

Teorias e práticas do jornalismo - da era do telégrafo ao tempo do hipertexto*

Mário Mesquita**

Resumo

“Objetividade” – tal como realidade ou real – é um conceito que convém mencionar sempre entre aspas, a fim de assinalar distância e dúvida. Os tais “fatos reais” são reconfigurados através da linguagem, contextualizados e interpretados pelo jornalista que os apreende. O “agir jornalístico” pressupõe a procura, a seleção, a investigação e a interpretação dos acontecimentos de um suposto “mundo real”. Estas operações são inseparáveis. Nesta perspectiva, a objetividade jornalística não equivale a uma problemática filosófica. Configura-se tão-só como doutrina estratégica profissional.

Palavras-chave: objetividade, jornalismo, linguagem.

Resumen

“Objetividad”, tal como realidad o real, es un concepto que conviene mencionar siempre entre comillas para señalar distancia y duda. Esos “hechos reales” son reconfigurados a través del lenguaje, contextualizados e interpretados por el periodista que los capta. El “actuar periodístico” presupone la busca, la selección, la investigación y la interpretación de los acontecimientos de un supuesto “mundo real”. Esas operaciones son inseparables. En esta perspectiva, la objetividad periodística no equivale a una problemática filosófica. Se configura tan sólo como doctrina estratégica profesional.

Palabras-clave: objetividad, periodismo, lenguaje.

Abstract

“Objectivity”, here understood as reality or real, is a concept that may be better considered in quotes, as a manner to register distance or

* Artigo baseado na aula inaugural do Curso de Ciências da Comunicação e da Cultura da Universidade dos Açores, proferida pelo autor em 2 de novembro de 2004.

** Jornalista, colunista do jornal semanal português *Público*, professor e coordenador de Escola Superior de Comunicação Social do Instituto Politécnico de Lisboa.

uncertainty. The so-called “real facts” are reconstructed by the speech, put in context and interpreted by journalists who are able to perceive them. The “journalistic approach” implies the search, the selection, the investigation and the interpretation of events in a presumed “real world”. All these are inseparable operations. According to this point of view, the journalism objectivity does not correspond to a philosophical problem. Its sole meaning is that of a professional strategy.

Keywords: objectivity, journalism, speech.

Introdução

O tema da “objetividade jornalística” pode ser encarado sob diferentes prismas: do ontológico, que nos reenvia para a velha polêmica entre «o mundo como ilusão e o mundo como realidade», no dizer de António Machado, ao deontológico, visto que, em certos momentos históricos, nos foi e ainda é apresentada como “dever ético”.

“Objetividade” – tal como “realidade” ou “real” – é um conceito que convém mencionar sempre entre aspas, a fim de assinalar distância e dúvida. Discutida numa perspectiva epistemológica, a questão da objetividade jornalística – ou seja, a correspondência das notícias com a realidade que visam reproduzir – remete para a possibilidade de conhecer a “realidade exterior” – outra designação ingrata... –, o que pressuporia admitirmos que esse “real” possui existência própria e independente dos sujeitos que o querem conhecer. Tal postulado implicaria ainda aceitarmos que é possível conhecê-lo, representá-lo com fidelidade, recorrendo às frágeis metodologias do jornalismo...

Esta problemática reenvia-nos para a mesma e antiga querela filosófica relativa à ciência, com a ressalva de que os processos de construção da informação jornalística não se podem equiparar aos do conhecimento científico. O debate filosófico entre idealismo e realismo reaparece-nos a propósito da informação jornalística. É possível relatar os “fatos” com rigor e “exatidão”?

Os tais “fatos reais” são reconfigurados através da linguagem, contextualizados e interpretados pelo jornalista que os apreende. O

“agir jornalístico” pressupõe a procura, a seleção, a investigação e a interpretação dos acontecimentos de um suposto “mundo real”. Estas operações são inseparáveis. Ora, o próprio recurso à linguagem – escrita, radiofônica, televisiva, hipertextual – supõe a “passagem” a outro universo. As ocorrências que o jornalista transforma em notícias, mesmo se postularmos a respectiva existência fora da nossa percepção deles ou do próprio “universo midiático”, só adquirem sentido através do discurso. «Se repetir rapidamente duas vezes a mesma frase, afirma George Steiner a propósito do problema da tradução, a segunda não é a mesma que a primeira; pertence a um tempo diferente e a segunda não pode senão suceder-lhe.» (JAHANBEGLOO, 1999: 185) Se transferirmos esta análise, *mutatis mutandis*, para o campo do jornalismo, podemos sustentar que nenhum acontecimento é o mesmo em duas notícias distintas. O jornal, a rádio, a televisão ou o *website* não são “espelhos da realidade”. O acontecimento é ele próprio, mas também a linguagem em que foi reelaborado, o modo como foi interpretado, o tempo em que foi reportado...

Entendida no seu sentido mais radical e positivista – enquanto possibilidade de o jornalista se situar acima ou fora do seu tempo e do seu espaço – , a “objetividade” no jornalismo, tal como nas ciências humanas, será, na melhor das hipóteses, uma utopia e, na pior, uma mistificação. Isso não impede, contudo, que o conceito de “objetividade” possa ser interpretado noutro sentido, enquanto esforço de “distanciamento”, tal como preconiza Norbert Elias, a propósito do cientista social, em relação às suas próprias emoções ou às pressões e constrangimentos do tempo e do lugar.

Nesta perspectiva, a “objetividade” reconverter-se-ia num conceito próximo das noções de “imparcialidade” e de “equidade”, de tal modo que o jornalista seria chamado a convocar o melhor do seu saber, da sua cultura e da sua formação para ensaiar a aproximação ao “real”. Não estaria em causa recuperar qualquer “teoria” do jornalismo como “espelho” ou “reflexo” do mundo, ou negar a subjetividade do jornalista, mas antes – à semelhança do que Paul Ricoeur (1955: 25) propõe para a história – admitir a implicação pessoal do jornalista, guiado por uma intenção de objetividade na reconstrução e explicação dos acontecimentos. Os percursos do jornalista e do historiador distinguem-se pela natureza diferente do

território em que atuam. A história, a par da narratividade que lhe é inerente, reivindica, tal como as demais ciências humanas, uma metodologia científica e a vigilância crítica de um corpo acadêmico, o que não acontece com o jornalismo.

A doutrina normativa da objetividade

É por isso que ganha especial pertinência, neste campo, a compreensão da “objetividade jornalística” enquanto pragmática, ou seja, enquanto conjunto de “normas” adotadas pelos profissionais com vista a pautar o exercício do jornalismo. Prefiro, por isso mesmo, escolher este ângulo de abordagem, que me parece fértil, para encarar a problemática proposta: a perspectiva histórica, ou seja, mais precisamente, a construção histórica do conceito de “objetividade jornalística”.

Neste sentido, a “objetividade jornalística” apresenta-se como doutrina, plasmada num conjunto de regras processuais e estilísticas fixadas pela tradição corporativa nos manuais de redação, nas escolas de jornalismo ou nos códigos de conduta. Esta “doutrina da objetividade” impõe-se, numa determinada época, sofre transformações e atravessa crises ao longo da história do jornalismo. Nesta perspectiva, a objetividade jornalística não equivale a uma problemática filosófica. Configura-se tão-só como doutrina estratégica profissional.

Nesta óptica, o conceito efetiva-se através de uma série de procedimentos no plano da investigação e do estilo, com destaque para quatro processos fundamentais (TUCHMAN, 1993: 2): o confronto de pontos de vista divergentes; a apresentação de “provas”, corroborando o que é sustentado; o recurso a “citações” das partes em conflito ou das fontes; a estrutura externa do texto jornalístico, baseada na estrutura do “lead” e da regra da importância decrescente dos elementos, usualmente designada por “pirâmide invertida”.

Esta doutrina operativa instituiu-se, em especial no espaço anglo-americano, como pedra angular do profissionalismo jornalístico, apoiada numa crença de raiz positivista na possibilidade de escrever notícias configuradas como “espelhos” do “real”. A “objetividade” possui igualmente – no dizer de Casasús e Ladevéze –

o sentido de uma «retórica objetivadora na linguagem informativa», em que «uma calculada aparência objetivadora do estilo é utilizada como se fosse uma propriedade do conteúdo informativo ou uma atitude psíquica do informador» (1991: 104). Nesse sentido, «o distanciamento do narrador através da impessoalidade do estilo» e a «ênfase afirmativa, quase dogmática, com que se transmitem os fatos» (*ibidem*) surgem como garantias da atitude de Objetividade. «É freqüente – sustentam os autores – o repórter acreditar que existe um vínculo interno entre a técnica expressiva e a técnica informativa, e considerar que um estilo impessoal é condição necessária e suficiente para uma informação verídica» (*ibidem*).

A distinção de Emil Benveniste entre o regime enunciativo da “história” e o do “discurso” ajuda a compreender a “retórica da Objetividade”. O “discurso” consiste numa forma de enunciação construída no pressuposto da existência de um locutor e de um auditor, tendo o primeiro a intenção de influenciar o outro. Na modalidade da “história”, pelo contrário, o locutor tenta apagar a sua presença – as marcas de enunciação – da sua própria fala. Esse enunciado «pobre em indicações sobre a sua enunciação», no dizer de Todorov (1972: 409), corresponde ao domínio do jornalismo de agência, aquilo a que alguns chamam o estilo noticioso ou “seco”. Há uma anulação do “eu” que se dissolve num sujeito indeterminado que fala de um lugar desconhecido. Tudo funciona como se os acontecimentos se contassem a si próprios, como se os fatos se apresentassem a si mesmos.

“O filósofo transformado em comerciante”

A construção histórica da “doutrina da objetividade” na imprensa processa-se em duas fases históricas. A primeira corresponde à *emergência do conceito de notícia* e à transição dos *jornais de opinião (viewspapers)* para os *jornais de informação (newspapers)*, na fase industrial de Imprensa, no século XIX. A segunda remonta aos anos 20 do século XX e ao momento em que os jornalistas, já numa fase mais adiantada do processo de profissionalização, procuram distinguir-se de novas formas e de novos “profissionais da comunicação” que começam a afirmar-se na sociedade.

“história de interesse humano” – afirma Park (1981) – que a distinção entre a história verdadeira e a história fictícia tende a apagar-se». Aqui, o jornalismo aproxima-se da literatura popular ou da pará-literatura, embora convenha ter presente, além de outros fatores de diferenciação, que – como refere José Rebelo (2003: 59) – «a escrita literária é um ato de produção individual», enquanto «o discurso jornalístico supõe uma lógica de grupo, a lógica da redação (...)». Os mecanismos de produção da história de interesse humano já foram, aliás, analisados por estudiosos da imprensa. Na imprensa francesa do século XIX – *moment-pivot* para o gênero *fait divers* (Dubied e Lits, 1999: p.15) - registrava-se, aliás, uma curiosa divisão de trabalho entre o “*fait-diversier*”, que descobria as notícias no terreno (nos comissariados da polícia, por exemplo), nas informações provenientes das agências ou nos jornais concorrentes, e o redator que lhes dava forma definitiva (*ibidem*: p.21).

Ambas estas formas de expressão – notícias e histórias - são constitutivas das comunidades urbanas. Representam fatores de aglutinação e consenso. Mas, enquanto as “news” suscitam a crítica, convidam a agir e se dirigem a um verdadeiro “público”, as “histórias” correspondem à “excitação contagiosa” característica das “multidões”. Park trabalhou, na sua tese de doutoramento (1904), a distinção entre “multidão” (*crowd*) e “público” (*public*), na mesma época em que o fizeram autores europeus como Gabriel Tarde (1992). A “multidão” caracteriza-se por obedecer sem crítica ao impulso coletivo, enquanto o público, composto por indivíduos com diferentes opiniões, é conduzido pela prudência e reflexão racional: «quando o público deixa de ser crítico dissolve-se ou é transformado numa multidão». (PARK, 1972: 80)

As “histórias de interesse humano”, em que o “real” é tratado como ficção, pertencem, na perspectiva de Park, a uma espécie de «literatura popular destinada ao divertimento e à instrução do público proletário das grandes cidades» (1981). Ou seja: «Pode-se ler o jornal num momento de lazer, com o mesmo interesse de quem observa pela janela a multidão a agitar-se numa rua cheia de gente. Pode-se ler o jornal sem ter em conta a importância das informações (*news*).» (*ibidem*)

NO teórico marxista António Gramsci (2004 [1934]: 244-245) , escrevendo já no século XX, observava que “a página policial dos

grandes jornais é redigida como uma perpétua Mil e uma noites, concebida de acordo com os esquemas do romance de folhetim. Há a mesma variedade de esquemas sentimentais e de motivos: a tragédia, o drama frenético, a intriga hábil e inteligente, a farsa. O *Corriere della Sera* não publica romances de folhetim, mas a sua página policial tem todos os atrativos desse tipo de romance, com a noção, sempre presente, de que se trata de fatos verdadeiros”.

A ligação, estabelecida pelo sociólogo da Escola de Chicago, entre o *fait-divers* e a cultura popular remete-nos para a relação entre os “contadores de histórias” tradicionais e a informação jornalística, avançada por Walter Benjamin (1971). O desaparecimento da figura do “contador”, em seu entender, foi provocado pelo jornalismo, pela informação: «Se a arte de contar se transformou em coisa rara, isso deve-se aos progressos da informação» (*ibidem*: 123). Mas, enquanto «a informação só tem valor no instante em que é nova» – sustenta Benjamin –, as velhas narrativas tradicionais «guardam a sua força» e «oferecem, por muito tempo, matéria para desenvolvimento» (*ibidem*: 124). A troca do narrador ao vivo dos contos de ficção pela notícia verídica do jornal resultou, na óptica de Benjamin, em empobrecimento cultural.

O desenvolvimento do jornalismo enquanto profissão dotada de uma doutrina normativa, que se baseia na idéia de “Objetividade”, construção histórica iniciada na “fase industrial da imprensa” e datada da década de 20 do século passado, fez-se colocando o acento tônico na exatidão das notícias e não na arte das “histórias”. Talvez por isso alguns sectores da comunidade profissional dos jornalistas – conforme sustenta Barbie Zelizer – reagem negativamente às análises académicas do jornalismo enquanto narrativa, em especial nos Estados Unidos, onde a “doutrina da Objetividade” provoca a separação entre os que valorizam o jornalismo como “informação” (*news*) e os que o encaram na perspectiva de contar “histórias” (*stories*).

Esta distinção é irrelevante do ponto de vista das análises textuais, visto que “notícias” e “histórias” remetem, afinal, para formas de expressão em que predominam os registos narrativo e descritivo. O que está indiretamente em jogo é a questão da veracidade da informação. O registo informativo – na terminologia anglo-americana, *hard news* – supõe, na cultura corporativa dos

jornalistas (sobretudo na tradição anglo-americana), um compromisso com o “mundo exterior”.

No entender de certas correntes de jornalistas, «o estilo narrativo era interpretado – explica Zelizer – como adverso ao processo de produzir reportagens noticiosas neutras, e um bom jornalista deveria silenciar a sua presença como contador de histórias» (2004: 131). Por isso mesmo se verificava «um certo tipo de oposição dos profissionais de jornalismo e investigadores tradicionais» ao estudo das notícias enquanto narrativas, dado que «as propriedades narrativas das notícias eram vistas de início como algo que colocava problemas aos jornalistas» (*ibidem*).

Como se o “ato de contar uma história” fosse antagonico ao “ato de elaborar uma reportagem”. Este contexto de hostilidade do meio profissional ajuda a entender o motivo que conduziu a socióloga Gaye Tuchman a distinguir, num artigo dos anos 70, a questão epistemológica da análise textual: «Dizer que uma notícia é uma “estória” não é de modo nenhum rebaixar a notícia, nem acusá-la de ser fictícia. Melhor, alerta-nos para o fato de a notícia (...) ser uma realidade construída possuidora da sua própria validade interna [...]» (1993: 262).

Se a função das “histórias” jornalísticas é apenas simbólica e substitutiva da literatura popular tradicional, então a relevância da veracidade diminui, transforma-se numa questão menor. «A primeira função que um jornal preenche [na cidade do século XIX] – escreve Park (1967: 66) – é a que anteriormente o rumor desempenhava na aldeia». ¹ Nas aldeias as pessoas conhecem-se todas entre si, pelo que circulam rumores sobre a vida privada dos cidadãos. Como não era possível o conhecimento pessoal de todos os habitantes das cidades, as notícias centram-se nas personalidades mais importantes. Não sendo viável relatar todas as ocorrências, os relatos jornalísticos adquirem natureza simbólica e constituem, no entender do sociólogo, uma «forma de arte e de literatura». Os jornais eram, por isso, meios de controlo social, «instrumentos para a organização do rumor», assinalando aquilo que sai da normalidade e dando que falar, ou seja, gerando conversa, explicitando normas sociais.

Observando a questão por este ângulo da transposição do rumor da aldeia para a grande cidade, do valor simbólico das notícias

– todas as notícias de catástrofe se reduzem a uma só e mesma história –, a tendência será (ou poderá ser) a de relegar para segundo plano a questão da veracidade. Vale a pena relatar uma história de redação ocorrida, em 1913, no lendário *World*, de Joseph Pulitzer (*apud* KOVACH e ROSENSTIEL, 2001: 39-40). A certa altura alguém reparou numa coincidência: nos relatos de naufrágios, publicados no jornal, aparecia sempre um gato preto que conseguia invariavelmente sobreviver. Quando o repórter foi questionado a esse propósito pelos colegas, respondeu:

De fato, um desses navios levava um gato e a tripulação regressou a bordo para salvá-lo. Transformei a história do gato num dos elementos fundamentais do meu relato. No entanto, houve outros jornalistas que nem sequer mencionaram esse pormenor e, por causa disso, ouviram reprimendas dos seus chefes. Quando ocorreu o naufrágio seguinte, embora não houvesse gato nenhum a bordo, esses jornalistas, não querendo arriscar-se, decidiram introduzir um gato na notícia. Pelo meu lado, não mencionei nenhum gato, visto que não existia, mas, por causa disso, chegou a minha vez de ser repreendido. Agora, cada vez que naufraga um navio, procuramos meter lá dentro um gato.

A presença do gato não era gratuita: visava introduzir, como fazem notar Kovach e Rosenstiel, “uma certa *sensação* de *realismo*” (*ibidem*: 40). Mas não só. A mini-narrativa do gato preto, encaixada na história do naufrágio, constrói, por acumulação com os outros elementos relatados, um “efeito de real”, mas, ao mesmo tempo, remete para o fundo de superstição popular e tradicional, ligado à idéia do “gato preto”, portador de azar, aviso de desgraça, sintoma e prenúncio do naufrágio, que logrará escapar com vida para se reproduzir em naufrágios seguintes...

É esse valor simbólico que transporta o jornalismo para um terreno mais próximo à narrativa folclórica do que à história universitária. Se o sentido do jornalismo, na época posterior à revolução industrial, é recriar na grande cidade – mesmo que seja ao preço da multiplicação dos gatos pretos – o murmúrio da aldeia, prolongando na era industrial a tradição da oralidade do mundo campestre, então pouco importaria, neste quadro, a questão do rigor e da exatidão. O essencial seria apelar para um fundo mítico que

permite manter, no contexto de anonimato da grande cidade, o calor comunitário dos pequenos mundos onde todos se conhecem uns aos outros.

A vida urbana exige igualmente, a par do *fait divers*, outro tipo de jornalismo: aquilo que poderíamos denominar informação de serviço, aquela que respeita à política, ao comércio, aos transportes, à vida social. De acordo com a síntese de Cristina Ponte (2004: 29-30), paradigma realista apresenta duas fases: «A mais nítida é a escrita de histórias, privilegiada na reportagem. A outra será o registro despojado e seco dos fatos, dominante no noticiário de agência». Ao lado do prolongamento da narrativa oral e da literatura de cordel, desenvolve-se a informação que dará origem à teoria da Objetividade: mas é bom ter presente que o jornalismo industrializado emerge com as duas faces de Juno, a seca Objetividade e o “realismo mágico” da “história de interesse humano”...

É neste contexto que surge a estratégia dos jornalistas e dos repórteres – ou, pelo menos, daqueles que se mostram mais preocupados em reforçar o *ethos* profissional – que procedem à distinção entre as notícias propriamente ditas e as histórias de interesse humano, considerando que só a “informação” constitui jornalismo em sentido restrito e preciso. Mas não parece fadada ao sucesso, no plano argumentativo, esta tentativa de nobilitar a profissão, esvaziando a própria noção de jornalismo daquilo que foi e continua a ser parte substancial não só do seu conteúdo, mas também da sua razão de ser: o *fait divers*, a história, a narrativa “interessante, mas não importante”, o estranho, o aberrante, o monstruoso...

Talvez por isso Robert Park se mostre hesitante. Por um lado, valoriza o jornalismo como forma de conhecimento (*news*). Por outro, reconhece o seu papel simbólico de recriar a aldeia dentro da cidade em desenvolvimento (*human interest story*). No entanto, «apesar da diligência com que procuram fatos de informação pessoal e de interesse humano», os jornais não podem «competir com o rumor da aldeia como meio de controlo social». Mas, a par de construir o consenso, por via do realismo mágico, o jornal deve ser igualmente o lugar do conflito, enquadrado nas normas sociais. Discípulo de Simmel, o sociólogo de Chicago acredita que é possível construir o consenso, sem excluir o conflito. «É essa hipótese concedida ao

conflito – anota Geraldine Muhlmann (2004: 232) – que permite a R. E. Park conservar, acima de tudo, a sua distinção entre o público e a ‘multidão psicológica’ [...]. O público de massa a que o jornalismo moderno deu origem não é [para o sociólogo] uma odiosa multidão no sentido de Gustave Le Bon...»

A neutralidade ou o falso sinônimo

A linguagem da informação objetiva começa a configurar-se, nos Estados Unidos, a partir de 1830, com o advento da “imprensa para todos” e das agências noticiosas, num lento processo que se prolonga até ao início do século XX. As agências noticiosas precisavam vender informações a clientes de todas as tendências políticas. O desenvolvimento do mercado e o recurso à publicidade libertaram os jornais das tutelas partidárias.

Theodore Glasser (1992: 177) explica a emergência da noção de “Objetividade jornalística” recorrendo a uma palavra-chave: eficiência. Em seu entender, «a eficiência é o significado central do jornalismo objetivo», visto que se relaciona com a necessidade de operar eficazmente no mercado. Corresponde aos interesses dos empresários da imprensa e, em especial, à lógica comercial da agência noticiosa, que tinha interesse em distribuir apenas os “simples fatos” e deixar a interpretação para os clientes. Nos jornais a eficiência mandava «não ofender os leitores e anunciantes com prosas partidárias» (*ibidem*). Também para os jornalistas, no entender de Glasser, «era eficiente (...) distanciarem-se do sentido e da substância daquilo que relatavam» (*ibidem*).

No final do século XIX, o grupo profissional dos jornalistas ainda não tinha instaurado a “Objetividade” como principal referência legitimadora, embora tenha sido nessa época – caracterizada pelo desenvolvimento da sociedade de mercado, das ciências experimentais e das idéias positivistas – que se manifestou com maior força, no jornalismo americano, a crença no relato transparente dos “fatos” enquanto base epistemológica fundamental da profissão. A cultura de redação da época era descrita por um jornalista da época com estas palavras: *Facts; facts; nothing but facts* (*apud* SCHUDSON, 1979: 77).² O trabalho dos repórteres era reduzido,

nas palavras de protesto de um jornalista de então, ao papel de registradores de fatos, «como se fossem máquinas», sem «humor ou qualquer sinal de personalidade».³

Nessa altura, ainda não se apelava para a “Objetividade”, mas apenas ao “realismo”, no sentido de significar o esforço dos jornais em corresponder à «procura pública de fatos», referida por um historiador da época. Os jornalistas concebiam o seu trabalho à imagem e semelhança dos cientistas que, nos anos 90 do século XIX, eram objeto de idolatria popular. “Realismo” era a designação corrente no jornalismo, como na literatura, nas notícias e nas novelas, para significar a sua adesão à religião da “factualidade” (*ibidem*: 73), enquanto observadores e relatores dos “fatos” (*ibidem*: 71-7).

O mais notável é que, se aceitarmos a tese de Michael Schudson, a “Objetividade” só se vai impor como “ideologia” profissional precisamente quando a tal religião positivista do “factual” entra em crise, no início do século XX, e sobretudo após o fim da Guerra de 1914-18 (GLASSER, 1992: 179). A doutrina da “Objetividade”, embora implícita na atitude dos jornalistas oitocentistas, só se constituiu em “doutrina corporativa” quando se desfez o mundo de certezas alimentado pela euforia científica e tecnológica e pela economia de mercado em crescimento.

A cultura positivista e utilitarista entrou em crise no início do século. Michael Schudson formula, neste termos, o novo estado de coisas: «a ordem normativa deixou de assentar num conjunto de regras acerca do que estava certo para se limitar a recomendações com vista à adaptação àquilo que existe» (*ibidem*: p.121). A “sociedade democrática de mercado” em desenvolvimento destrói muitas das antigas crenças ideológicas – por exemplo, na racionalidade do fenómeno da opinião pública ou na formação da vontade democrática – sem apontar alternativas. A “factualidade” já não garante a segurança de outrora. O cepticismo instala-se. As profissões voltam-se para dentro de si próprias. Na área da comunicação, há dois fenómenos decisivos: por um lado, a emergência de um novo ofício da comunicação, *as relações públicas*, de alguma maneira rival ou concorrente do jornalismo; por outro, a *propaganda de guerra* durante o período de participação norte-americana no conflito de 1914-18, classificada como “a primeira guerra dos conselheiros de imprensa” (SCHUDSON, 1979: 142).

As relações públicas e as estratégias de guerra psicológica desviaram os jornalistas do empirismo “realista”. A dúvida instalou-se. Na prática jornalística, aumentaram os textos assinados, desenvolveu-se a “reportagem interpretativa”. A subjetividade foi reconhecida como elemento decisivo no trabalho jornalístico (*ibidem*: 145). Ao mesmo tempo, numa espécie de crispação corporativa, os jornalistas acolhem-se sob o guarda-chuva da nova doutrina da Objetividade. É o paradoxo histórico analisado por Schudson (*ibidem*: 157): no momento em que deixam de acreditar no empirismo ingênuo ou na possibilidade de transparência no relato dos acontecimentos, os jornalistas invocam a “Objetividade”, mais tarde entendida como estratégia profissional de autodefesa.

Esta tese sofisticada e sutil é provavelmente objeto de discussão junto dos historiadores da imprensa norte-americana. Se a interpretação de Schudson for pertinente, como parece plausível, teremos de deduzir que a profissão de jornalista, ao “endurecer” o laço com a religião da “factualidade”, no preciso momento em que novos atores de comunicação institucional constroem as suas próprias “fábricas de fatos”, se fecha no casulo corporativo.

A estratégia da “Objetividade”, ainda o nome não fora adotado pelo jornalismo, situa-se no âmbito da criação de consensos nas sociedades industriais, através de meios de comunicação que, numa primeira fase, são os jornais, apoiados pelas agências noticiosas. Estabelecendo a ligação «entre centros nacionais e audiências dispersas», os media de expansão nacional representaram uma “força centrípeta” favorável à centralização do poder, à integração e solidariedade social, contrabalançada pela “força centrífuga” dos media situados no plano das comunidades e minorias (CAREY, 1997: 129 e *passim*). É neste quadro histórico que emerge a figura do “comunicador profissional”. No dizer de James Carey (*ibidem*: 132), é alguém que «possui uma especial competência na manipulação simbólica e que usa essa competência para criar ligações entre pessoas distintas e grupos diferenciados»; alguém que desempenha o papel de “corretor de símbolos” (*a broker in symbols*), de tal forma que «traduz as atitudes, o conhecimento e os problemas de determinada comunidade de discurso, em termos alternativos, mas persuasivos e compreensivos para outra comunidade». Entre esses “comunicadores profissionais”, inclui-se o jornalista, a par do

comunicador institucional (ou “relações públicas”) e do publicitário.

Para Carey (*ibidem*: 137 e *passim*), o processo que se desencadeou, com a entronização da “reportagem objetiva”, no final do século XIX, traduziu-se numa “des-intelectualização” e numa “tecnicização” do papel do jornalista. Em vez de serem «intérpretes independentes dos acontecimentos, os jornalistas tornaram-se repórteres, corretores de símbolos que fazem a mediação entre as audiências e as instituições, em especial, embora não exclusivamente, o governo» (*ibidem*).

Em sua opinião, a informação objetiva e as convenções profissionais a ela associadas resultaram «numa perda de independência dos jornalistas», que se tornaram «parte do processo de transmissão de notícias». Desta forma, os profissionais recorrem especialmente «ao seu talento para escrever, à sua competência para traduzir linguagens especializadas e projetos de governo, ciência, arte, medicina, finanças num idioma que possa ser entendido por audiências mais vastas, mais informes e menos educadas», sendo menos solicitada a sua intervenção no plano intelectual enquanto «críticos, intérpretes e historiadores contemporâneos» (*ibidem*). Em síntese, na perspectiva de Carey, a industrialização da imprensa significou para o jornalista uma perda de estatuto, tendo «passado de observador independente e crítico para um papel de elo passivo numa cadeia de comunicação que registra para as audiências o cenário em trânsito» (*ibidem*: 138). Pior: «os jornalistas independentes são reduzidos a corretores no processo de comunicação e corretores aliados pela função estrutural que desempenham, se não também pela simpatia, com as pessoas e instituições que são objeto do seu trabalho noticioso» (*ibidem*: 139). A consagração da “Objetividade” enquanto dever inscrito no código deontológico da “associação de jornalistas profissionais” só chegou por volta de 1970, quando o conceito já era objeto de forte crítica no meio acadêmico e profissional norte-americano, tendo sido igualmente posto em causa nas reflexões sobre o jornalismo do pós-guerra – *Hutchin’s Comission* (LEIGH, org., 1947) – e nas polêmicas sobre a forma como o “machartismo” usou, de fora para dentro e para efeitos de propaganda, as “convenções” narrativas do jornalismo (ARONSON, 1973). Apesar de todas as reflexões críticas, produzidas dentro e fora do meio profissional, a consagração jurídica,

na sociedade norte-americana, seguiu-se à deontológica. Em 1977, os tribunais reconheceram, pela primeira vez, a “reportagem objetiva” como regra jornalística merecedora de proteção constitucional nos termos do Primeiro Aditamento à Constituição dos Estados Unidos.⁴

A tradução prática da “Objetividade jornalística” não é, nem poderia ser, a “transparência” ou o jornalismo “espelho do real”. Na prática a “Objetividade” torna-se sinônimo de equidade, equilíbrio, neutralidade. Esta sinonímia força o significado da palavra, tal como é possível encontrá-lo num dicionário de filosofia. «Se a Objetividade – escreve Daniel Cornu (1999: 327) – é a atitude (quanto à pessoa) ou o método (quanto à abordagem) que permite relacionar a realidade com a verdade, *ver as coisas como elas são*, em nada é satisfeita por uma política de informação que só visaria o equilíbrio ou a neutralidade. A própria realidade é brutal, excessiva, conflitual».

A “doutrina” foi objeto de sucessivas contestações, quer no plano dos procedimentos, quer no do estilo. A Comissão Hutchin – constituída por universitários e mal recebida nos meios jornalísticos – defendeu que, não obstante a relevância da separação entre notícias e opiniões, essa “convenção” não deveria ser entendida como um absoluto, visto que «não há fato sem contexto, nem há reportagem factual que não seja colorida pelas opiniões do repórter» (LEIGH, org., 1947: 22). Sem contrariar frontalmente as teses corporativas dominantes, o relatório da Comissão sustenta que «a avaliação de um fato isolado, embora exata em si mesma, pode ser enganadora e, na realidade, inverídica» (*ibidem*). Por isso, à tradicional *Objetividade do fragmentário* contrapõe-se a *Objetividade da contextualização*. Não era suficiente a visão unidimensional – incolor, inodora e insípida – dos acontecimentos. Exige-se uma perspectiva multidimensional. «Não é suficiente – sustenta a Comissão – relatar *o fato* com verdade. Agora é necessário relatar a *verdade* acerca do fato» (*ibidem*).

Se esta crítica do jornalismo tradicional emana do meio acadêmico, outras provêm de movimentos gerados entre os jornalistas. O “jornalismo investigativo”, assente na tradição americana do *muckraking*, contesta a rigidez dos métodos codificados pela profissão. O “jornalismo literário”, com uma rica tradição europeia, reafirma-se, nos anos 60, do outro lado do Atlântico, com a corrente do *new journalism*, rompe radicalmente

com as normas estilísticas canônicas, substituindo, por exemplo, o narrador anônimo pela multiplicidade das vozes narrativas. O “jornalismo de desenvolvimento”, preconizado pelos países do chamado “terceiro mundo” nos fóruns internacionais da ONU e da Unesco, defende algo que poderíamos designar por notícia de longa duração, ou seja, a passagem da “notícia-acontecimento” para a “notícia-processo”. O “jornalismo cívico ou comunitário” preconiza a adoção de causas comunitárias e o abandono da tradicional neutralidade jornalística, quando estão em causa questões de cidadania ou de interesse comunitário.

A “Objetividade jornalística” tem sido questionada, no interior da própria profissão, enquanto ideologia corporativa, por sucessivos movimentos de renovação. No entanto, o mais vivo questionamento das normas do relato objetivo, distanciado e neutral, provém da própria prática profissional. O distanciamento e a neutralidade do jornalista cedem freqüentemente lugar a diferentes atitudes dos profissionais, em nome de valores ausentes dos códigos profissionais, mas presentes nas normas não escritas das empresas midiáticas.

É possível considerar três zonas de atuação dos jornalistas, com reflexos na sua atitude de distanciamento ou de adesão, na perspectiva do acadêmico Daniel Hallin (1989: 116 e *passim*): na “esfera da controvérsia legítima”, operam os princípios de distanciamento e de neutralidade; na “esfera do consenso e dos valores partilhados”, os jornalistas tendem a adotar um comportamento reverencial e, no dizer de Daniel Dayan e Elihu Katz (1999: 185), «convertem-se em sacerdotes»;⁵ finalmente, na “esfera do desvio”, desligam-se com freqüência do compromisso de neutralidade e adotam atitudes irônicas ou críticas em relação a comportamentos ou grupos que constituem objeto de reprovação social.

A retórica e as tecnologias

Seria possível designar a “Objetividade jornalística” por “paradigma do telégrafo”, a primeira rede global em que o jornalismo se integrou. O novo invento «libertou a informação dos constrangimentos da geografia» (CAREY, 1988: 204), autonomizando-a

em relação aos transportes. Além disso, solicitou novas formas de linguagem, ajudando a configurar as formas de expressão jornalística difundidas pelas agências noticiosas, elas próprias fundadas sob o impulso dessa nova tecnologia, e adotadas pelos jornais da “fase industrial da imprensa”.

Entre outras modificações nas “relações sociais mediadas pela linguagem” – com relevo para a correspondência comercial ou privada –, o telégrafo contribuiu, na análise de James Carey (*ibidem*: 210), para a transição do jornalismo partidário para o jornalismo comercial e noticioso, conduzindo ao aparecimento das notícias “objetivas”, ou seja, de «notícias que pudessem ser usadas por jornais de qualquer tendência política».

Neste sentido, «as origens da Objetividade podem ser encontradas na necessidade de encurtar a linguagem» (*ibidem*), resultante da transmissão telegráfica. Abreviar o número de palavras significava poupar dinheiro. Logo, todas as frases imbuídas de expressões que pudessem refletir aspectos locais, regionais ou coloquiais deixavam de fazer sentido neste novo quadro de transmissão telegráfica que fazia apelo, no dizer do mesmo autor, «a algo próximo de uma linguagem científica, uma linguagem estritamente denotativa na qual as formas de expressão de caráter conotativo estavam sob rígida vigilância» (*ibidem*).

Ao favorecer a prosa seca e sem adornos, ao fazer prevalecer a notícia curta sobre o editorial argumentado, ao promover a organização das redações como se fossem fábricas (*factory-like*), ao estabelecer o predomínio do repórter sobre o editorialista, a telegrafia – conforme sustenta James Carey (*ibidem*: 211) – permitiu que as notícias fossem «tratadas como mercadorias: algo que pode ser transportado, medido, reduzido e cronometrado».

A análise de Carey deve ser reconduzida às suas justas proporções. A relevância de fatores tecnológicos na configuração da linguagem jornalística e noticiosa não impede que se reconheça que, muito antes das invenções do século XIX, se encontravam em gestação formas de expressão jornalística impulsionadas pela procura social de notícias redigidas em termos acessíveis aos públicos da época. A título de ilustração, evoca-se a notável definição de jornalismo, elaborada ainda no século XVII, por António de Sousa Macedo, fundador e diretor do *Mercúrio Português*: «Simples e

corrente foi o estilo do Mercúrio, ajustando-se sempre com a maior certeza que pode alcançar, sem afetar locuções altas que desdissem a sinceridade de uma pura narração» (*apud* TENGARRINHA, 1989: 41). Esta descrição do “estilo jornalístico” da autoria de Sousa Macedo, por alguns considerado “o primeiro jornalista português”, ainda que cronologicamente não o tenha sido (TENGARRINHA, *ibidem*), contempla as principais características definidoras daquilo que será, após a “fase industrial da imprensa”, a informação jornalística: a simplicidade (“simples”), a adequação à linguagem falada (“corrente”), a preocupação descritiva (“ajustando-se sempre...”) e narrativa (“...a sinceridade de uma pura narração”), a elevada probabilidade de incerteza (“...com a maior certeza que pode alcançar...”) e a preocupação em evitar o estilo rebuscado (“sem afetar locuções altas...”).

Afastada a tentação do “determinismo tecnológico”, seria interessante historiar a evolução da teoria e da prática da “reportagem objetiva” através das sucessivas gerações de tecnologias que o jornalismo foi percorrendo, do telégrafo à fotografia e às atualidades cinematográficas, à rádio e à televisão, aos computadores, aos satélites e à Internet. Na impossibilidade de seguirmos, aqui e agora, esse trajeto ambicioso, esboçaremos apenas a análise comparativa entre a era da Objetividade associada ao telégrafo, à agência e ao jornal e a do novíssimo jornalismo digital.

A influência da Internet manifesta-se designadamente no plano das práticas profissionais. As novas tecnologias abrem enormes possibilidades de investigação, através de motores de busca e de outros recursos de pesquisa. Mas ao mesmo tempo colocam sob o signo da velocidade as frágeis metodologias do jornalismo, o que tem por efeito acentuar a respectiva vulnerabilidade (ELLIOTT, 1998).

Na história recente do jornalismo – como refere Manuel Castells (2004: 189) – «existem casos de informações políticas relevantes difundidas através da Internet, que nunca teriam alcançado o mesmo nível nem a mesma velocidade de difusão se tivessem sido divulgadas através dos principais meios de comunicação». As modalidades tradicionais interagem, na difusão das notícias, com a informação em linha: «Dada a velocidade de difusão das notícias – escreve o mesmo autor – os meios de comunicação devem estar

alerta e saber reagir perante estes rumores, avaliá-los e decidir como informar acerca deles, posto que já não podem continuar a ignorá-los» (*ibidem*).

As práticas de investigação do “jornalismo objetivo” entraram em crise com a mudança das tecnologias da transmissão para as tecnologias em rede. Normativos tradicionais, tais como a regra de ouvir as partes em confronto num litígio, antes de divulgar a informação, revelam-se desajustados da rapidez na circulação da informação e dos respectivos reflexos na tomada de decisões editoriais.

Ao contrário do que, por vezes, se pensava, muita informação a circular não equivale necessariamente a melhor informação, nem permite eliminar os boatos. A potencial criação de rumores aumenta com a disseminação de informação por múltiplas fontes. Ao analisar a (reduzida) utilização do ciberespaço pelos políticos, Manuel Castells regista que «a utilização da Internet por parte de jornalistas independentes, ativistas políticos e pessoas de todas as classes, está a crescer como canal de informação política e de rumores» (*ibidem*).

O surgimento dos *blogs informativos* na *Web*, no final dos anos 90, possibilitou o surgimento de uma espécie de “jornalismo amador” (BARBOSA e GRANADO, 2004: 14), atendendo à semelhança que revela com o trabalho jornalístico propriamente dito, visto que os seus autores o elaboram através de procedimentos análogos aos dos profissionais. Os defensores do jornalismo institucional argumentam, no entanto, que, apesar dessas analogias, «o seu trabalho – conforme sustentam Elisabete Barbosa e António Granado (*ibidem*) – não é submetido à edição habitual dos jornais e, por vezes, não é cumprida a rotina de contacto com as fontes e de confirmação da informação recebida».

Certos jornalistas descobriram nos *weblogs* formas de «extensão do seu trabalho diário, ou um lugar para exprimir as opiniões que tantas vezes reprimem nos seus textos jornalísticos» (*ibidem*: 26), o que suscitou reações diferenciadas das empresas midiáticas. Algumas proibiram os jornalistas, em nome do princípio da exclusividade, de colaborarem nestes novos dispositivos. Outras procuraram retirar benefícios da expansão da blogosfera, criando *blogs*, ligados aos seus *sites*.⁶

Certos períodos de crise⁷ abriram espaço à intervenção dos cidadãos, não só para comunicações de pessoa a pessoa, mas ainda para relatar acontecimentos e situações de forma semelhante à do jornalismo tradicional. Este tipo de intervenção na *Web* foi designado por *first person news network* ("rede noticiosa na primeira pessoa"), baseando-se num novo tipo de comunicação designado por "jornalismo pessoal" (Allan, 2002: 127).

A situação do jornalismo no ciberespaço traduz a coexistência de diversas formas de informação. Talvez seja possível sintetizá-las em três grandes tipos: a *informação jornalística* (propriamente dita), correspondente ao prolongamento no ciberespaço do paradigma profissional forjado no século XIX, que se expressa em *sites* de órgãos de informação em suporte papel e em "sites" autônomos sediados na *Web*; a *informação organizacional e institucional*, que corresponde à presença no ciberespaço de atores da comunicação organizacional, ligados a partidos, empresas e a outro tipo de instituições, por vezes trabalhando em conjunto com jornalistas profissionais; e, por fim, o *jornalismo amador*, correspondente à produção parajornalística de cidadãos que desejam intervir no espaço público e, em certos casos, recorrem a formas de expressão inspiradas no jornalismo tradicional.

Os debates acerca do jornalismo digital colocam, por vezes, em confronto os defensores a todo o custo do profissionalismo e os adeptos de novas formas de "jornalismo amador", configuradas na novíssima "blogosfera". De alguma maneira, assiste-se ao reavivar, num contexto histórico radicalmente diverso, do mítico confronto entre Walter Lippman (1965), algo descrente nas virtualidades do debate público em democracia, defensor do profissionalismo e da consulta a especialistas, e John Dewey (1991), interessado na participação dos cidadãos e no desenvolvimento da conversa no espaço público. Lipmann sustentava que a democracia só poderia funcionar devidamente com base na associação de especialistas e técnicos, aquilo que designava por "inteligência organizada", enquanto Dewey acreditava na possibilidade de recriar, na democracia do início do século XX, o espírito comunitário de outras eras, anteriores à industrialização e à urbanização. Socorrendo-me de uma síntese de Maria João Silveirinha (2004: 434), diria: «enquanto Lipmann defendeu aquilo que James W. Carey hoje chama "uma

teoria do espectador do conhecimento”, Dewey via o conhecimento, e a conseqüente participação, como uma função de “comunicação e de associação”: “Ver é ser espectador”, escreveu. “Ouvir é participar”».

A linguagem da Internet – o hipertexto – apresenta um conjunto de potencialidades suscetíveis de serem desenvolvidas pelo *jornalismo em linha*. Ao quebrar, através das hiperligações, a linearidade da escrita modelada pela herança de Gutenberg, o ciberespaço oferece ao jornalista a possibilidade de encontrar resposta, através de sucessivos reenvios para outros sítios da rede, para o problema clássico da contextualização dos acontecimentos e das problemáticas que não era possível solucionar nos media tradicionais devido à reduzida disponibilidade de espaço e de tempo. Neste caso – sublinha José Álvarez (2003: 233) – «a tecnologia não é um condicionante limitador, mas sim multiplicador».

A própria definição de hipertexto remete para a noção de uma forma de «escrita não seqüencial com ligações controladas pelo leitor» ou, numa aproximação mais ousada, «uma forma narrativa que não existe até que os leitores a produzam através de uma série de escolhas feita de acordo com os seus desejos e interesses» (HUESCA e DERVIN, 2003: 282). Esta linguagem fragmentária, prospectiva, obrigando o leitor a sucessivas escolhas, contrasta com as narrativas jornalísticas tradicionais, baseadas na existência de um só autor e de uma ordem fixa e linear de leitura.

As novas tecnologias do ciberespaço apontam no sentido da ultrapassagem dos paradigmas do realismo e da Objetividade. A disposição dos textos de jornalismo em linha pode induzir os leitores a transformar-se em autores ou co-autores, construindo «as suas próprias versões da realidade, em vez de se limitarem a ler a representação da realidade por um repórter» (*ibidem*: 284).

Os modelos do “realismo” e da “Objetividade jornalística”, criados na era do telégrafo, ajudaram a configurar a doutrina profissional da “Objetividade jornalística”, que visava atingir uma versão única, supostamente objetiva, do acontecimento. O hipertexto, pelo contrário, convida o leitor a um sucessivo aprofundamento do relato jornalístico, ao cotejo de múltiplas versões, a um certo relativismo epistemológico. «Os hipertextos – segundo Huesca e Dervin (*ibidem*: 283) – acolhem a noção de contradição,

fragmentação, justaposição e pluralismo, em vez da busca da “verdade”, que se encontra no cerne do projeto jornalístico tradicional». O paradigma linear da rede telegráfica difere, manifestamente, da abertura pluridimensional facultada pela “teia”.

Síntese conclusiva

O jurista sul-africano Albie Sachs (WALLERSTEIN, 2003: 15), tendo presente a «sua própria perplexidade como advogado e juiz», propôs quatro conceitos de verdade. A *verdade microscópica* corresponderia ao conceito positivista, baseado na informação factual comprovada. A *verdade lógica* seria atingida por processos de natureza dedutiva e inferencial. A *verdade experiencial* estaria ligada às vivências de alguém, como Ghandi, que «se experimentava a si próprio e não a uma idéia do mundo exterior a si». Por fim, a *verdade dialógica* pode integrar elementos ligados às outras três modalidades – microscópica, experiencial e lógica –, mas «pressupõe e desenvolve-se a partir da idéia de uma comunidade com muitas vozes e múltiplas perspectivas».

Almmanuel Walerstein (*ibidem*: 8 e *passim*) recorre a estes conceitos num estudo em que pretende estabelecer fronteiras entre “quatro tipos de produção de saber”: os contos de ficção, a propaganda, o jornalismo e a história. O autor entende que não há «uma linha simples, rígida e firme que separe a ficção da realidade, a fábula da verdade» (*ibidem*: 12). Dos historiadores – e, ao que nos parece, dos jornalistas – espera-se que «cumpram a tarefa social de tornar plausíveis interpretações da realidade social que todos consideram úteis, não só individual como coletivamente» (*ibidem*)...

Em nosso entender a linha imaginária que pode separar esses diferentes domínios passa pela relação com o potencial leitor, por um “pacto de leitura” que se projeta, como sustenta a teoria da recepção, num “horizonte de expectativas” do destinatário, embora não seja esse o percurso de Wallerstein. O que se espera do jornalista é uma aproximação ao “real”, mesmo se a palavra “real” tem de ser escrita entre aspas, mesmo se o discurso do jornalista integra a construção social desse mesmo “real” que, em teoria, deveria apenas descrever.

A história apresenta-se como uma forma de conhecimento, possuindo simultaneamente caráter narrativo. Postular a natureza narrativa da história não significa “defender a história narrativa” (RICOEUR, 1983: 133) ou reduzir a história à dimensão de narrativa.

Da mesma forma que afirmar a dimensão narrativa do jornalismo não equivale a recusar o seu objetivo informativo e explicativo, reconhecer que a construção da história envolve configurações narrativas não implica negar que o saber histórico se baseia numa metodologia sedimentada e sujeita à crítica da comunidade acadêmica.

A “doutrina da Objetividade jornalística” constitui uma construção historicamente datada. Na sua formação confluem fatores *filosóficos* (o “factualismo” de inspiração positivista), *corporativos* (a autodefesa de um grupo profissional em desenvolvimento), *ideológicos* (“a sociedade democrática de mercado”), *econômicos* (a inserção da imprensa na economia de mercado, o interesse dos proprietários dos media) e *tecnológicos* (a invenção do telégrafo, o aperfeiçoamento dos transportes e das técnicas ligadas à imprensa). Esta “doutrina” corresponde a uma visão do jornalismo como técnica. Ao pretender “tecnicizar” o jornalismo, encerra-o numa dogmática estilística e processual que, além de ser insuficiente para o validar como forma de conhecimento, afasta-o da sua vocação de raiz intelectual, artística e literária.

Não me parece que seja possível desprezar a tradição histórica do jornalismo – muito anterior a esta ideologia corporativa anglo-americana –, nem substituir os jornalistas, enquanto fator estruturante da informação midiática, por divulgadores científicos, comunicadores institucionais ou, simplesmente, cidadãos empenhados em debater no ciberespaço. Os jornalistas deveriam compreender que a razão de ser da sua existência profissional consiste em observar, interpretar e narrar a “realidade social”, da qual são igualmente “construtores”. Esta formulação é paradoxal, mas, apesar do paradoxo enquanto tal assumido, permitimo-nos sustentar a sua pertinência.⁸

Talvez se possa indagar se o historiador ou o cientista social, com a ressalva da validação acadêmica das respectivas investigações, não viverão mergulhados em contradição semelhante.

Não será seguramente através da “tecnicização” – ou seja, estabelecendo dogmáticas no plano das formas de expressão ou dos processos investigativos – que o jornalismo se legitimará num contexto histórico em que a proliferação de discursos, narrativas e atores de comunicação tende para o infinito. Tão pouco será possível sugerir aos jornalistas o regresso à inocência e à ingenuidade do “contador de histórias” anterior à emergência da sociedade midiática. Talvez a invocação da contribuição para a “verdade dialógica”, através de narrativas e testemunhos parciais, mas complementares, seja a atitude possível e razoável.

Em sentido, se não idêntico, pelo menos aproximado, ao da proposta de Wallerstein sobre o estatuto epistemológico da História, Gianni Vattimo (1989: 33) sustenta «que a lógica com base na qual se pode descrever e avaliar criticamente o saber das ciências humanas, e a possível verdade do mundo da comunicação midiaticizada, é uma lógica hermenêutica, que procura a verdade como continuidade, “correspondência”, diálogo entre textos, e não como conformidade do enunciado a um estado mítico de coisas».

Os fundamentos da existência e até da necessidade do jornalismo, na sociedade contemporânea, remetem para a figura de retórica do oxímoro, ou seja, para essa “obscura claridade” que preside à procura social de notícias, no âmbito de uma realidade social cada vez mais construída por essas mesmas notícias.

Notas

1. Substitui “falatório”, palavra utilizada na tradução portuguesa do estudo de Park (originalmente publicado, em 1916, no *American Journal of Sociology*), por “rumor”, termo que me parece mais adequado.
2. A frase é de Julius Chambers, editor do *New York Herald* e do *New York World* no final do século XIX.
3. Palavras de Lincoln Steffens, acerca da sua formação no *Evening Post* (ibidem).
4. Caso *Edward v. National Audubon Society* (apud GLASSER, 1992: 179).
5. Sobre este tema leia-se o subcapítulo do livro de Dayan e Katz intitulado «Efeitos sobre os jornalistas e as organizações transmissoras» (1999: pp.185-187).
6. Cite-se, enquanto exemplo pioneiro, o londrino *Guardian*, que promoveu a criação de um *blog*, propiciando aos leitores vários *links* para assuntos noticiosos.
7. Por exemplo, o 11 de Setembro ou a Guerra do Iraque.

8. A este propósito, Bernard Delforce refere-se a este paradoxo da seguinte forma: «(...) Para fabricar a imprensa e para lê-la é preferível desconhecer, no momento da atividade, a ficção simbólica que ela constitui e acreditar que ela pode realizar o ideal que promete» (*apud*, Mesquita, 2004:46-47).

Referências Bibliográficas

ALLAN, Stuart (2002). «Reweaving the Internet: online news of September 11», in Zelizer e Allan (2002: 119-140).

ÁLVAREZ MARCOS, José (2003). «El Periodismo ante la Tecnología Hipertextual», in Díaz Noci e Aliaga, orgs. (2003: 231-259).

ARONSON, James (1973). *The Press and the Cold War*. Boston: Beacon Press.

BARBOSA, Elisabete e Granado. António (2004). *Weblogs – Diário de Bordo*. Porto: Porto Editora.

BENJAMIN, Walter (1971). «Le Conteur – Réflexions sur l'oeuvre de Nicolas Leskov», in *idem. Oeuvres III*. Paris: Gallimard, 114-51.

CAREY, James W. (1988). *Communication as Culture – Essays on Media and Society*. London: Routledge.

_____. (1997). «The Communication Revolution and the Professional Communicator», in Munson e Warren, orgs. (1997: 128-43).

CASASÚS, Josep Maria e Ladevéze, Luis Nuñez (1991). *Estilo y Generos Periodísticos*. Barcelona: Ariel.

CASTELLS, Manuel (2002-2003). *A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian (volume I: *A Sociedade em Rede*; volume II: *O Poder da Identidade*; volume III: *O Fim do Milênio*).

_____. (2004). *A Galáxia Internet – Reflexões sobre Internet, Negócios e Sociedade*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

COHEN, Elliot D., org. (1992). *Philosophical Issues in Journalism*. New York: Oxford University Press.

(1992). *Objectivity and News Reporting*. New York: Oxford University Press.

CORNU, Daniel (1999). *Jornalismo e Verdade – Para uma ética da informação*. Lisboa: Instituto Piaget.

DAYAN, Daniel e Katz, Elihu (1999 [1992]). *A história em directo – os acontecimentos mediáticos na televisão*. Coimbra: Minerva Coimbra.

DELFORCE, Bernard (1996). «La responsabilité sociale du journaliste: donner du sens», *Les Cahiers du Journalism (Le journaliste acteur de société)*, 2 (1996: 16-32).

DEWEY, John (1991 [1927]). *The Public and its Problems*. Athens: Ohio University Press.

DÍAZ NOCI, Javier e Aliaga, Ramón Salaverría, orgs. (2003). *Manual de Redacción Ciberperiodística*. Barcelona: Ariel.

DUBIED, Annick e LITS, Marc DUCROT, Oswald e TODOROV, Tzvetan (1972). *Dictionnaire encyclopédique des sciences du langage*, Paris: Seuil.

ELIAS, Norbert (1997). *Envolvimento e distanciamento*. Lisboa: Celta.

ELLIOTT, Deni (1998). «The Clash of Paradigms», comunicação apresentada ao Congresso da *Organisation of the News Ombudsman*, San Diego, Califórnia (documento internet:).

GLASSER, Theodore (1992). «Objectivity and News Bias», in Cohen, org. (1992: 176-185).

GRAMSCI, António, *Cadernos do Cárcere*, Vol. 2 (Os intelectuais, o princípio educativo, jornalismo), Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 2004 [1934].

HALLIN, Daniel (1989). *The 'Uncensored War' – Media and Vietnam*. Berkeley: University of California Press.

HUESCA, Robert e DERVIN, Brenda (2003) – «Hypertext and Journalism», in Jenkins e Thorburn (2003: 281-307).

HUGHES, Helen Mac Guill (1981 [1940]). *News and the Human Interest Story*. New Jersey: Transaction Books.

JAHANBEGLOO, Ramin (1999). *Quatro entrevistas com George Steiner*. Lisboa: Fenda.

JENKINS, Henry e THORBURN, David, orgs. (2003). *Democracy and New Media*. Cambridge, Mass.: The MIT Press. Kovach, Bill e Rosenstiel, Tom (2001). *The Elements of Journalism – What Newspeople Should Know and the Public Should Expect*. New York: Crown Publishers.

LEIGH, Robert D., org. (1947). *A Free and Responsible Press – A General Report on Mass Communication: Newspapers, Radio, Motion Pictures, Magazines, and Books*, by the *Comission on Freedom of the Press*. Chicago: Midway Reprint – The University of Chicago Press.

LIPMANN, Walter (1965 [1922]). *Public Opinion*, New York, Macmillan (The Free Press).

MESQUITA, Alfredo (2001 [1916]). *A América do Norte*. Lisboa: Parceria A. M. Pereira.

MESQUITA, Mário (2004 [2003]). *O Quarto Equívoco – O Poder dos Média na Sociedade Contemporânea*, Coimbra, Minerva.

MIRANDA, José Bragança de (1998). *Traços – Ensaios de Crítica da Cultura*. Lisboa: Vega.

MUHLMANN, Geraldine (2004). *Du journalisme en démocratie*. Paris: Payot.

Munson, Eve Styker e Warren, Catherine A., orgs. (1997). *James Carey – A Critical Reader*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Park, Robert (1923). «The Natural History of the Newspaper», *American Journal of Sociology*, 29: 3, (1923: 80-98).

_____. (1967). «A Cidade: Sugestões para a Investigação do Comportamento Humano no Meio Urbano», in Velho, org. (1967: 29-72).

_____. (1972). *The Crowd and the Public and Other Essays*. Chicago: The University of Chicago Press.

_____. (1981). «Introduction», in Hughes (1981: sem numeração de páginas na parte do livro relativa à introdução).

PONTE, Cristina (2004). *Leituras das Notícias – Contributos para uma análise do discurso jornalístico*. Lisboa, Livros Horizonte.

REBELO, José, *A Comunicação – Temas e Argumentos*, Coimbra, MonervaCoimbra, 2003.

RICŒUR, Paul (1955). *Histoire et Vérité*. Paris: Seuil.

_____. (1983). *Temps et Récit*. Paris: Seuil (volume I).

RUBIM, Antonio Albino Canelas, org. (2004). *Comunicação e Política – Conceitos e abordagens*. Salvador: Editora da Universidade Federal da Bahia e Fundação Editora UNESP.

SCHUDSON, Michael (1979). *Discovering the News – A Social History of American Newspapers*. New York: Basic Books.

_____. (2003). *The Sociology of News*. New York: W. W. Norton.

SILVEIRINHA, Maria João (2004). «Opinião Pública», in Rubim, org. (2004: 409-49).

TARDE, Gabriel (1992 [1910]). *A Opinião e as Massas*. S. Paulo: Martins Fontes.

TENGARRINHA, José (1989). *História da Imprensa Periódica em Portugal*. Lisboa: Caminho.

TODOROV, Tzvetan (1972) – «Énonciation», in Ducrot e Todorov (1972: 405-10).

TRAQUINA, Nelson, org. (1993). *Jornalismo: Questões, Teorias e 'Estórias'*. Lisboa: Vega.

TUCHMAN, Gaye (1993). «A Objetividade como ritual estratégico: uma análise das noções de Objetividade dos jornalistas», in Traquina, org. _____ (1993: 74-90).

(1993). «Contando 'estórias'», in Traquina, org. (1993: 258-262).

VATTIMO, Gianni (1989). *A Sociedade Transparente*. Lisboa: Relógio d'Água.

VELHO, Otávio Guilherme, org. (1967 [1916]). *O Fenómeno Urbano*. Rio De Janeiro: Jorge Zahar Editores.

WALLERSTEIN, Immanuel (2003). «Escrever História», *Ler História*, 45 (2003: 7-18).

ZELIZER, Barbie (2004). *Taking Journalism Seriously – News and the Academy*. London: Sage.

ZELIZER, Barbie e Allan, Stuart (2002). *Journalism After September 11*. London: Routledge.