiada pelo mercado. Os jogadores incapazes e indolentes devem ser *mantidos fora do jogo*. Eles são o refugio do jogo, mas um produto que o jogo não pode parar de sedimentar sem emperrar. (BAUMAN, 1998, p.56-57)

Para Baudrillard (1981), o capital constitui a “verdadeira violência simbólica da ordem social” (p.23) e o poder “depende, como qualquer outra mercadoria, da produção e do consumo de massas” (p.38). À medida que se busca maximizar a eficiência dos negócios, aposta-se em concentração de empresas, podendo resultar em monopólios ou oligopólios. As organizações mais bem colocadas no mercado engolem, literalmente, as menos expressivas, expulsando-as da teórica *livre competição*.

(...) o capital, imoral e sem escrúpulos, só pode exercer-se por detrás de uma superestrutura moral, e quem quer que seja que regenere esta moralidade pública (pela indignação, pela denúncia, etc.) trabalha espontaneamente para a ordem do capital. (BAUDRILLARD, 1981, p.23)

A imprensa foi seduzida pelo sistema na virada do século XIX para o XX, entregando-se de corpo e alma às suas normas alguns anos depois. Como vimos anteriormente, por volta de 1920, ela já era considerada *indústria da informação*, completamente ajustada à lógica do capital. E assim prosseguiram os dois, a imprensa e o capital, lado a lado, reinventando-se até os dias de hoje numa profunda interdependência. Regente das empresas jornalísticas, a informação transformou a notícia em desejo de consumo.

O jornalismo hoje

“Prometo manter o compromisso com a notícia, esclarecendo e orientando, respeitando sempre os princípios da honestidade, cultuando a verdade, promovendo justiça e paz soci-

al, visando ao progresso do homem” (UFMA, 2008) ⁶. Conforme explicitam as cerimônias de formatura, esse é, ou deveria ser, o lema dos jornalistas em atividade. Uma carreira repleta de missões éticas e funções sociais. De acordo com a Declaração Universal dos Direitos Humanos, de 1948, todos têm direito à liberdade de opinião e expressão em um regime democrático, podendo “procurar, receber e transmitir informações e ideias por quaisquer meios e independentemente de fronteiras” (BUCCI, 2000, p.33) – direito também assegurado pela Constituição Federal de 1988. No entanto, o jornalismo contemporâneo não existe como lugar de acesso livre e direto à informação. Criado para “ser os olhos e ouvidos da sociedade” (BARBOSA, 2007, p.24), o jornalismo enfrenta desafios quanto à valorização da linguagem informativa, que, por essência, precisa se despir de quaisquer valores pré-existentes e beber da fonte da neutralidade.

A concentração de poder na mídia no século XX tornou-se uma fonte cada vez maior de preocupação pública entre 1961 e 1981. Ela embaçou não apenas a maioria das possíveis linhas divisórias entre informação e entretenimento (com um pouco de educação no meio), mas também a linha que separa os partidos políticos entre esquerda e direita e, por fim, as diferenças entre as mídias. (BRIGGS e BURKE, 2006, p.211)

Como falar em uma abordagem imparcial se a própria seleção dos temas tratados no noticiário já corresponde a uma determinada visão de mundo (e não outra) do jornalista? Somando-se a isso – em parcelas não menos importantes da equação – as restrições impostas pelos rígidos e tendenciosos editoriais e pelo capital, a situação se agrava. Torna-se impossível corresponder às expectativas éticas da profissão uma vez inserida na mídia tradicional. Falamos de megagrupos empresariais, cujos interesses políticos e financeiros correspondem a padrões de pensamento conservador e de consumo. As notícias são reificadas e, como produto, representam valor de troca. A velocidade da transmissão se torna mais interessante que a qualidade da informação.

⁶ Juramento disponível em: <http://www.ufma.br/arquivos/4002.pdf>. Acesso em 07/11/12.

O discurso hegemônico, vociferado pelas elites dominantes, constitui o que entendemos por indústria da informação atual, exercendo forte influência política, sociocultural e econômica para, principalmente, atuar na manutenção das macroestruturas de poder. “Estado, hegemonia e cultura são dimensões dos mecanismos de exercício de dominação de classe e da reprodução social” (BARBOSA, 2007, p. 111). Nesse sentido, dos tempos da radiodifusão à televisão, os conceitos de *cultura* e *público de massa* passam a acompanhar as atividades do jornalismo tradicional quase que como um estigma.

Em 1930 havia aproximadamente 14 milhões de aparelhos de rádio em uso, e esse número, em um ambiente de depressão [crise de 29], era apenas o começo da ‘idade do ouro’, quando o rádio se tornou acima de tudo um meio de comunicação de massa (BRIGGS e BURKE, 2006, p.222).

Já “em meados da década de 1960 mais de 90 países tinham estações de televisão. A audiência global alcançava agora mais de 750 milhões” (BRIGGS e BURKE, 2006, p.240).

O impresso, que antes reinava solitário como o rei do jornalismo no Brasil e no exterior, hoje perdeu espaço para novas mídias, embora continue sendo bastante expressivo. Por estimativa⁷ da Associação Nacional de Jornais (ANJ), baseada em dados do Instituto Verificador de Circulação (IVC), são vendidos, em média, 4,6 milhões de exemplares por dia no mercado brasileiro. Os líderes de público⁸ são o *Super Notícia*, de Minas Gerais, com tiragem anual de 293.572 e a *Folha de São Paulo*, com 286.398. Já para o censo demográfico de 2010⁹, realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a televisão é o bem durável mais presente nos domicílios do país, ganhando até mesmo de geladeira e fogão.

⁷ Dados auferidos a partir do Portal ANJ, disponíveis em: <http://www.anj.org.br/a-industria-jornalistica/jornais-no-brasil/circulacao-diaria>. Acesso em 23/10/12.

⁸ Dados auferidos a partir do Portal ANJ, disponíveis em: <http://www.anj.org.br/a-industria-jornalistica/jornais-no-brasil/maiores-jornais-do-brasil>. Acesso em 23/10/12.

⁹ Dados auferidos a partir do Portal IBGE, disponíveis em: ftp://ftp.ibge.gov.br/Censos/Censo_Demografico_2010/Familias_e_Domicilios/tab1_2.pdf. Acesso em 23/10/12.

A retórica do improviso, construída de maneira frequente pela televisão, promove a aproximação do texto ao sentimento. Daí a permissividade para a expressão, a emoção, sentimentalismos que irrompem muitas vezes uma narrativa que, em princípio, precisaria de distanciamento. (BARBOSA, 2007, p.179)

Os computadores vêm logo atrás, um pouco abaixo da marca dos telefones fixos, mas acima das motocicletas e automóveis. Por enquanto, a internet abarca uma pequena fatia das residências nacionais, mas apresenta um potencial de crescimento riquíssimo, já atestado em outros países da Europa, Ásia e América do Norte, por exemplo.

A plataforma, criada para fins militares durante a Guerra Fria, ganha novos ares em 1993, com a World Wide Web (www), “a rede das redes” (BRIGGS e BURKE, 2006, p.300), que seria “aberta a todos” (id. ib.), sem custo. “Semelhante à mídia – e pela mídia -, ela oferecia informação, entretenimento e educação. Ao contrário de tudo isso, porém, cresceria a partir de baixo, sem direcionamento por parte do governo” (BRIGGS e BURKE, 2006, p.303). Ainda que recebida com muito entusiasmo, já que “liberava e dava poder aos indivíduos, oferecendo vantagens sem precedentes à sociedade” (BRIGGS e BURKE, 2006, p.302), alguns estudiosos duvidaram. E essa dúvida permanece. Será o jornalismo uma atividade em constante (des)construção? Para que a internet seja, de fato, uma alternativa à crise do jornalismo tradicional, ela não pode reproduzi-lo e ser menos em mais.

Não é mais apenas a questão do poder da mídia que está em foco. O que está em jogo é a produção de novas sociabilidades reguladas por estes aparatos tecnológicos que instauram relações dialógicas e produzem subjetividade. Os corpos passam a ser, de maneira quase que simbiótica, afetados pelas relações de comunicação. (BARBOSA, 2007, p.147)

A falta de envolvimento com as pautas por parte dos jornalistas é tremenda. Quase não há mais cobertura presencial, tudo se faz por e-mail ou telefone. O descompromisso com a apuração corrobora as visões fechadas das agências de notícias, além de imprimir, com frequência, versões exclusivas de assessorias de imprensa, que defendem e vendem a imagem de

seus clientes. De acordo com o relatório de pesquisa do Ibope¹⁰ sobre avaliação da credibilidade das instituições nacionais, os meios de comunicação estão muito à frente de órgãos político-sociais consagrados como o Congresso Nacional e os partidos políticos – ambos não inspiram “nenhuma confiança”, o que deixa clara a extrema influência midiática sobre a opinião pública e reforça a conjuntura pós-moderna de *categorias zumbi* e neoliberais, de desregulações do Estado. “O mundo contemporâneo aparece com toda a sua complexidade via expressão narrativa dos meios de comunicação” (BARBOSA, 2007, p.234).

Considerações Finais

Em suma, para Barbosa (2007), “já que não há cidadania suficiente para a população falar e chegar às cercanias do poder, cabe ao jornalismo o papel auto-instituído de intermediar as chamadas causas do povo”. A crise da representação política aliada às superestruturas detentoras do poder, como bancos e multinacionais, cria toda a condição para uma personificação do jornalismo enquanto uma espécie de justiceiro social. Ao invés de legitimar essa atuação para lá de questionável, é necessário contestá-la. Contestar a legitimidade das superestruturas que deveriam ser representativas e não o são, que estão deixando de ser. É necessário retomar os ensinamentos da Filosofia para voltar a questionar. Buscar a essência das coisas, render-nos ao “O que é isto?” – a pergunta do sentido e da verdade.

Torna-se impossível pensar em critérios de objetividade, neutralidade e veracidade na produção jornalística contemporânea, pois, além do jogo de interesses entre governo e capital, como vimos, e da idealização de um novo sistema de pensamento paralisante pelo conformismo, existe a questão da própria linguagem, do profissional em si enquanto ser. É inviável despir-se totalmente de uma visão de mundo já pré-estabelecida, pré-determinada por experiências anteriores, que incute parâmetros interpretativos (ainda que implícitos) na mensagem. No entanto, é justamente no inviável que se deve atuar. É preciso reinventar-se e suscitar “propostas que não são conselhos” (BUCCI, 2000, p.203), mas diretrizes.

¹⁰ Dados auferidos a partir de pesquisa de opinião pública realizada pelo Ibope Inteligência, disponíveis em: <http://www.ibope.com.br/pt-br/conhecimento/relatoriospesquisas>. Acesso em 25/10/12.

É preciso apostar no diferencial da internet, este novo meio de comunicação que ganha cada vez mais força no Brasil e no exterior. Ele possibilita conteúdos maiores, matérias com análises mais profundas e convergência de mídias, como vídeo, fotos, áudio, hiperlink e texto a preços irrisórios – às vezes, até mesmo gratuitos – se comparado às plataformas tradicionais. É a chance de usar a tecnologia a favor de um pensamento crítico e reflexivo, embarreirando o fluxo da lógica da eficácia. Reivindicar ao Estado o pleno acesso à informação e o direito à liberdade de expressão. Potencialmente, há sim uma maior democratização na era digital, que prima por interatividade e pluralidade de vozes, no entanto, cautela é sempre bem-vinda. Os riscos da comercialização existem e são muitos, sem contar os riscos da credibilidade a qualquer custo.

Essa viagem aos fundamentos, às origens da prática jornalística, é uma tentativa de revisitar o passado para prospectar o futuro. Um povo sem memória não se reconhece como sujeito de sua própria história e, portanto, não constrói identidade. Vivemos hoje numa espécie de presente contínuo, sem referência e sem perspectivas. Não se trata aqui de tradicionalismos. A defesa não é pela preservação de um jornalismo mumificado – o romântico –, mas por um resgate de sua memória cultural para que possamos ressignificá-lo. Mais importante do que responder é perguntar. Este artigo se encerra com uma provocação – um convite à presença, um chamado ao desvelo: se os pós-modernos estiverem mesmo certos, nada nos resta fazer a não ser aceitar, mas e se estiverem errados? Na dúvida, trabalhemos.

Referências Bibliográficas

- AMARAL, Marcio d'. Sobre Tempos e História: o paradoxo pós-moderno. In: LEÃO, Emmanuel Carneiro. **Pensamento do Brasil**, v.1. Rio de Janeiro: Hexis, 2010, p. 351-369.
- _____. Amor e Verdade na Cultura Contemporânea. Rio de Janeiro, UFRJ, 15 out. 2011. Aula ministrada a ex-alunos de Comunicação Social da ECO-UFRJ, no Campos da Praia Vermelha.
- BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e Simulação**. Lisboa: Relógio D'Água, 1981.
- BARBOSA, Marialva. **História Cultural da Imprensa (Brasil – 1800-1900)**. Rio de Janeiro: Mauad, 2010.
- _____. **História Cultural da Imprensa (Brasil – 1900-2000)**. Rio de Janeiro: Mauad, 2007.



Sociedade Brasileira de Estudos
Interdisciplinares da Comunicação

*Iniciacom – Revista Brasileira
de Iniciação Científica em
Comunicação Social*

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

_____. **O mal-estar da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma história social da mídia – De Gutenberg à internet**. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.

BUCCI, Eugênio. **Sobre ética e imprensa**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

GARCIA-ROZA, Luiz Alfredo. **Palavra e Verdade: na filosofia antiga e na psicanálise**. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

HARVEY, David. **O Neoliberalismo – história e implicações: O Estado neoliberal**. São Paulo: Loyola, 2005, 75 p.

MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tania Regina. **História da Imprensa no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2008.

NIETZSCHE, Friederich. **O Crepúsculo dos Ídolos**. Porto Alegre: L&PM Editores, 2009.

PLATÃO. **Górgias**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.