

# O mundo dos jornalistas: aspectos teóricos e metodológicos

Fábio Henrique Pereira\*

## Resumo

Este artigo se propõe a debater, por meio de uma revisão de bibliografia, a pertinência do conceito sociológico de *mundo social* aplicado aos estudos sobre Jornalismo. Fundamentado na tradição do interacionismo simbólico, esse conceito é geralmente utilizado para analisar fenômenos cujo reconhecimento social existe, sem a necessidade de estarem situados apenas em um espaço institucionalizado. Nesse caso, entende-se que a compreensão sobre o Jornalismo não pode se limitar às práticas da redação, mas se estende por diferentes esferas sociais. Para funcionar, o Jornalismo depende de uma rede de cooperadores que inclui as fontes, o público, os articulistas, cronistas, os assessores de imprensa, os anunciantes, os gráficos, os produtores de papel e tinta, etc. O conceito permite escapar a uma visão essencialista sobre Jornalismo, situando-o como uma realidade social construída a partir das interações simbólicas entre diferentes atores. Trata-se também de uma teoria sociológica de médio alcance, cuja aplicação permite abordar as dinâmicas de funcionamento e transformação do espaço jornalístico, além de questões relativas à identidade e práticas sócio-discursivas.

**Palavras-chave:** Jornalismo. Mundo social. Interacionismo simbólico. Transformação. Identidade e práticas.

## Journalists worlds: theoretical and methodological aspects

### Abstract

This paper proposes to discuss, through a bibliography revision, the pertinence of the sociological concept of *social world* applied to Journalism studies. Founded at symbolic interactionism tradition, this concept is generally used to study phenomenon which social recognize exists, but not necessarily in an institutionalized space. In this case, we understand that Journalism comprehension must not be limited to newsmaking process, but is extensible to different social spheres. To operate, Journalism depends of a net of cooperation that includes

---

\* Jornalista, doutor em Comunicação e pesquisador-associado ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília. É também assessor de comunicação do Portal de Periódicos da Capes. Como pesquisador especializou-se em metodologia de pesquisa, Jornalismo on-line e identidade profissional dos jornalistas. E-mail: fabiop@gmail.com.

sources, public, opinion writers, press services, advertisers, printers, paper and ink manufactures, etc. This concept allows escaping from an essentialist vision about Journalism to define it as a social reality constructed by symbolic interactions between different actors. It is also a sociological theory of the middle range, which application allows approaching functioning and changing dynamics of journalistic sphere and also questions concerning identity and social-discursive practices.

**Keywords:** Journalism. Social world. Symbolic interactionism. Changing. Identity and practices.

## El mundo de los periodistas: aspectos teóricos y metodológicos Resumen

Este artículo tiene la finalidad de discutir, a partir de una revisión de bibliografía, la pertinencia de la noción sociológica de *mundo social* aplicada a los estudios de Periodismo. Basado en la tradición del interaccionismo simbólico, este concepto es generalmente utilizado para analizar los fenómenos socialmente reconocibles sin la necesidad de estaren situados en un espacio institucionalizado. En este caso, se entiende que la comprensión sobre el Periodismo no puede limitarse a la práctica de producción noticiosa, sino abarca diferentes esferas sociales. Para funcionar, el Periodismo depende de una red de colaboradores que incluye las fuentes, el público, los articulistas y cronistas, los asesores de prensa, los anunciantes, los gráficos, los productores de papel y tinta, etc. El concepto permite escapar de una visión esencialista sobre el Periodismo, situándolo como una realidad socialmente construida a partir de la interacción simbólica entre los diferentes actores. También es una teoría sociológica de mediano alcance, cuya aplicación permite comprender tanto las dinámicas de funcionamiento y transformación del espacio periodístico como cuestiones relativas a la identidad y sus prácticas socio-discursivas.

**Palabras clave:** Periodismo. Mundo social. Interaccionismo simbólico. Transformación. Identidad y prácticas

## Introdução

Nos últimos anos, os estudos sobre o Jornalismo no Brasil e no mundo lusófono têm experimentado grandes avanços. A criação da Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), de grupos e redes de pesquisa, contribuiu para o fortalecimento institucional do campo. Ao mesmo tempo, observa-se um esforço de sistematização de estudos e mes-

mo de criação de um corpo teórico específico a essa área do conhecimento<sup>1</sup>.

Dentro desse cenário, nos parece importante contribuir um pouco para o desenvolvimento do campo, trazendo à tona discussões em torno da necessidade de se aplicar ao Jornalismo, teorias e estudos que ajudem a explicar suas dinâmicas de funcionamento e transformação. Negligenciar esse tipo de abordagem nos estudos sobre Jornalismo pode levar à falsa impressão de que existiria uma suposta ‘natureza’ dessa prática. Enquanto construto histórico, o Jornalismo está imerso na processualidade do meio social. Da mesma forma que sua produção deve ser situada como uma prática simbólica que constrói socialmente a realidade, o próprio objeto Jornalismo deve ser visto como integrante dessa realidade socialmente construída (PEREIRA, 2007a). Esse tipo de olhar sobre a atividade, dirigido, na maioria das vezes, por sociólogos, antropólogos e historiadores, também deve ser partilhado por pesquisadores do próprio campo da Comunicação<sup>2</sup>.

Algumas discussões sobre essa abordagem já foram realizadas pelos professores da *Réseaux d'études sur Le Journalisme* (REJ), um grupo internacional de pesquisa, composto por brasileiros, franceses, canadenses e mexicanos. Do debate, já resultaram duas publicações coletivas<sup>3</sup>. Nelas, alguns autores vão contrapor a idéia da prática

<sup>1</sup> Sobre o assunto, ver: PENA, Felipe. *Teoria do Jornalismo*. São Paulo. Editora Contexto. 2005; SOUSA, J. P. *As Notícias e os Seus Efeitos*. Coimbra: Minerva, 2000; TRAQUINA, N. ‘As notícias’ in TRAQUINA, Nelson (org.) *Jornalismo: Questões, teorias, histórias*. 2ª ed. Lisboa: Vega, 1993, pp. 167-176; TRAQUINA, N. *O Estudo do Jornalismo no Século XX*. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2001; TRAQUINA, N. *Teorias do Jornalismo, porque as notícias são como são*. 2ª ed. Florianópolis: Insular, 2005.

<sup>2</sup> A dificuldade está justamente em articular essas duas instâncias de construção da realidade. Sobre o assunto, Boyer & Hannerz (2006: 08), explicam que “The ethnography of journalists offers more fine-grained insights, on the one hand, into the mediating practices of representation and circulation without which there would be no media, and, on the other, into the institutional and professional schemes and technical instrumentaria that wreathe, suffuse, and to some extent set conditions of possibility on the mediating labors of journalism”

<sup>3</sup> RINGOOT, R. e UTARD, J.-M. (orgs.). *Le journalisme en invention*. Nouvelles pratiques, nouveaux acteurs. Rennes : PUF, 2005; AUGEY, D; DEMERS, D; TÉTU, J-F (orgs.). *Figures du journalisme*. Brésil, Bretagne, France, La Réunion, México, Québec. Québec: PUL, 2008.

jornalística enquanto uma *formação discursiva* (FOUCAULT, 1969; RINGOT & UTARD, 2005) a outros conceitos pertinentes à análise do objeto, como o de *campo jornalístico* (BOURDIEU, 1997; 2002; CHAMPAGNE 1993; MARCHETTI, 2002) e a noção de *paradigma* (BRIN, CHARON & BONVILLE 2004).

Neste artigo, tentaremos trazer para esse debate o conceito de *mundo social* para as pesquisas sobre o Jornalismo. Será abordada a pertinência do termo e sua aplicabilidade. Para sustentar nossos argumentos, faremos uso de exemplos retirados do cotidiano do mundo dos jornalistas, de trabalhos alheios, de outras pesquisas individuais e de nossa tese de doutoramento<sup>4</sup>, *Os jornalistas-intelectuais no Brasil: identidades, práticas e transformações no mundo social*, cujas análises se fundamentaram na aplicação direta do conceito.

### **O interacionismo simbólico e os pressupostos teóricos do conceito de mundo social**

O conceito de mundo social se ampara abordagem sociológica do interacionismo simbólico. Grosso modo, essa perspectiva centra sua análise na maneira como as linhas de comportamento são elaboradas pelos atores tendo em vista os limites da ação do seu interlocutor. Tais atores não se resumem às pessoas, podendo haver interações com objetos físicos, grupos sociais, instituições, conceitos e abstrações. Cada interação se fundamenta em um processo complexo em que o indivíduo busca orientar suas ações a partir da forma como ele interpreta e antecipa a reação do outro. Efetivada essa reação, o sujeito reavalia sua linha de conduta e a orienta para a interação subsequente.

Convergindo com as perspectivas construtivistas (SCHUTZ, 1967; HERITAGE, 1991), o interacionismo simbólico destaca o caráter contextual da ação social, na medida em que as motivações subjacentes a ela devem ser situadas no ato da interação, na forma como o indivíduo define e interpreta o objeto sobre o qual ele se relaciona. Para essa abordagem, toda interação é simbolicamente

<sup>4</sup> Tentaremos aqui trabalhar as condições expostas por Anselm Strauss (1992) para a realização de um bom trabalho de pesquisa: sensibilidade teórica, qualidade do material empírico e também experiência pessoal do pesquisador.

mediada. Ela pressupõe que o ator social se oriente de acordo com a representação que faz do outro. A construção desse outro remete a uma série de presunções sobre o interlocutor, algumas ligadas a experiências individuais, mas também a contextos coletivos, a uma dimensão que poderíamos chamar de estrutural, operacionalizada por um dos criadores dessa perspectiva, o filósofo e psicólogo social George W. Mead (1934, p.155-156), pelo conceito de “outro generalizado” (*generalized other*).

O interacionismo simbólico busca, portanto, incorporar duas dialéticas fundamentais à compreensão da sociedade. Primeiro, a idéia de que toda interação é um processo de ação sobre o outro (indivíduo, grupo, comunidade), no plano simbólico (das ‘palavras’) e também no plano concreto da vida social (das ‘coisas’). Segundo, porque essa relação se articula nas dimensões estrutural/sociológica e individual/psicológica.

A especificidade dessa perspectiva está justamente na forma como a interação simbólica deve ser entendida como um *locus* privilegiado de análise dos fenômenos sociais. Os interlocutores envolvidos no processo interativo orientam, confrontam, confirmam ou modificam suas visões de mundo e práticas tendo em vista a relação com o outro. Nesse sentido, a interação adquire um caráter evolutivo e transformador, construindo a identidade e a conduta individual, ao mesmo tempo em que funciona como instância de construção da realidade social (STRAUSS, 1992. STRAUSS et al.,1964)

Partindo desses pressupostos, o conceito de *mundo social* constitui-se no que Merton (1970) chama de “teoria social de médio alcance”, um modelo analítico capaz de aproximar as abstrações de caráter teórico expostas pelo interacionismo simbólico a eventos observados no cotidiano das sociedades. Além disso, traduz e amplia a idéia da interação em um conjunto de conceitos e procedimentos que abrangem desde a identidade e as práticas individuais até mudanças mais abrangentes, de ordem estrutural. Nesse sentido, defendemos sua aplicabilidade nos estudos sobre o Jornalismo.

## O mundo dos jornalistas

Um mundo social consiste em uma rede de pessoas envolvida na realização de uma atividade cooperativa (BECKER, 1982;

GILMORE, 1990; STRAUSS, 1992). Elas coordenam as práticas tendo como base um corpo de entendimentos, de interesses e de artefatos necessários à realização de um ato social maior. Os mundos são diferentes das instituições e das organizações, pois suas dinâmicas de funcionamento não estão necessariamente fundamentadas em relações de poder, autoridade ou dominação (GILMORE, 1990, p.152). Além disso, a participação dos indivíduos não depende de um pertencimento institucional. Ela está associada apenas às formas convencionais de atuar na realização dessa atividade. Por isso, “pertencer a todos esses mundos sociais implica em engajamentos variados de ordem geram que ultrapassem os engajamentos específicos e facilmente perceptíveis elos escritórios, as instituições, organizações, bandos e especialidades em relação com o mundo social<sup>5</sup>” (STRAUSS, 1992, p.173).

Com exceção do livro *O mundo dos jornalistas*, de Isabel Travancas (1992), constata-se uma carência de aplicação desse conceito ao campo da Comunicação no Brasil. Por isso, para definirmos e trabalharmos com essa conceito, recorreremos aqui a alguns pressupostos adaptados da obra de Howard S. Becker (1982), *Art Worlds* (“Mundos da arte”) e das conclusões extraídas do citado livro de Travancas.

### Redes de colaboradores e a extensão de um mundo social

Um mundo social é formado por uma “rede de cooperação” (*net of cooperation*), cujos atores participam, em diferentes graus, da sua atividade fim. Essa rede não se limita ao que Becker (1982, p.13) chama de “âmago” (*core*) de um mundo social, ou seja, a um conjunto restrito de atividades plenamente identificadas com determinada prática social. Um mundo social, na verdade se estende, por toda a sociedade, interagindo com diferentes espaços, domínios e atores.

---

<sup>5</sup> Tradução do autor de: “ appartenir à tous ces mondes sociaux implique des engagements variés d’ordre général que dépassent les engagements plus spécifiques et facilement perceptibles pour les bureaux, les institutions, organisations, cliques et spécialités en relation avec le monde social”.

Para o senso-comum, Jornalismo é associado a certas atividades que compõem o seu âmago, geralmente ligadas à produção do noticiário (a apuração, redação e edição), feita por jornalistas, a partir do espaço das redações (BAHIA, 1990, p.9). Essa definição é suficientemente arraigada nas sociedades que serve como fundamento de uma parte expressiva de pesquisas etnometodológicas sobre as rotinas de produção dos jornalistas, realizadas desde os anos 1970 (TRAQUINA, 2001, p.94).

Um olhar mais atento, entretanto, mostra que a rede de cooperação que compõe o mundo dos jornalistas vão muito além dessas práticas. Por um lado, os produtos jornalísticos impregnam vários outros teatros da experiência social (BOYER & HANNERZ, 2006, p.6). Além disso, sua produção no interior das redações depende de um número expressivo de atores sociais, não-jornalistas, como os *office boys*, as secretárias, os técnicos em informática, seguranças, gerentes e diretores de empresas de comunicação (TRAVANCAS, 1992, p.101). Envolve ainda colaboradores externos, como as fontes, o público, os articulistas, cronistas, os assessores de imprensa, os anunciantes, os publicitários, os donos das bancas de revista, os gráficos, os produtores de papel e tinta, etc. Sem eles, um jornal não poderia sair ou não sairia da forma como normalmente é concebido.

O conceito de rede de cooperação, sua extensão e as relações que ele estabelece na produção do ato social maior que caracteriza o mundo dos jornalistas é fundamental para compreendermos aspectos do Jornalismo que escapam às abordagens de caráter essencialista e funcionalista. Os questionamentos sobre as rotinas produtivas de um jornal não podem ignorar as interações estabelecidas com as fontes (HALL et al., 1993; SCHLENSIGER, 1992) e com o público (RUELLAN, 2006, p.05). Também, os despachos enviados pelas agências de notícia e pelos setores de comunicação institucional ocupam um lugar cada vez maior na composição do noticiário. Se pensarmos bem, uma greve dos gráficos ou um corte na produção de papel possui, nos dias de hoje, maior probabilidade de atrapalhar ou mesmo impedir a publicação de um jornal impresso do que uma paralisação dos jornalistas, personagens que, por definição, ocupam um lugar central na produção do noticiário.

No campo da identidade, essas considerações ajudam a trabalhar melhor os conflitos em torno de quem deve exercer as atividades consideradas essenciais ao mundo social. Se o Jornalismo não depende apenas das práticas de reportagem, figuras externas à redação ou não-praticantes desse gênero, como os assessores de imprensa e os jornalistas-intelectuais, podem, em alguns casos, reivindicar a identidade de jornalistas ou rediscutir sua inserção como integrantes desse espaço.

No caso da comunicação institucional, todo o debate sobre a atribuição do estatuto de jornalista aos profissionais que trabalham em assessorias de imprensa se organiza em torno do que deve ser definido como âmagô ou “natureza” da prática jornalística. Como mapeamos em trabalhos anteriores (PEREIRA, 2006; 2007b), os argumentos contrários à inclusão dos assessores ao âmagô do Jornalismo se prendem fundamentalmente à idéia que somente o trabalho realizado nas empresas de comunicação garante a credibilidade e a legitimidade de um trabalho verdadeiramente jornalístico. Os defensores, por outro lado, colocam a definição desse âmagô em outro patamar, no qual o processo de difusão de informações de interesse público independe do tipo de instituição envolvida nessa atividade. Nesse caso, um assessor de imprensa cuja produção obedece aos critérios de interesse público pode ser jornalista, mesmo que nunca tenha pisado numa redação.

Observa-se, nesse caso, um impasse que uma reflexão essencialista (‘Qual a verdadeira natureza do Jornalismo’) ou funcionalista (‘qual a função no Jornalismo na sociedade?’) é incapaz de resolver. Isso porque esses discursos podem ser apropriados tanto para incluir, quanto para excluir o estatuto de assessor de imprensa dentro do rol de práticas que merecem a identidade profissional de jornalista. Daí a necessidade de não se limitar a análise às dinâmicas e as visões que são emitidas de dentro, tendo como referência apenas o grupo profissional (RUELLAN, 1993; 2006). É preciso, na verdade, trabalhar também com as práticas de outros integrantes do mundo social. Santa’Anna (2005) e Moura et all (2008) mostram, por exemplo, como as ações desenvolvidas pelas entidades sindicais (que definem o jornalista pela posse do registro profissional, indepen-



dente de atuarem em empresas jornalísticas ou em assessorias de comunicação), pelas instituições não-midiáticas, públicas e privadas (que contratam jornalistas para divulgarem suas ações junto à mídia e ao público) e pelo próprio público (que pode eventualmente reconhecer e legitimar essas práticas e profissionais como pertencentes ao mundo dos jornalistas) fornecem explicações mais adequadas ao processo de expansão das fronteiras profissionais (RUELLAN, 1993) e de redefinição do âmago dessa atividade no Brasil.

Da mesma forma, ao analisarmos os jornalistas-intelectuais brasileiros, profissionais que se caracterizam por possuírem relações de duplo pertencimento ou dupla identidade, transitando em espaços de convivência entre a imprensa, o meio político e o intelectual, exploramos melhor a extensão da rede de colaboradores desse mundo social (PEREIRA, 2008, p.203-204). Observamos, nesse caso, que além das interações realizadas com atores situados próximo ao âmago do Jornalismo – os pares jornalistas, as fontes, o público e os patrões – os jornalistas-intelectuais devem parte do seu status às relações com diferentes grupos sociais, presentes no decorrer das suas trajetórias sócio-profissionais. Destacamos, nesse caso, a ação dos intelectuais, do Estado, do mercado, dos editores e críticos literários, partidos políticos, sindicatos e movimentos sociais, entre outros, como co-responsáveis pela atribuição da identidade desse grupo. Nossas conclusões apontaram ainda para uma reputação que é adquirida dentro de uma espécie de mosaico de interações, que se entende por praticamente toda a sociedade. Esse caráter fragmentário oferece uma descrição bastante adequada do mundo social, da sua extensão variável, da imprecisão das fronteiras que regem a atividade jornalística.

### Jornalismo e convenções

Todo mundo social é marcado por um conjunto de convenções. Elas decidem os termos da cooperação, tornando as decisões mais simples e providenciam a base para que os participantes possam atuar juntos e de forma eficiente na produção de um tra-

balho<sup>6</sup>. Seguindo esse ponto de vista, a periodicidade de um veículo, as rotinas de uma redação (pauta, apuração, redação, edição, diagramação) e as técnicas jornalísticas (*lead* e pirâmide invertida) se constituem em convenções correntes no mundo dos jornalistas. Do ponto de vista convencional, o processo de produção de notícias passa ser visto como uma dinâmica interativa, “onde diversos agentes sociais exercem um papel ativo no processo de negociação constante” e cuja necessidade de prever a cobertura dos fatos se materializa em um conjunto de rotinas produtivas (TRAQUINA, 2001, p.64).

As convenções variam conforme o grau de formalização. Podem ser sistematizadas no mundo dos jornalistas por meio de códigos deontológicos, leis, manuais de redação, de um corpo de conceitos e teorias, presente em livros e ensinado nas faculdades. Ou podem existir de forma menos formal, partilhadas apenas pelos que participam de determinada atividade diretamente ligada ao *métier*. O trabalho de leitura diária dos jornais concorrentes como ponto de partida para as pautas – o que Bourdieu (1997, p. 32) chamou de “circulação circular da informação” – e a prática do *pool* – o compartilhamento das informações entre os jornalistas designados por determinadas coberturas – são exemplos de convenções não-codificadas, mas que são rotineiramente adotadas no mundo dos jornalistas.

Parte dessas convenções é socializada a todos os integrantes do mundo social, de forma a coordenar sua participação na rede de cooperação. Um assessor de imprensa precisa estar atento às rotinas e à linha editorial de um jornal. O público geralmente conhece os formatos narrativos canônicos do Jornalismo. Uma empresa de publicidade deve conhecer os *deadlines* e a linha editorial do veículo onde quer anunciar. Certas convenções são tão ligadas a um desses mundos que são experienciadas como se fossem parte da cultura, da estrutura social. A periodicidade dos jornais é um exemplo típico desse fenômeno. Outras são suficien-

---

<sup>6</sup> Nesse sentido, as convenções correspondem, numa dimensão mais ampla, ao sistema normativo que delimita certas características de uma interação, permitindo aos atores anteciparem as reações do outro e orientarem suas ações.

temente estáveis no mundo social para serem utilizadas no treinamento de novos membros. É caso das técnicas de redação ensinadas nos cursos de Jornalismo. Algumas possuem caráter normativo ou se propõem à defesa do grupo social. Fazem parte desse tipo de convenção a noção de objetividade no Jornalismo, a regra de ouvir os dois lados e os códigos deontológicos.

Mesmo quando estão arraigadas ao mundo social, as convenções não são imutáveis. Como parte integrante de uma ordem negociada, elas dão margem a formas distintas de interpretação e mudança. “Convenções representam a ajustamento contínuo das partes cooperadoras para a mudança das condições nas quais eles praticam, quando as condições mudam, eles mudam?” (BECKER, 1982, p.59).

De fato, as convenções dificilmente conseguem cobrir todas as situações vividas no âmbito de um mundo social. Isso abre margem para a introdução de inovações destinadas a resolver contextos específicos. Algumas delas podem ser incorporadas ao mundo social, desde que aceitas pelos demais membros. Foi o que aconteceu na década de 50 no Brasil, com a introdução de técnicas como o *lead*, a pirâmide invertida e a noção de objetividade. Outras convenções podem ficar restritas a um contexto ou a um grupo de colaboradores (como no caso do Novo Jornalismo norte-americano) ou podem ainda desaparecerem (como o antigo estilo do “nariz de cera”, utilizado na abertura dos textos jornalísticos até a década meados do século XX).

A opção por inovar ou continuar utilizando as convenções no mundo social remete à forma como um membro concilia seus interesses (de experimentação ou solução de um problema específico) e o modo como essas mudanças são aceitas e partilhadas pelos demais participantes. Sempre é possível fazer diferente, desde que se pague o preço por isso: maior esforço, menor circulação, perda do emprego, etc. Por isso, o mundo social pode ser visto como uma combinação de aspectos convencionais e inovadores (BECKER, 1982, p.59).

---

<sup>7</sup> Tradução do autor de: “Conventions represent the continuing adjustment of the cooperating parties to the changing conditions in which they practice, as conditions changes, they change”.

## Escolhas e reputação

A relação entre o indivíduo e o mundo social é cotidianamente vivenciada nas escolhas feitas pelos participantes. Escolhas são, na verdade, interações que um membro realiza com ou tendo em vista os demais atores envolvidos nas atividades de cooperação do mundo social. As escolhas podem ou não ser verbalizadas e sempre levam em conta a existência de um interlocutor – mesmo que não seja necessariamente uma pessoa. É a partir delas que o sistema convencional é colocado em prática, podendo ou não ser aceito, levando ou não a inovações no mundo social. O ato social maior que caracteriza um mundo social é, na verdade, o resultado dessas infindáveis escolhas. A veiculação de uma notícia em um jornal pode ser definida dessa forma. Ela envolve, por exemplo, a escolha da pauta, das fontes, das perguntas feitas ao entrevistado, do enquadramento adotado, da melhor forma de redigir, de editar, de diagramar, do horário escolhido para o fechamento, do papel e do tipo de impressão adotados, da forma de distribuição, da decisão de comprar o jornal, de ler determinada notícia, de como interpretá-la, etc.

As escolhas subjacentes à produção jornalística não são necessariamente racionais ou coerentes – embora um olhar apressado possa dar a impressão de que elas são orientadas pela manutenção da funcionalidade do sistema. Nesse caso, é possível integrar às pesquisas sobre o produto jornalístico (análises de conteúdo, de discurso, pragmática, etc.), questões relativas à processualidade da sua confecção, expressa pelas escolhas realizadas por membros pertencentes às redes de cooperação. Do ponto de vista do conceito de mundos social, uma análise da cobertura de determinado veículo sobre o governo Lula, por exemplo, deve remeter à conjuntura nacional e ao do posicionamento ideológico de veículo, mas também a aspectos do cotidiano com o jornalista, suas relações com as fontes, editores, podendo chegar ainda à recepção desse texto pelo leitor.

Na medida em que trabalha conjuntamente produção e produto, o conceito de mundo social evidencia como, mesmo nas situações mais cotidianas, cobertas em sua maioria pelo sistema de convenções, o mundo social sempre envolve instâncias de nego-

ciação entre diferentes atores (BOYER & HANNERZ, 2006). Remete-se, portanto, à tensão subjacente à prática jornalística, entre a estabilidade sócio-cognitiva dessa atividade e os diferentes graus de inovação e mudança que vão afetá-la (CHARRON; BONVILLE, 2004).

Ao trabalharmos um espaço social em termos de escolha, abre-se ainda a possibilidade de cobrirmos situações de âmbito micro-sociológico, como, por exemplo, a trajetória de um indivíduo ou grupo sócio-profissional. Nesse caso, as escolhas evidenciam como a conquista de um status ou de uma posição no mundo social não é fruto do acaso ou de uma ordem lógica e unidirecional – embora algumas escolhas possam ser previstas no âmbito das carreiras profissionais (STRAUSS, 1992, p.114), mas das dinâmicas de interação simbólica.

Na pesquisa sobre os jornalistas-intelectuais, percebemos, por exemplo, como um grupo aparentemente análogo refletia uma diversidade de escolhas - engajar-se politicamente, publicar um livro, ingressar em uma universidade, etc., - dispersas no decorrer de suas histórias de vida. Essas escolhas, ao mesmo tempo em que explicam a reputação alcançada por esses atores, remetem à relação desse status com o contexto estrutural, sem se constituírem necessariamente em caminhos naturais ou obrigatórios na construção dessas carreiras. Nesse ponto, nosso trabalho tangencia um conceito similar utilizado pela sociologia bourdieusiana – a noção de *habitus*, embora sem nos prendermos às relações estritas de dominação estabelecidas por Bourdieu (2002) entre essas trajetórias e as lógicas de funcionamento do campo.

É, portanto, a partir das escolhas que se constrói a reputação dos indivíduos no mundo social. O conceito de reputação está ligado ao processo de atribuição da identidade pelo outro durante o processo interacional. Contudo, ela não se limita ao face a face da interação. Toda reputação é, em alguma medida, partilhada pelos demais membros do mundo social. Além disso, ela pode ser atribuída não só a uma pessoa, mas um grupo, uma instituição, uma comunidade. É o caso da reputação atribuída aos jazzistas de New Orleans ou aos jornalistas-escritores da revista *New Yorker*.

A reputação de um ator social depende das escolhas (conscientes ou não) que ele realiza na sua trajetória no interior do mundo social, mas também da base convencional vigente num determinado momento. Existe, na verdade, uma relação entre o que é aceitável em termos de mundo social (negociado com os demais membros), a reputação dos atores envolvidos e a decisão de manter ou romper com determinado conjunto de convenções.

As reputações não são consideradas da mesma forma por todos os membros de uma atividade. Certas práticas que antigamente garantiam a reputação de um jornalista – o engajamento político ou o beletismo literário, por exemplo – passaram a ser mal vistas a partir de 1950. Da mesma forma, um jornalista que possui um olhar crítico sobre a profissão pode adquirir uma má reputação entre os colegas e, por outro lado, possuir legitimidade no meio acadêmico.

### Transformações no mundo dos jornalistas

Além de explicar as dinâmicas de funcionamento do Jornalismo, o conceito de mundo social oferece linhas de análise sobre as grandes transformações que atingem esse espaço. Ao trabalhar sobre o meio artístico, Becker (1982, p.304) fala em processos que resultam em mudanças evolutivas ou revolucionárias dos mundos sociais e também de fenômenos mais localizados de segmentação, que atingem um grupo restrito de atores e práticas. De forma análoga, o Jornalismo não é imutável, e, para analisar tais transformações, é preciso situar o grau de alteração nas atividades de cooperação e na linguagem convencional, que podem desencadear mudanças gradativas ou revolucionárias. Elas podem ter origem, por exemplo, na difusão de novas tecnologias e conceitos ou na introdução de uma nova audiência. Como consequência, ocorrem mudanças nessa atividade, observadas do ponto de vista ideológico e também organizacional.

Esses pressupostos permitem, introduzir operadores para analisar como e por quê o Jornalismo se (re)configura em determinado período histórico. O aparecimento *webjornalismo*, por exemplo, é resultado direto de uma nova base convencional introduzida a partir de uma inovação tecnológica (a Internet e suas ferramentas), mas

também alterações na rede de colaboradores no mundo social. Isso resulta da construção de um novo perfil de jornalista profissional (ADGHIRNI, 2002; PEREIRA, 2004), do aparecimento de novos membros no mundo social – programadores, os webmasters, *webdesigners*, de empresas criadas para explorar o novo filão, etc. –, mas ainda de uma alteração no modo convencional de colaboração de atores na produção jornalística. Numa pesquisa realizada em 2003, verificamos, por exemplo, uma intensificação do aproveitamento pelos novos sites de notícia do material produzido pelas agências e pelas assessorias de imprensa (PEREIRA, 2004, p.97-99). Nesse caso, a internet alterou o processo de *gatekeeping* e o status do atores externos envolvidos na produção jornalística.

O conceito de mundo social foi diretamente aplicado na análise das transformações do Jornalismo e suas relações com espaço intelectual. Nesse caso, tratamos de investigar e questionar o processo da autonomização e profissionalização do jornalista frente aos demais grupos intelectuais a partir da década de 50 do século passado. Essas mudanças foram desencadeadas pela introdução de novas convenções nas redações, fato que ocorreu paralelamente a um expurgo dos antigos beletristas e um ataque ideológico à velha ordem – os manuais de redação e a adoção da idéias de objetividade jornalística ilustram esse fato. Contudo, o processo só pôde ser completado a partir de uma reorganização mais profunda das redes de cooperação de todo o meio político e cultural brasileiro, o que permitiu aos antigos intelectuais se recolocarem no mercado profissional – como escritores cineastas, professores, etc. –, passando a intervir no Jornalismo sob novas condições.

Esse processo, na verdade, já foi bastante analisado por pesquisadores da área. O interessante, nesse caso, é avaliá-lo a partir de uma dialética que leve em conta o modo como ele foi vivenciado pelos atores (os jornalistas-intelectuais) e como essas mudanças se refletem em um modelo explicativo sobre o espaço jornalístico (o conceito de “mundo social”).

Se tomarmos como pressuposto que um mundo social possui uma expansão muito mais variável do que se observa nas atividades que compõem o seu âmbito, devemos também estender a análise sobre as suas transformações para outros atores e espaços

sociais que interagem com ele. De fato, nosso estudo sobre as transformações no Jornalismo brasileiro aparece indissociável de uma análise dos meios político e cultural. Ele mostra como a profissionalização do militantismo ou a introdução de um sistema de consagração universitária no país estão diretamente ligados à emergência de um novo perfil de jornalista. Em consonância com os conceitos de campo (BOURDIEU, 1997; 2002), fronteira (RUELLAN, 1993) e formação discursiva (RINGOOT & UTARD, 2005), o que se coloca aqui é o modo com o a compreensão do espaço jornalístico não se limita ao discurso emitido por dentro, às supostas variações de sua quintessência (CHARRON; BONVILLE, 2004, p.98), mas sempre se realiza dentro de um ponto de vista interdiscursivo, interacional e historicamente situado. Nesse sentido, o conceito de mundo social se junta aos demais como um modelo analítico que abre grandes possibilidades em termos de alcance e aplicação nas pesquisas subseqüentes sobre o Jornalismo.

## Conclusão

Neste breve texto, analisamos a aplicação do conceito de mundo social nos estudos das dinâmicas de funcionamento e transformação do Jornalismo. Trata-se, é claro, de um primeiro esforço de teorização, de uma exposição ainda limitada sobre os modos de utilização dessa abordagem. Ela nos parece, contudo, bastante apropriada para trabalhar resultados empíricos, sobretudo de estudos etnográficos sobre o Jornalismo dentro de um esforço de compreensão mais ampla desse fenômeno social.

## Referências

ADGHIRNI, Z. L. Jornalismo online e identidade profissional do jornalista. In: MOTTA, Luiz Gonzaga (Org.). **Imprensa e poder**. Brasília: Editora UnB, 2002. p. 151-166.

BAHIA, J. **Jornal, história e técnica – as técnicas do jornalismo**. 4.ed. São Paulo: Ática, 1990.



BECKER, H. S. **Art worlds**. Berkeley/ Los Angeles: University of California Press, 1982.

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

\_\_\_\_\_. **Quéstions de sociologie**. Paris : Les Editions de Minuit, 2002.

BOYER, D. ; HANNERZ, U. Introduction: worlds of journalism. **Ethnography**. 7; 5. Londres: Sage, 2006. p. 5-17.

CHAMPAGNE, P. La vision médiatique. In: BOURDIEU, P. (Org). **La misère du monde**. Paris: Éditions du Seuil, 1993, p. 95-123.

CHARRON, J.; BONVILLE, J. Typologie historique des pratiques journalistiques. In: BRIN, C.; CHARRON, J.; BONVILLE, J. (Orgs.). **Nature et transformation du journalisme**. Théories et recherches empiriques. Québec: Les Presses de L'Université Laval, 2004. p.141-217.

FOUCAULT, M. **L'archéologie du savoir**. Paris: Gallimard, 1969.

GILMORE, S. Art worlds: developing the interactionist approach to social organization. In: BECKER, H. S. ; MCCALL, M. M. (Orgs.) **Symbolic interaction and cultural studies**. Chicago/ Londres: The University of Chicago Press, 1990. p.148-178.

HALL, S.; CHRITCHER, C.; JEFFERSON, T.; CLARKE, J.; ROBERTS, B. (1993). A produção social das notícias: o mugging nos media. In: TRAQUINA, Nelson. (Org.). **Jornalismo: questões, estórias e "estórias"**. Lisboa: Vega, 1993. p. 224-248.

HERITAGE, J. C. L'Ethnomethodologie : une approche procédural de l'action et de la communication. **Réseaux**, 50, 1991, p. 89-123.

MARCHETTI, D. Les sous-champs spécialisés du journalisme. **Réseaux**, 111, Paris: Hermès-Lavoisier, 2002. p. 21-56.

MEAD, G. H. **Mind, self & society: from the standpoint of a social behaviorist**. Chicago: University of Chicago Press, 1934.

MERTON, R. Sobre as teorias sociológicas de médio alcance. In: MERTON, R. **Sociologia: teoria e estrutura**. São Paulo: Mestre Jou, 1970. p. 51-79.

MOURA, D. O. ; SANTANNA, F. C. C. M. ; SILVA, L. M. ; ADGHIRNI, Z. L. ; PEREIRA, F. H. Journaliste un jour, journaliste toujours. In: AUGÉY, Dominique; DEMERS, François; TÊTU, Jean-François (Orgs.). **Figures du journalisme** - Brésil, Bretagne, France, La Réunion, Mexique, Québec. Québec: PUL, 2008. p. 131-145.

PEREIRA, F. H. A produção jornalística na internet e a construção da identidade profissional do webjornalista. **Anais do V Congresso Iberoamericano de Periodismo em Internet**, Salvador. 2004.

\_\_\_\_\_. Journalistes et attachés de presse à la présidence de la République au Brésil: intérêts cachés et discours de mythification sur la fonction de la presse. Trabalho apresentado, durante a JOURNEE D'ETUDE JOURNALISME ET DEMOCRATIE : UN CONTRE-POUVOIR IMAGINAIRE?. Paris, set. 2006.

\_\_\_\_\_. Jornalismo e construtivismo: a atividade como realidade socialmente construída. **Revista PJ:Br**, v. 5. São Paulo, 2007a. Disponível em: [http://www.eca.usp.br/pjbr/arquivos/artigos9\\_e.htm](http://www.eca.usp.br/pjbr/arquivos/artigos9_e.htm)

\_\_\_\_\_. Jornalistas e assessores: limites e perspectivas para um debate sobre as idetidades profissionais. In: LOPES, Boanerges. (Org.). **Gestão em comunicação empresarial** - teoria e técnica. Juiz de Fora: Editora UFJF - Produtora de Múltiplos da UFJF, 2007b. p. 72-79.

. **Os jornalistas-intelectuais no Brasil**: identidades, práticas e transformações no mundo social. 2008, 469 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) - Universidade de Brasília.

RINGOOT, R.; UTARD, J.-M. Genres journalistiques et “dispersion” du journalisme. In: RINGOOT, R.; UTARD, J.-M. (Orgs.). **Le journalisme en invention**. Nouvelles pratiques, nouveaux acteurs. Rennes: PUF, 2005. p. 21-47.

RUPELLAN, D. **Le professionnalisme du flou**. Identité et savoir-faire des journalistes français. Grenoble: PUG, 1993.

\_\_\_\_\_. A pesquisa em jornalismo e o interesse público: pensar o corte e a costura. **Anais do IV Encontro Nacional de Pesquisadores de Jornalismo**. Porto Alegre: SBPJor, 2006.

SANT'ANNA, F. **Mídias das fontes**: o difusor do Jornalismo corporativo. Brasília: Casa das Musas: 2005.

SCHLENSIGER, P. Repenser la sociologie du journalisme: les stratégies de la source d'information et les limites du média-centrisme. **Rezeaux**, n. 51, 1992, p. 75-98, Paris: Cenet.

SCHUTZ, A. **Collected papers I: the problem of social reality**. 2. ed. Hollande: Martinus Nihoff / The Hague, 1967.

STRAUSS, A. L. **Miroirs et masques: une introduction à l'interactionnisme**. Paris: Métailié, 1992.

STRAUSS, A; SCHATZMAN, L; BUCHER, R; EHRLICH, D. ;SABSHIN, M. **Psychiatric Ideologies and Institutions**. Glencoe: The Free Press, 1964.

TRAQUINA, N. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2001.

TRAVANCAS, I. S. **O mundo dos jornalistas**. São Paulo: Summus, 1992.