

O jornalismo na estratégia dos conflitos

MANUEL CARLOS CHAPARRO
(Universidade de São Paulo)

O que é ser jornalista? “Nós contamos histórias”, responde-se com frequência entre os profissionais, quando lhes fazem a pergunta. A frase traduz a visão de um jornalismo romântico, aventureiro, às vezes heróico, que não existe mais. No jornalismo de hoje, conectado como fonte energética - a energia da informação - aos conflitos e interesses da atualidade, há cada vez menos espaço e menos tempo para contadores de histórias.

No caso do jornalismo brasileiro, ficaram no passado, por exemplo, as belas reportagens dos primeiros dez anos do Prêmio Esso. Quando o Prêmio Esso surgiu, em 1956, brilhava no jornalismo brasileiro uma pequena elite de grandes repórteres, que passaram a incorporar ao relato jornalístico os recursos criativos, até poéticos, da narração literária, e o faziam com talento admirável. São símbolos desse grupo Ubiratan de Lemos e Mário de Moraes, ganhadores do primeiro Prêmio Esso de Reportagem, com um trabalho sobre o drama dos retirantes nordestinos em fuga da seca. Do mesmo grupo faziam parte os repórteres que inscreveram seus nomes na galeria dos ganhadores do prêmio nos seis ou sete anos seguintes. Alguns nomes: José Leal, Márcio Moreira Alves, Rubens Rodrigues dos Santos, Calazans Fernandes, Mário Mazzei Guimarães, Sílvia Donato, José Gonçalves Fontes, Walter Firmo, Luís Fernando Mercadante, Luís Edgar de Andrade, José Itamar de Freitas...¹

Faziam reportagens de desvendamento, envolvendo dramas humanos, preferencialmente os do Nordeste. Percorriam também a Amazônia, em viagens de semanas, vasculhando mistérios e memórias que mexiam com o imaginário dos brasileiros. Depois, tinham à sua disposição páginas e páginas, por dias a fio.

Havia abundância de espaço e liberdade de imprensa. Mas o poder da imprensa era limitado pela dependência criada por favores e humores governamentais: as empresas jornalísticas recebiam benefícios fiscais que barateavam o papel, os jornalistas não pagavam imposto de renda, os empregos públicos e as remunerações paralelas eram coisa corriqueira. Esses fatores, conjugados, estimulavam um jornalismo romântico, inventivo, mais preocupado com o prazer da leitura do que com as cutiladas críticas.

1 Sobre a história do Prêmio Esso de Jornalismo, ver *Prêmio Esso: 40 anos do melhor jornalismo*, Rio de Janeiro, Memória Brasil Projetos Culturais, 1995.

Havia, entretanto, uma vertente pouco lembrada que marcava profundamente jornalismo de então: as instituições governamentais e empresariais relacionavam-se com o jornalismo de forma burocrática, passiva, quando não defensiva. Têmiam o jornalismo, seu poder de divulgar.

Do poder ao dever de publicar

No *poder de divulgar* assentava a crença ocidental e liberal de que à imprensa se delegou poder de fiscalizar os outros poderes. Na origem secular da crença e do mito estava a Primeira Emenda, que na Constituição americana de 1787 consagrou o valor prevalecente da liberdade de imprensa, ao estabelecer que nenhuma lei poderia ser feita que cerceasse a liberdade de expressão, ou de imprensa. A partir daí, cresceu e circulou o mito do “Quarto Poder”.

No lado oposto do mundo, a crença era outra. Na perspectiva marxista, que HUDEC tão bem sintetizou², o jornalismo sempre tem um caráter de classe e exprime os interesses de grupos políticos (“reacionários” ou “progressistas”) - e assim: “Enquanto houver classes sociais e enquanto o mundo estiver dividido em classes, o jornalismo não pode existir e atuar fora da luta de classes”.³ Daí, porque estaria no compromisso classista o “verdadeiro objetivo do jornalismo”, criou-se o pressuposto de que o jornalismo não pode ser independente em relação à sociedade nem descomprometido com os problemas sociais.

Os confrontos discursivos da História recente expuseram as contradições das velhas crenças e produziram avanços que mudaram os conceitos e as convicções. De modo particular, a teoria libertária do jornalismo americano, segundo a qual nenhum valor se sobrepõe à liberdade de imprensa, foi posta em causa por questionamentos de novas idéias político-sociais de uma fase de maturação cívica que a derrota do nazismo acentuou.⁴

Por causa da liberdade, da democracia e da cidadania, a informação e a explicação da atualidade ganharam outro valor e passaram a ser uma prioridade da cultura humana. Em 1948, com a Declaração Universal dos Direitos Humanos, passou-se a aceitar que o direito à informação pertence ao cidadão, não aos jornalistas ou aos jornais. Um direito que a liberdade de imprensa por si só não garante. O crescimento da idéia e das práticas da democracia direta, em especial na Europa, consolidou a transferência do direito à informação, de quem a difunde para quem a recebe. E com a

2 HUDEC, Vladimir. *O que é jornalismo?* Lisboa, Editorial Caminho, 1980.

3 HUDEC, op. cit., p. 35.

4 Sobre o jornalismo americano e sua influência no jornalismo brasileiro, ver LINS DA SILVA, Carlos Eduardo, *O adiantado da hora*, São Paulo, Summus, 1991.

mudança, os jornalistas passaram a ter o *dever de informar*.⁵ Do dever de informar decorre, como pré-condição, a exigência de que o jornalismo desfrute de independência em relação aos governos e até em relação às próprias empresas jornalísticas. Por isso, em 1970, nos primórdios da União Européia, o então Conselho da Europa aprovou por unanimidade uma declaração acerca da imprensa e de suas relações com os direitos humanos fundamentais. Com essa declaração introduziu-se na cultura jornalística o conceito da independência editorial, ao recomendar a não ingerência do Estado e do proprietário do jornal nas decisões jornalísticas. Duas frases do texto da Declaração: “(...) é desejável o estabelecimento formal da independência do conselho de redação perante a direção”; “(...) o chefe de redação e sua equipe deviam assumir a total responsabilidade do que é publicado”.⁶

Desse documento resultaram avanços importantes no jornalismo europeu, como o surgimento dos Estatutos Editoriais, o fortalecimento das comissões de redação e a configuração jurídica da chamada “cláusula de consciência”. Exemplo: o “Estatuto de la Redacción” do *El País* estabelece que “a mudança substancial da linha ideológica” do jornal (formalmente definida no próprio Estatuto) “(...) será motivo para que o membro da redação que se considere afetado em sua liberdade, honra ou independência profissional possa, sem pré-aviso, invocar cláusula de consciência e, em seu caso, dar por rompida ou extinta sua relação trabalhista”, tendo direito, como mínimo, a uma indenização que corresponda à indenização máxima que a lei estabelece para casos de despedimento improcedente. O mesmo Estatuto estabelece que a cláusula de consciência poderá alargar-se, com os efeitos jurídicos derivados, “quando a algum membro da redação se imponha a realização de algum trabalho que o mesmo considere que viola os princípios ideológicos e violenta a sua consciência profissional”.⁷

O acontecimento como discurso legítimo

Mas o direito à informação tem complexidades que a democracia e a lógica do mercado acentuaram. O Artigo 19 da Declaração Universal dos Direitos Humanos conceitua o direito à informação como o direito de cada cidadão procurar receber e difundir informações e opiniões. Este é o texto: “Todo o homem tem direito à liberdade de opinião e expressão; este direito inclui a liberdade de, sem interferência, ter opiniões e de procurar, receber e transmitir informações e idéias por quaisquer meios e independentemente de fronteiras”.

5 Sobre a maturação cívica, os avanços democráticos do pós-guerra e as decorrências que mudaram o jornalismo, ver GAILLARD, Philippe, *O Jornalismo* (3a edição), Mem-Martins (Portugal), Publicações Europa-Lisboa, 1986, pp. 6-11.

6 A referência é colhida em GAILLARD, Philippe, *op.cit.* pp.9-10.

7 Ver *El País - Libro de Estilo*, Madrid, Ediciones El País, 1990, pp. 512-513.

Quando se estabelece um princípio desses, cria-se de imediato uma exclusão gigantesca. A esmagadora maioria dos cidadãos não tinha, em 1948, como *procurar, receber e transmitir* informações, opiniões e idéias.⁸

Mas as coisas mudaram, não apenas porque se aperfeiçoaram os conceitos e as práticas de democracia, mas também porque a revolução tecnológica da telemática, entre as mudanças que produziu, viabilizou a socialização dos discursos particulares. Por isso vivemos hoje num mundo falante e institucionalizado.

Nesse mundo falante e institucionalizado, o que dinamiza a realidade, e a altera, é a força desorganizativa ou reorganizativa da informação. Noticiar tornou-se a forma mais eficaz de agir no mundo da democracia e do mercado. E criar acontecimentos, recheá-los de conteúdo jornalístico, a mais competente intervenção discursiva das instituições. Quem controla os acontecimentos produz os fatos, os atos, as falas, os saberes, serviços e produtos que nutrem irrecusavelmente os conteúdos jornalísticos. E a competência de produzir e difundir discursos - isto é, a competência de dizer para agir e de agir quando se diz - enriquece a democracia, dinamiza as tramas culturais, dá sentidos novos à cidadania.

Esse é o cenário de uma profunda perturbação dos processos jornalísticos, a que podemos chamar "Revolução das Fontes".⁹

Fonte, como se sabe, é o sujeito interveniente, por vezes obscuro, que detém a informação, o conhecimento ou o saber que interessam ao jornalismo, para a pauta, a notícia ou a aferição. Na cultura jornalística, sempre se acreditou que, sem fontes próprias, nenhum repórter prospera na carreira. Por isso, fazia parte das habilidades mais importantes da profissão o talento para localizar e manter fontes em postos estratégicos. Antigamente, havia que seduzi-las, conquistar-lhes a confiança, até mesmo a cumplicidade, para que a informação mudasse de dono, se possível com exclusividade. Além do acaso feliz, que sempre colocou bons assuntos no caminho dos bons repórteres, era a cumplicidade da fonte particular que possibilitava ao jornalista farejador a glória do "furo", a notícia importante dada com exclusividade.

Ao contrário do que alguns acreditam e propagam, o "furo" não desapareceu. Mas perdeu o significado romântico que a cultura jornalística lhe atribuía. Por quê? Porque as fontes se organizaram, assumiram a iniciativa também na distribuição estratégica de pautas e informações exclusivas.

O furo existe, mas mudou de mão. Hoje, pertence às fontes e é usado como ferramenta, nas estratégias comunicativas das instituições mais competentes.

As fontes se profissionalizaram, assimilaram os conceitos e a lógica do jornalismo, capacitaram seus protagonistas, desenvolveram competên-

8 A Declaração Universal dos Direitos do Homem foi adotada em 10 de Dezembro de 1948, proclamando os direitos civis, políticos, econômicos, sociais e culturais de "todos os membros da família humana".

9 Sobre a revolução das fontes e as perturbações decorrentes nos processos jornalísticos, ver outros textos do autor em www.reescrita.jor.br.

cia no uso das novas tecnologias para a valorização decisiva da dimensão comunicativa dos acontecimentos.¹⁰

O que não se noticia simplesmente não acontece como fenômeno transformador.

Interações complicadas

O relato jornalístico passou a fazer parte estratégica dos acontecimentos. Com implicações éticas, técnicas e estéticas que complicam o entendimento, a pesquisa e a prática do jornalismo. E que torna urgente uma nova revisão conceitual do jornalismo.

A verdade é que os jornalistas das redações deixaram de ser os únicos a pensar na edição de amanhã. O projeto da próxima edição tornou-se uma criação partilhada entre os profissionais que, nas redações, têm a atribuição e a responsabilidade de decidir o que publicar, como publicar, e aqueles que, atuando nas instituições produtoras de acontecimentos, municiam de conteúdos e idéias os pontos estratégicos das redações, com informações jornalisticamente ordenadas, propostas de pauta, fotografias, materiais de suporte ou de consulta, e até textos prontos, de artigos que no dia seguinte talvez recheiem as chamadas páginas de opinião. Nessas interações, a Internet tem usado intensivo, bastante competente, acelerando fluxos, direcionando-os seletivamente, tanto para a distribuição controlada de informações quanto para o acesso aos acervos guardados em *sites* e (até) em bases de dados.

Só em São Paulo, calcula-se que pelo menos dois mil jornalistas trabalhem em fontes, e disso vivam. Esse é o cálculo prudente do próprio Sindicato. No Estado, as empresas prestadoras de serviços de assessoria de imprensa, regularmente constituídas, já passam das 400, dando trabalho a cerca de 800 jornalistas. As grandes empresas industriais e comerciais, todas possuem seus departamentos de comunicação, e dentro deles, áreas especializadas em assessoria de imprensa. O mesmo acontece no serviço público. No núcleo central do Governo e em todas as secretarias de Estado existem assessorias de imprensa, em alguns casos com equipes de três, quatro, cinco jornalistas. O mesmo acontece na Prefeitura de São Paulo, e nas secretarias municipais. No Interior de São Paulo, pelo menos 120 das principais prefeituras têm o seu assessor de imprensa ou de comunicação. Há as grandes e médias empresas públicas, todas com assessorias de comunicação, e as casas legislativas, com dezenas de assessores de imprensa (cada deputado estadual e cada vereador paulistanô tem o seu). Nessa listagem entram os clubes, as entidades sindicais, as associações mais diversas que produzem acontecimentos e os divulgam profissionalmente, entre elas numerosas ONGs.

10 Sobre a teoria do acontecimento, ver Casasús.

Há números com razoável nível de precisão. Com base em dados primários do Ministério do Trabalho, de 1995, a subseção do DIEESE no Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Estado de São Paulo produziu uma estatística sobre a distribuição dos jornalistas com carteira profissional assinada. Eis os resultados:

- No Brasil, de 18.825 jornalistas com carteira assinada, 6.858 trabalhavam fora das redações. Ou seja, 36,4%, proporção equivalente à dos profissionais que trabalhavam em redações no segmento de jornais.
- Em São Paulo, a percentagem dos jornalistas com relações de trabalho fora das redações era de 32,1%. Em números absolutos, isso representa 1.884 jornalistas trabalhando fora das redações, para um total de 5.876 profissionais registrados.

Em resumo, um terço dos jornalistas profissionais atuam em assessoria de imprensa, tendo-a como principal atividade profissional - e não entram nesse cálculo os que trabalham em assessoria de imprensa como segundo emprego ou como "bico" e os que se tornaram empresários no ramo ou nele atuam como autônomos. E esse não é apenas um cenário de São Paulo ou do Brasil, mas um cenário internacionalizado ou, se preferirem, globalizado.

O trabalho diário desses profissionais reflete-se, inevitavelmente, nas edições do dia seguinte. Sai deles a maioria dos conteúdos que depois recebem tratamento final nas redações.

O que lemos diariamente nos jornais são relatos e comentários de três tipos de intervenções na atualidade: acontecimentos programados e controlados por agentes interessados; revelações e falas planejadas e controladas por instituições ou pessoas também interessadas; e acontecimentos imprevistos, não programados.

Se excluirmos os dias raros das grandes tragédias, pelo menos oitenta por cento do que a mídia noticia e comenta tem origem em fontes organizadas. A síntese está nas primeiras páginas. Ainda recentemente, para um estudo que faço sobre a natureza dos acontecimentos, classifiquei e comparei, num sábado, as chamadas da primeira página de três jornais, um deles a *Folha de S. Paulo*, os outros, os dois principais diários portugueses. Na soma, 28 notícias, das quais apenas três relatavam ou falavam de acontecimentos não programados. As outras 25 tinham fontes organizadas na origem: 13 reproduziam revelações ou falas planejadas por sujeitos competentes; 12 relatavam acontecimentos programados e controlados por instituições. E todas essas notícias estavam nas primeiras páginas por causa do potencial desorganizativo, organizativo ou explicativo dos fatos e falas de que davam conta.

Perspectiva dos valores

Em vez de contar as antigas histórias que serviam ao diletantismo, o jornalismo de hoje viabiliza intervenções interessadas na atualidade, ações que alteram o mundo real e presente das pessoas.

Por sua credibilidade, que a todos interessa preservar, o jornalismo é a linguagem mais eficaz para o sucesso das macrointerlocuções e macrointerações deste mundo institucionalizado, falante, produtor de uma atualidade marcada pela lógica da competição. Para que dessa atualidade resultem os ajustamentos que convêm ao ideal democrático, o que significa dizer, ao aperfeiçoamento e à preservação da vida humana, há que impor aos conflitos o balizamento cultural dos valores e princípios da cidadania, entre os quais o direito à informação e o dever de informar.

Esse é o espaço do jornalismo, mediação que relata, explica, analisa e comenta a atualidade. E o vigor pragmático do uso da linguagem no jornalismo, para efeitos imediatos, exige que o vínculo do jornalismo com a atualidade se dê, também, pela via dos valores éticos. As razões do agir jornalístico têm de ser éticas, e a principal delas está definida no Artigo 19 da Declaração Universal dos Direitos Humanos.

Aos compromissos com esses valores estão também obrigadas as fontes institucionais, já que fazem parte dos processos jornalísticos como produtoras deliberadas de acontecimentos e conteúdos. Os empresários e os executivos do mundo dos negócios, os políticos e os outros responsáveis pelas coisas da administração pública, as lideranças dos movimentos sociais e culturais, os produtores de conhecimento, os líderes e mentores religiosos, os poderosos, os transgressores culturais e quantos mais tenham desenvolvido competência de produzir discursos para a socialização no ambiente jornalístico - todos estão diante do dever de zelar pela credibilidade do jornalismo, até porque seus sucessos nos conflitos da atualidade dependem dessa credibilidade.

Os melhores títulos para a sua Biblioteca de Comunicação você encontra na Coleção GT's Intercom

1 *Gêneros Ficcionalis, Produção e Cotidiano na Cultura de Massa* (199). Silvia Helena Simões Borelli, org. Coletânea de membros do GT "Gêneros da Cultura de Massa" com reflexões sobre os mais variados gêneros da cultura de massa. **Preço por exemplar: R\$ 14,00**

2 *Transformações do Jornalismo Brasileiro: Ética e Técnica* (1994). José Marques de Melo, org. Textos de membros do GT "Jornalismo" abordam o processo de mutação radical vivido pelo jornalismo como profissão. **Preço por exemplar: R\$ 14,00**

3 *Trajetória e Questões Contemporâneas da Publicidade Brasileira* (1995, 2ª edição em 1998). J.B. Pinho, org. Trabalhos de membros do GT "Propaganda" abordam o desenvolvimento histórico e discutem questões atuais da publicidade brasileira. **Preço por exemplar: R\$ 14,00**

4 *Economia Política das Telecomunicações, da Informação e da Comunicação* (1995). César Ricardo Siqueira Boloño, org. Artigos de membros do GT "Economia Política das Telecomunicações, da Informação e da Comunicação" promovem análises teóricas ligadas à Economia da Comunicação e da Cultura. **Preço por exemplar: R\$ 14,00**

5 *Comunicação e Culturas Populares* (1995). Cicília Mari Krohling Peruzzo, org. Contém trabalhos de membros do GT "Cultura e Comunicação, que alertam para a existência de práticas, manifestações culturais e de novas linhas de pesquisa que extrapolam os contornos teóricos hoje predominantes. **Preço por exemplar: R\$ 14,00**

6 *A Televisão e as Políticas Regionais de Comunicação.* (1997). Sérgio Mattos, org. Uma seleção de textos dos membros do GT "Televisão" interligados pela legislação, regionalização, produção e, principalmente, pela imagem e influência da TV no Brasil e nos demais países do Mercosul. **Preço por exemplar: R\$ 10,00**

7 *As Histórias em Quadrinhos no Brasil: teoria e prática.* Flávio Mário de Alcântara Calazans, org. 176p. Seleção de textos do GT "Humor e Quadrinhos", dos núcleos temáticos: Memória (com depoimentos de autores), produção alternativa - Underground, Ciência e Tecnologia e um levantamento bibliográfico comentado em 5 idiomas sobre HQ; linguagens contemporâneas e reflexões sobre o futuro dos Quadrinhos nas redes de computadores. **Preço por exemplar: 14,00**

Preencha já o cupom de pedido que se encontra no final da revista e envie acompanhado de cheque nominal para:

Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
Av. Prof. Lúcio Martins Rodrigues, 443 - Bloco B9 - Sala 2 - CEP 05508-900 - São Paulo - SP