

Proc. No. 008427/92-21

Fernando Lattman-Weltman

11686

JORNALISTAS: AGENCIANDO A CIDADANIA,
PUBLICIZANDO O PRIVADO

Dissertação apresentada ao
Mestrado em Sociologia do Instituto
de Filosofia e Ciências Sociais da
Universidade Federal do Rio de Janeiro,
como requisito parcial para obtenção
do título de mestre

Rio de Janeiro

1992

Universidade Federal do Rio de Janeiro
Instituto de Filosofia e Ciências Sociais
Mestrado em Sociologia

Fernando Lattman-Weltman

JORNALISTAS: AGENCIANDO A CIDADANIA,
PUBLICIZANDO O PRIVADO

Rio de Janeiro

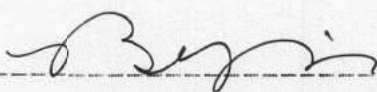
1992

- JORNALISTAS: AGENCIANDO A CIDADANIA,
PUBLICIZANDO O PRIVADO

- Fernando Lattman-Weltman

Dissertação submetida ao Corpo Docente do Mestrado em
Sociologia do Instituto de Filosofia e Ciências Sociais
da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como parte dos
requisitos necessários à obtenção do grau de mestre.

Aprovada por: _____



Presidente da Banca



Prof. Dr. Cesar Guimaraes



Prof. Dra. Vera M. C. Pereira

Orientadora: Prof. Dra. Bila Sorj

Rio de Janeiro

1992

- Ficha Catalográfica:

- LATTMAN-WELTMAN, Fernando;

- "Jornalistas: Agenciando a Cidadania, Publicizando o Privado";

- XIII, 184 pags.;

- Tese: Mestrado em Sociologia;

- Assuntos:

1 - Sociologia;

3 - Jornalistas;

2 - Comunicação;

4 - Profissões;

I - UFRJ - IFCS;

II - Título;

- Agradecimentos:

Uma dissertação de mestrado nunca é apenas o resultado de um esforço individual. É fruto do apoio, do interesse e das contribuições materiais, teóricas e afetivas de uma série de pessoas e instituições.

Do ponto de vista material é fundamental assinalar que este trabalho de modo algum poderia ser realizado sem o apoio financeiro das bolsas de mestrado da CAPES e do CNPq e de uma decisiva dotação que me foi concedida pelo Concurso Ford/ANPOCS.

No que respeita às contribuições teóricas e intelectuais, em 1o. lugar cabe ressaltar o paciente, crítico e construtivo apoio de minha orientadora Profa. Bila Sorj, que, participando desde o começo do processo de construção do objeto desta pesquisa, soube como me ajudar a dar forma e sentido a preocupações teóricas algo vagas e confusas.

Em 2o. lugar é preciso agradecer ao conjunto dos professores do curso de mestrado em Sociologia, com quem pude travar contato nas salas de aula, e que, de um modo ou de outro, contribuíram para o amadurecimento deste trabalho. Entre estes é necessário destacar, de um lado, as professoras Alice Rangel de P. Abreu e Paola Capellini, que participaram da banca que aprovou o projeto que deu início a esta pesquisa, e às quais devo uma série de sugestões importantes, e, de outro, a profa. Vera M. C. Pereira com quem tive a oportunidade de estudar alguns dos textos mais importantes para a reflexão aqui desenvolvida.

Ainda no que respeita às contribuições teóricas (e também afetivas), não posso deixar de fazer menção aos colegas e professores do IUPERJ e do mestrado em História da UFF, com os quais tive o prazer de conviver, ao lado dos colegas de mestrado do IFCS. Entre os primeiros, seguem aqui os meus agradecimentos, em particular, aos colegas do Laboratório de Ética e Política do IUPERJ, os primeiros com quem pude compartilhar de achados e dúvidas relativas a este estudo.

Do mesmo modo, quero também agradecer aos colegas do CPDOC, com quem pude trocar idéias neste recente porém já muito frutífero convívio profissional, seja no dia-a-dia da instituição, seja nos nossos seminários internos. Não poderia aqui deixar de fazer menção, também, à direção do CPDOC, não só pela oportunidade para de trabalhar cotidianamente com temas e fontes correlatos aos desta dissertação, como também pelo apoio dado na reta final de conclusão do texto.

A esses amigos e colegas é preciso acrescentar outros, fora dos marcos institucionais mencionados (e, às vezes, dentro da família), com quem pude, ao mesmo tempo, discutir questões teóricas e acadêmicas, e descansar das tensões naturais que um esforço como o da tese ocasiona. São muitos e me furtarei aqui de citá-los, para não cometer injustiças. Segue aqui apenas um agradecimento especial a Amir Geiger, com quem pude trocar idéias e ansiedades. E a meu tio Henrique B. Veltman, que foi virtualmente o primeiro jornalista entrevistado para esta pesquisa.

Não posso deixar de agradecer também aos meus informantes que com tanta paciência suportaram a minha interminável pauta de entrevistas, em especial aqueles que me abriram caminho dando-me os primeiros dados, as primeiras entrevistas e as primeiras indicações, pois que o começo é sempre o mais difícil. Do mesmo modo, quero agra-

decer a direção do sindicato pelos dados fornecidos e aos demais Jornalistas (e afins) que me deram qualquer dica ou sugestão, por menor que fosse.

Por fim, mas não menos importante, fica o agradecimento especial a Cristina M.O.Fonseca que, ao seu único e especial modo, me acompanhou pela maior parte do caminho, me dando a paz e o carinho tão necessários.

- Resumo:

Esta dissertação é o resultado de um estudo de caso a respeito da identidade profissional dos jornalistas de um grande jornal do Rio de Janeiro. Procura demonstrar como esta identidade é o resultado dinâmico e multifacetado de uma experiência profissional histórica e estruturalmente especificada, e que se traduz, hoje, entre outros fatores, na produção industrial de um produto cultural específico, a notícia, numa determinada configuração do mercado de trabalho para jornalistas e numa ética profissional também específica. Experiência que se por um lado nos permite falar de um 'ethos' jornalístico, por outro lado nos impede de fazê-lo de modo abstrato, sem referência à diversidade de posturas e de comprometimentos éticos implicada pela experiência concreta da redação, com suas divisões, clivagens e hierarquias internas. Diversidade esta que nos remete, contudo, para o papel específico que assume a imprensa nos dias de hoje, em nosso país, quando se discutem as formas e conteúdos de que se deve dotar a cidadania e as instituições relacionadas ao seu exercício, entre as quais se situa a própria imprensa.

- Abstract:

This dissertation is the result of a case study about the professional identity of Journalists from an important newspaper in Rio de Janeiro. It tries to show that this identity is the dynamic and multifarious outcome of an historically and structurally specified professional experience, which could be seen, nowadays, among other factors, in the industrial production of a specific cultural product, the news, in a certain configuration of the Journalist's labour market, and in an also specific professional ethics. An experience that, in one hand, let us speak about a journalistic 'ethos', but, in the other, do not let us do it in an abstract way, without reference to the diversity of attitudes and ethical commitments implied by the concrete experience of the editorial office with its divisions, cleavages and internal hierarchies. A diversity that however leads us to the specific role that our Brazilian Press assumes in our days, when we discuss the forms and contents with which we should build our citizenship and the institutions related to its exercise, among others the Press itself.

Para Moysés e

Rosinha

(in memoriam)

- Sumário:

| | |
|---|----|
| - Introdução: | 1 |
| - Capítulo 1 - Referenciais Teóricos e Metodológicos: Representações, Posturas e Identidade Profissional: | 5 |
| - Capítulo 2 - O Jornalismo Enquanto Fenômeno Social: Configuração Geral e Aspectos da Experiência Brasileira: | |
| - 2.1 - A história da mídia: mercadoria, balanço, serviço: | 20 |
| - 2.2 - Concentração e mercado de trabalho: alguns aspectos da estruturação econômica do Jornalismo brasileiro: | 42 |
| - 2.3 - A proteção ao mercado de trabalho: a regulação do exercício da profissão no país: | 53 |
| - 2.4 - O "Jornal de Notícias": organização geral: | 56 |

| | |
|--|-----|
| - Capítulo 3 - A Identidade Profissional de Jornalista: da Experiência Individual à Tipologia; | |
| - 3.1 - Dados gerais da amostra; | 62 |
| - 3.2 - Tipologia das identidades profissionais; | |
| - 3.2.1 - Considerações gerais sobre a tipologia; | 66 |
| - 3.2.2 - Algumas precauções com respeito à tipologia; | 69 |
| - 3.2.3 - Tipologia das identidades; | 72 |
| - Capítulo 4 - "Por de Trás" da Tipologia: 'Topos' e Estrutura; | 92 |
| - 4.1 - O produto jornalístico: o chamariz e a tribuna; | 97 |
| - 4.2 - O processo de produção do jornal: a questão do controle; | 103 |
| - 4.3 - O mercado de trabalho, interno e externo: algumas propriedades decisivas; | 112 |
| - 4.4 - A 'ética jornalística': cidadania profissional? | 118 |
| - Capítulo 5 - Identidade, Estrutura e Mudança Social: A Título de Conclusão | 127 |
| - Anexos; | 141 |
| - Notas; | 152 |
| - Referências Bibliográficas; | 180 |

"É o Jornalismo a mais exata das profissões, a que requer o conhecimento mais largo e profundo e os mais firmes fundamentos de caráter"

Joseph Pulitzer

"Era noite de Natal e na redação de um grande jornal não havia uma grande notícia para abrir a 1ª. página. O editor-chefe virou-se para um velho e tarimbado redator e encomenda:

— Escreve aí um editorial sobre Nosso Senhor Jesus Cristo.

— OK chefe. Contra ou a favor?"

Anedotário Jornalístico.

- Introdução -

Esta dissertação é o resultado final de um estudo de caso que teve como objeto teórico a identidade profissional de jornalista e suas implicações e sentidos éticos e políticos mais decisivos. O que se buscou conhecer assim foi um pouco da especificidade e da dimensão sócio-política mais abrangente da experiência profissional jornalística em nossa sociedade, nos dias de hoje, na medida em que esta experiência não guarda repercussões apenas para os atores que a vivenciam mas também para o conjunto da sociedade à qual a atividade jornalística se refere.

Com efeito, é justamente este caráter público da informação jornalística e a dimensão "praxiológica" inerente à sua produção, o que, acredito, confere à prática dos jornalistas muito da sua particularidade, da sua especificidade, e, ao mesmo tempo, do seu caráter político e ético profundamente contraditório e ambíguo, tal como se espelha no próprio debate ideológico em que por vezes a mídia se insere (quando ela se auto-refere e enumera seus princípios, direitos e deveres, frente ao público).

No entanto, é necessário tomar precauções quanto ao risco de se re-introduzir aqui uma concepção funcionalista e (mais ou menos) apologética da imprensa que a vê como instituição necessária e/ou necessariamente produzida a partir de demandas "sistêmicas" da sociedade

abstrata ou do "modo de produção dominante". Para evitar isso, creio, é necessário refazer o percurso histórico a partir do qual a mídia tomou a forma que hoje possui, além de enumerarmos os elementos estruturais que hoje, também, a condicionam (independentemente das "funções" que porventura tenha sido "chamada" a desempenhar). De modo que, ao final do trajeto, se possa obter, simultaneamente, uma visão geral do 'ethos' que preside a experiência profissional de qualquer jornalista e uma idéia da diversidade de alternativas de posturas e compromimentos ético-políticos que este 'ethos' oferece aos diferentes indivíduos, em diferentes situações sociológicas.

Assim, do ponto de vista da teoria sociológica, espero que este estudo de caso contribua para a reafirmação da necessidade de superarmos certas dicotomias que se colocam no debate teórico --- tais como as que opõem "subjetividade" e "objetividade", "identidade" e "racionalidade", "comportamento normativizado" e "escolha racional", "análise estrutural" e "individualismo metodológico", etc --- em prol de uma utilização mais livre (porém metodologicamente coerente) de conceitos e teorias, na busca de construção de objetos a partir da pesquisa empírica. Contribuindo-se assim, simultaneamente, tanto para a maior compreensão das realidades sociais e históricas quanto para o aprimoramento do instrumental teórico e conceitual da disciplina.

Desse modo, a compreensão que se busca obter aqui elegeu como seu objeto empírico o imaginário auto-referente de jornalistas empregados na redação de um grande jornal carioca. Para evitar o risco de se criar qualquer constrangimento aos informantes da pesquisa, to-

mei a precaução de utilizar pseudônimos tanto para o próprio jornal (que chamarei de "Jornal de Notícias") quanto para certos cargos e seções do mesmo.

A partir da coleta destes depoimentos, pude obter um conjunto de representações que, dadas a sua grande fluidez e ambiguidades, foram organizadas e expostas sob a forma de uma tipologia de identidades profissionais que nos permite passar da diversidade (e da ambiguidade) de formas de posicionamento individual para a unidade das estruturas condicionantes desta mesma diversidade e seus limites. Dai' pude extrair algumas idéias básicas sobre o exercício da profissão em nosso país e delinear algumas hipóteses para futuras pesquisas que se debruçam mais especificamente sobre a ação concreta de tais atores e suas implicações para os processos mais abrangentes de mudança social.

A estrutura discursiva da dissertação reflete, portanto, em detalhe, cada uma destas fases de construção do objeto e os questionamentos daí' decorrentes:

No 1o. capítulo encontra-se a exposição dos referenciais teóricos e metodológicos que norteiam a pesquisa e o sentido da utilização de determinados conceitos.

O 2o. capítulo se inicia com a descrição de um modelo de evolução histórica da imprensa e sua contextualização no Brasil, mais especificamente, prossegue com uma exposição de determinadas características da atual estruturação econômica do jornalismo brasileiro e seu mercado de trabalho, analisa rapidamente a lei que regulamenta a

atividade jornalística entre nós, e se encerra com uma visão geral da organização interna do "Jornal de Notícias".

É no 3o. capítulo que se encontra a tipologia de identidades profissionais à qual nos referimos acima. Ela é precedida por uma descrição genérica dos procedimentos adotados para a coleta dos depoimentos dos jornalistas, por uma explicitação das categorias e variáveis utilizadas em sua confecção e por uma série de precauções que sua construção e análise exigem.

No 4o. capítulo são explicitadas as implicações teóricas da tipologia e suas principais estruturas condicionantes, a saber: as características específicas do produto jornalístico, certos aspectos do processo de produção da notícia, determinadas propriedades dos mercados interno e externo de trabalho para os jornalistas e, por fim, a sua ética profissional.

Finalmente, no 5o. capítulo, a dissertação é concluída com um resumo das idéias esboçadas anteriormente e com a formulação de determinadas hipóteses que a partir daí se colocam, acerca da ação política dos membros da categoria e suas implicações sócio-políticas mais abrangentes.

1 - Referenciais Teóricos e Metodológicos: Representações, Posturas

e Identidade Profissional

O objeto teórico deste estudo de caso é a identidade profissional jornalística, compreendida aqui enquanto um conjunto determinado e limitado de "alternativas" de posturas e comprometimentos éticos, postos aos indivíduos, cuja unidade é dada por uma mesma situação sociológica (que dá origem e sustentação a todas estas "alternativas"): o pertencimento ao grupo de trabalhadores da redação de um grande jornal do Rio de Janeiro.

Desse modo, a identidade profissional, ou o 'ethos' jornalístico, é concebido como uma espécie de "ambiente" (1) que pré-existe aos indivíduos que nele tomam parte, possuindo, portanto, toda uma história prévia, mas que se reproduz através da ação presente de instituições e destes mesmos atores concretos que se inserem num "campo" (2) de forças que é, ao mesmo tempo, produto e (re)produtor desta história. Dessa forma, os atores e instituições inseridos no "campo jornalístico", na mesma medida que o reproduzem, têm também a possibilidade de "superá-lo" no sentido de novos conteúdos ético-políticos e na formação de novas "alternativas" para as posturas e comprometimentos individuais (o que não quer dizer, necessariamente, que o façam, ou que saibam quando e como o fazem; por isso as aspas quando falo em alternativas).

Sendo assim, para o conhecimento deste 'ethos' e da gama de alternativas que ele permite é necessário conhecer as diferentes re-

representações que os diferentes atores possuem sobre o próprio campo e seu funcionamento. Estas representações constituem aquilo que autores como Charles Sabel chamam de "visões de mundo" (3):

"world views are normative as well as explicativa. They are not just models of the world; they are models for the world. They are evaluative and simultaneously they create meaning: if we regard the world from the vantage point of a world view, the distinction of facts and values dissolves (SABEL, 1987, pps. 14 e 15).

Compreende-se assim que o termo "representações", tal como utilizado nesta pesquisa, não deve ser pensado nem como "super-estrutura" que atuaria "funcionalmente" na simples reprodução do "campo" (ou do "sistema"), nem, por outro lado, como um conjunto de imagens totalmente aleatórias e/ou fictícias que os atores manipulariam livremente, ao seu bel prazer, estético ou interessado. Tais representações seriam conjuntos sim, de imagens, idéias, ideais e estereótipos cuja manipulação, valoração e associação, contudo, é significativa, servindo ao pesquisador como indícios do modo com que a experiência profissional dos atores/informantes é percebida, valorizada e vivenciada, e conseqüentemente, do modo pelo qual fornece, a estes mesmos atores/informantes, determinadas competências discursivas, determinadas

"visões de mundo", determinados conteúdos discursivos auto-justificadores, seja do ponto de vista ético, seja do político.

Assim, no que se refere mais especificamente aos seus aspectos metodológicos, a matéria-prima que dá fundamento a esta dissertação foi constituída a partir de um conjunto de entrevistas em que se buscava obter uma amostra do imaginário dos informantes acerca de uma série de aspectos de sua experiência profissional, desde a origem de seu interesse pela profissão e seus primeiros passos em direção a ela, até o modo como são percebidas as características mais atuais de tal experiência, tais como a organização e a hierarquia internas da redação, o comportamento de chefias, de colegas, do sindicato, das fontes, do público, etc, aos quais a pauta de entrevista se referia, direta ou indiretamente.

O objeto teórico construído a partir daí se constitui inicialmente, portanto, de um conjunto de representações --- muitas delas, ao menos à primeira vista, possivelmente contraditórias --- obtidas a partir das imagens, opiniões, e idéias que os atores/informantes da pesquisa foram levados a "acessar" e, em certos casos, a elaborar mais ou menos imediata e precariamente, em resposta à abordagem e ao inquérito do pesquisador no momento das entrevistas. Representações que, acredito, expressam apenas certas disposições que, contudo, permitem a definição, teoricamente coerente, de "posturas" que os atores/informantes manifestam possuir (no momento do inquérito).

Desse modo, chegaríamos à definição do conceito de identidade profissional particular utilizado nesta pesquisa, o qual, por sua

vez, pretende referir-se a um determinado conjunto teoricamente coerente, de representações e posturas captadas a partir dos depoimentos e da observação do comportamento dos informantes, durante as entrevistas, e que, acredito, remetem ao processo de acomodação entre: sua "visão de mundo" social e previamente adquirida; sua situação e inserção no mercado profissional; e seu(s) projeto(s) profissionais/existenciais de curto, médio e/ou longo prazo. A identidade profissional particular, assim definida, é, portanto, um todo, teoricamente --- e, muito provavelmente, apenas teóricamente --- coerente em suas linhas gerais, que sintetiza num mesmo movimento tanto o "passado", quanto o "presente" e "futuro" dos agentes (todos em aspas porque a identidade aqui definida retém apenas os aspectos profissionalmente mais significativos destes três tempos existenciais, e tal como captados na contingência da pesquisa). Assim, se por um lado, a restrição do conceito de identidade a seu aspecto profissional reduz, ao menos, o campo de investigação do "presente" (o universo restrito da profissão), por outro lado, a noção de que na identidade profissional dos indivíduos há bem mais do que apenas a profissão, implica, para a compreensão desta identidade, a extensão da análise, na medida do possível (e do estritamente necessário; em função dos objetivos limitados da pesquisa), a realidades prévias, tangentes e posteriores ao presente profissional.

Sendo assim, em 1o. lugar, pressuponho aqui, tal como postula a fenomenologia de Alfred Schutz, que

"... las ciencias sociales deben abordar la conducta humana y su in-

interpretacion de sentido comun en la realidad social, lo cual requiere el analisis de todo el sistema de proyectos y motivos, de significatividades y construcciones (...). Tal analisis remite necesariamente al punto de vista subjetivo; es decir, a la interpretacion de la accion y su encuadre en terminos del actor" (SCHUTZ, 1974, pp.60).

Desse modo, a escolha metodologica pela técnica da coleta de depoimentos personalizados (em detrimento, por exemplo, da busca exclusiva de dados estatísticos sobre o mercado de trabalho, o comportamento sindical da categoria, etc) justifica-se pela aceitação do pressuposto fenomenológico, particularmente adequado, em princípio, para a investigação de objeto teórico tão claramente referenciado à subjetividade, como é o caso do estudo das identidades.

No entanto, no que se refere à adequação entre este pressuposto metodológico e a teoria que aqui preside a construção do objeto e sua compreensão, não compartilho com este autor exatamente do mesmo entendimento acerca do que ele chama de "postulado da interpretação subjetiva das ciências sociais", segundo o qual,

"... el sentido subjetivo que tiene una accion para el actor es unico e individual, porque se origina en la

situacion biografica unica y particular del actor" (Idem, pp.61).

O que implicaria, inclusive, segundo Schutz, em que,

"... no puedo comprender un objeto cultural sin referir-lo a la actividad humana en la cual se origina. Por ejemplo, no comprendo una herramienta si no conozco el proposito para el cual fue ideada, un signo o un simbolo si no se' que representa en la mente de la persona que lo usa, una institucion sin comprender que' significa para los individuos que orientan su conducta con respecto a su existencia" (Idem, pp. 41).

Muito pelo contrário, acredito que se a interpretação subjetiva dos próprios atores em questão é uma excelente porta de acesso à investigação da identidade (talvez a única), ela bem pode não ser a melhor saída, ou nem mesmo o melhor caminho, a maior parte do tempo. Em 1o. lugar, se uma postura objetivista (que "resolva" a questão da identidade profissional e seus conteúdos a priori, como epifenômeno de uma ordem estrutural pré-definida) corre sempre o risco de passar muito longe das principais distinções e especificidades do objeto, decorrentes de sua autonomia estrutural ou conjuntural, mesmo que relativa,

Por outro lado a ênfase nos conteúdos subjetivos pode reificar o discurso nativo, tomando como dadas as suas versões dos fatos, ou, na falta de tais discursos, chegar mesmo a afirmar a própria impossibilidade de se pronunciar sobre seu objeto (que, na verdade, se resumira à mera empiria). Em 2o., e talvez mais fundamentalmente, de acordo com toda uma longa tradição sociológica --- que remonta a Marx, a Durkheim e a Mauss --- acredito que a subjetividade inerente à interpretação que todos fazemos da realidade e seus diversos aspectos, recebe não apenas o essencial de seus conteúdos interpretativos mas também os conteúdos lógicos de seu ordenamento, com efeito, da "atividade humana da qual se origina", entendida aqui, contudo, enquanto qualquer conjunto de práticas cuja estruturação transcende as suas meras atualizações intersubjetivas, seja no tempo ou no espaço. O que implica dizer que a verdadeira sede, ou origem, da interpretação subjetiva é algo que de muito a transcende em sua singularidade concreta (embora de modo algum a exclua em sua potencialidade "singular", vale dizer, indeterminada e, na verdade, incognoscível sociologicamente --- o que não quer dizer irrelevante, sociologicamente ou não).

No caso em questão, como veremos adiante, esta "atividade humana" é a própria prática cotidiana dos jornalistas que será aqui analisada em sua especificidade histórica, sua estruturação econômica e jurídica mais genérica, e seus aspectos principais, tais como estes configuram as alternativas tipológicas de identidade jornalística; a saber: as características específicas do produto jornalístico, do pro-

cesso de produção do jornal, do mercado de trabalho e da ética profissional.

Dai' que a compreensão acerca dos "objetos culturais" não tem de passar necessariamente pelo (ou bastar-se no) conhecimento acerca dos propósitos primeiros que presidiram a criação dos objetos e/ou da "fiel" representação dos signos, símbolos ou significados que as instituições têm para os atores (enquanto míticos indivíduos singulares, "criadores" ou "pensadores"). Ou seja: a compreensão pode partir das representações e das orientações manifestas (discursivamente ou não) pelos atores, do próprio uso expressivo que fazem dos signos e símbolos e das alternativas limitadas de que dispõem, e, a partir dai', atingir as estruturas que, na verdade, presidem e condicionam a(s) estrutura(s) dos seus possíveis discursos.

Com efeito, segundo Bourdieu,

"diferentemente do cálculo das probabilidades que a ciência constrói metodicamente, com base em experiências controladas e a partir de dados estabelecidos segundo regras precisas, a avaliação subjetiva das chances de sucesso de uma ação determinada numa situação determinada, faz intervir todo um corpo de sabedoria semiformal, ditados, lugares-comuns, preceitos éticos

('não é' para nos') e, mais profundamente, princípios inconscientes do 'ethos', disposição geral e transponível que, sendo o produto de um aprendizado dominado por um tipo determinado de regularidades objetivas, determina as condutas 'razoáveis' ou 'absurdas' (as loucuras) para qualquer agente submetido a essas regularidades" (BOURDIEU, 1983, pp.62 e 63).

Desse modo, quando falo em "atividade humana", produtora dos cânones da interpretação subjetiva que transcende a singularidade concreta (o indivíduo) que a atualiza, tenho em mente algo bem diferente daquilo que, por exemplo, Adam Przeworski chama, caricaturalmente, de "abordagem sociológica" (em oposição a uma abordagem "econômica"), segundo a qual

"... alguma coisa torna-se 'internalizada'. A sociedade torna-se interna aos indivíduos que manifestam essa sociedade internalizada em suas ações. (...) Neste tipo de concepção, em que a internalização representa um processo pelo qual os indivíduos adquirem determinados

estados de espírito ou predisposições comportamentais, considera-se que o ato individual consiste em duas etapas. Na primeira, tipicamente associada ao processo de 'socialização', os indivíduos adquirem atitudes que passam a levar dentro de si em condições sociais diversas. Na segunda etapa, expressam em atos esses padrões de comportamento internalizados. (...) É fundamental ressaltar que a característica de todas as versões dessa abordagem (...) é que tratam todo comportamento como um ato de execução. Os padrões de comportamento são internalizados e expressos em atos. O comportamento é a manifestação em atos da sociedade internalizada" (PRZEWORSKI, 1989, pp. 114 e 115).

Ou seja: o que creio se passar no processo sempre atual de (re)construção das identidades não é nem a simples "execução de padrões de comportamento internalizados", nem a simples escolha de uma estratégia racional, da parte de um ator racional, em busca de objetivos estabelecidos fria e deliberadamente após um cálculo racional de

custos e benefícios. Sem dúvida nenhuma, como propõe Przeworski, os indivíduos "escolhem", de acordo com sua "razão" e de acordo com a "avaliação" que fazem de suas condições e alternativas. Mas nem sempre tais escolhas têm para eles este sentido (de "escolha"), e mesmo quando têm consciência de que escolhem, o fazem definindo não só os fins como também os meios de acordo com padrões atuais de expectativas e de auto-imagem que não apenas se referem a conteúdos valorativos adquiridos em seu processo de socialização (o que é bem diverso de "padrões de comportamento internalizados") mas que dizem respeito, também, a valores e objetivos (tanto individuais quanto coletivos) legitimados e postos, no presente imediato, pelas ideologias dos campos aos quais se circunscrevem.

Não é outra coisa aliás, como já vimos, o que propõe Sabel, quando nos fala de "visões de mundo". Ou, por exemplo, Fábio Wanderley Reis, a respeito de identidades e racionalidade, quando nos diz que a idéia de caráter ou de identidade,

"... implica um importante componente de fechamento e engajamento, de fidelidade a certos objetivos orientadores que pertencem, de alguma forma, autenticamente ao sujeito que age, o que significa sobretudo que tais objetivos revelam afinidades com traços de sua personalidade que lançam raízes em seu

passado profundo e em sua memória e que lhe são largamente dados ou mesmo impostos. E é crucial assinalar, relativamente à questão da racionalidade, que a presença desse componente de engajamento e rigidez não só não importa por si mesma em irracionalidade, mas deve mesmo ser vista como uma condição de racionalidade em certos contextos importantes" (REIS, 1988, pp.28).

Ou ainda, novamente, Bourdieu, a respeito de "habitus" e "estratégia",

"O 'habitus' está no princípio de encadeamento das "ações" que são objetivamente organizadas como estratégias sem ser de modo algum o produto de uma verdadeira intenção estratégica" (BOURDIEU, 1983, pp. 61).

Trata-se aqui, portanto, de se compreender os significados deste 'ethos' (no caso, o dos jornalistas), esta "disposição geral e transponível", que, no entanto, não é apenas "o produto de um aprendizado" --- ou seja a incorporação de um "habitus" (4) de classe, como propõe Bourdieu --- mas também o resultado da configuração atual do

"campo jornalístico", enquanto campo relativamente autônomo de poder, de correlação de forças, e que oferece a seus atores/participantes recompensas e perspectivas existenciais específicas.

De modo que, inclusive, a própria definição de um específico "ethos" jornalístico implica a consideração da possibilidade de existência de diferentes tipos particulares de identidade profissional jornalística, que, dadas as suas distinções, aproximações e mesmo antagonismos, contribuiriam para dar a este "ethos" uma série de feições nas quais ao menos alguns dos seus representantes talvez não se reconhecessem confortavelmente.

Parte-se, portanto, das representações subjetivas manifestadas pelos atores/informantes da pesquisa para daí atingir-se o que pode estar "por trás" destes discursos, dando a estes os seus conteúdos necessários (sem prejuízo dos demais). Evidentemente, a interpretação que se obtém desse modo é bastante diversa das versões nativas, podendo, inclusive, para certos jornalistas tornar-se inaceitável.

Assim, a princípio, poderia novamente entrar em acordo com a fenomenologia de Schutz, quando esta, se referindo às diferenças entre a "interpretação de sentido comum" e a interpretação científica, afirma que

"El sistema de significatividades que gobierna la interpretación de sentido comum en la vida cotidiana se origina en la situación biográfica del observador. Al decidirse a

ser un científico, el experto en ciencias sociales ha reemplazado su situación biográfica personal por lo que llamare' (...) una situación científica. Los problemas que se le presentan pueden no ser problemas para el ser humano que esta' en el mundo, y viceversa" (op. cit., pp. 83).

Com efeito, trata-se exatamente disto. Desde que, e' claro, se limite e se de ao termo "situación biográfica" todo o seu alcance especificamente sociológico, e se compreenda que as posições do cientista e do "homem-no-mundo" não são exatamente "equivalentes" (tal como a idéia de "reemplazamento" pode levar a crer): no que se refere, por exemplo, à questão da análise acerca da racionalidade de uma ação ou escolha individual, os riscos da não-atenção ao que Schutz chama de "interpretación de la acción y su encuadre en terminos del actor" são muito grandes e podem realmente conduzir a análise, tanto a retrospectiva quanto a prospectiva, a erros terríveis de interpretação e de previsão, que podem, inclusive, levar as versões sociológicas sobre o que seria o comportamento racional, ou mais racional, a soar como um verdadeiro "diktat" ideológico, sem qualquer relação com a concretude da experiência pesquisada (a história do marxismo, por exemplo, está repleta de indicativos deste tipo de problema intelectual). No entanto, quando se trata da análise da identidade e das condicionantes da

própria interpretação subjetiva, ou seja, daqueles enquadramentos e conteúdos que presidem a conformação das "visões de mundo" e que, portanto, configuram o próprio ambiente simbólico no qual se exerce a prática (ou mesmo a "praxis" (5)) dos atores, e que, desse modo, pode servir a estes como uma espécie de base cognitiva subconsciente (ou pré-consciente (6)), a interpretação subjetiva do pesquisador pode, justamente em função da distância sócio-cultural que se coloca entre ela e a de seus informantes, e do estranhamento daí decorrente, ao menos revelar algo do que permanece oculto, trazer à análise o que permanece sub-entendido, problematizar o que parece dado. É evidente, como sugere Schutz, que as preocupações e achados do pesquisador podem também não conter nenhum interesse prático para os seus informantes (e vice-versa).

De qualquer modo, contudo, no que respeita à adequação e ao interesse de nossos questionamentos para os jornalistas, acredito que haja aí alguma confluência (como terei a oportunidade de sugerir no final desta dissertação).

Pois como afirmou uma vez o antropólogo Eduardo Viveiros de Castro, (não sei se exatamente com estas palavras),

"Difícilmente se podera' fazer boa etnografia com questionamentos e problemas que não interessam aos informantes pesquisados" (7).

Espero, portanto, que não seja este o caso.

2 - O Jornalismo Enquanto Fenômeno Social: Configuração Geral e Aspectos da Experiência Brasileira:

2.1 - A história da mídia: mercadoria, palanque, serviço:

O surgimento da imprensa, em suas linhas gerais, no cenário da cultura ocidental, pode ser circunscrita à emergência, em paralelo, da economia de mercado capitalista e do Estado liberal-democrático burguês, tendo como cenário básico a cidade moderna. Desenvolvendo-se, modelarmente, a partir de uma espécie de serviço pioneiro de venda de informações, cuja função primordial seria subsidiar logisticamente o comércio incipiente das cidades à época do mercantilismo (8), a imprensa logo veria desdobrarem-se as suas potencialidades, tanto comerciais (a venda ao público em geral de relatos curiosos ou pitorescos, em pequenos folhetos), quanto políticas --- a propagação de idéias ou propostas para o público, cujo espaço teria se expandido e se tornado atraente, à medida em que avançavam as convulsões sócio-políticas da modernidade (9).

Surgiria então o que Robert Park chama de "party paper", o jornal político que, na Inglaterra, aparece no começo do século XVIII e que, inicialmente, constava de registros algo clandestinos acerca do conteúdo dos debates parlamentares. Quando mais tarde permitiu-se oficialmente aos repórteres o acesso e o registro das sessões, operou-se uma autêntica "mudança constitucional":

"As soon as the parliamentary orators discovered that they were addressing not only their fellow-members but, indirectly, through the medium of the press, the people of England, the whole character of parliamentary proceedings changed. Through the newspapers the whole country was enabled to participate in the discussions by which issues were framed and legislation was enacted.

"Meanwhile, the newspapers themselves, under the influence of the very discussions they themselves instigated, had become party organs. Whereupon party press ceased to be a mere chronicle of small gossip and came to be what we know as a "Journal of opinion" (PARK, 1960, pg.15).

É o momento do "Jornalismo literário", tal como o define Habermas (HABERMAS, 1984, pg.214) --- cujo caráter "literário" não se resume apenas ao aspecto estético do texto, ao chamado "beletrismo", mas também ao fato de que, como nos mostra o autor, esta imprensa se-

ria um legítimo sucedâneo dos salões literários onde, segundo ele, teve origem a gestação da "esfera pública burguesa", seus ideais e ideologia --- onde o próprio imperativo comercial inicial da imprensa seria posto em segundo plano, em função dos objetivos políticos, mesmo que tal inversão implicasse (como na maioria das vezes) em deficits crônicos. E' quando se daria o surgimento e a glória de um novo personagem: o redator, ou, como o termo mais antigo bem definia, o 'publicista'. Anteriormente, não parecia haver maiores distinções entre o 'gráfico' (ou que outro termo qualificasse o ator da impressão) e o 'repórter' (ou: quem coletava as informações). Já agora, embora a separação de tarefas também pudesse ser apenas teórica ou formal, e não encarnada em indivíduos distintos, o jornal passa a conter não só uma 'gráfica' como também uma 'redação'.

Neste estágio, portanto, a imprensa desenvolveria sua identidade em estreita conexão com os anseios modernos de constituição de uma esfera pública autônoma. E' em nome de um interesse geral das sociedades que se exerce a "tribuna" do jornal para a propagação de idéias e valores, entre os quais destacavam-se, obviamente, as próprias liberdades de pensamento, expressão e imprensa. Dai' a pouca importância dada aos aspectos comerciais da empresa jornalística de então, concebida muito mais como instrumento político do que como negócio.

Assim, segundo Park,

"During the long struggle for freedom of thought and speech in the seventeenth century, popular dis-

content had found literary expression in the pamphlet and broadside.
(...)

"When the newspaper became, in the early part of the eighteenth century, a journal of opinion, it took over the function of the political pamphlet. The opinion that had formerly found expression in a broadside was now expressed in the form of editorial leading articles. The editorial writer, who had inherited the mantle of the pamphleteer, now assumed the role of a tribune of the people.

"It was in this role, as the protagonist of the popular cause, that the newspaper captured the imagination of our intelligentsia" (PARK, 1960, p.15).

E' somente com a superaçaõ desta fase de lutas pela configuraçaõ e regulamentaçaõ básica do espaço público, que a imprensa passaria a se reorganizar paulatinamente em torno de imperativos empresariais.

"... as our cities expanded and life grew more complicated, it turned out that political parties, in order to survive, must have a permanent organization. Eventually party morale became a greater value than the issues for the determination of which the parties are supposed to exist. The effect upon party press was to reduce it to the position of a sort of house organ of the party organization. It no longer knew from day to day just what its opinions were. The editor was no longer a free agent. (...)

"When, finally, the exigencies of party politics (...) developed the political machine, some of the more independent newspaper revolted. This was the origin of the independent press.

"Meanwhile a new political power had arisen and found expression in the press. This power was embodied, not in the editorial and the

editorial writer, however, but in the news and the reporter" (PARK, 1960, p.17).

Assim, uma vez estabelecidas sob forma de lei as garantias fundamentais do exercício da cidadania, a livre associação (em seus distintos graus de tolerância) e a competição interpartidária, passaria a predominar a idéia de que a imprensa cabe uma função específica: informar com isenção a opinião pública, doravante, soberana (de acordo com o ideário liberal-representativo). É a opinião pública o "novo poder político" ao qual parece se referir Park, no trecho citado acima. E este poder não reclama mais tão avidamente as palavras de ordem dos editoriais. A nova demanda se faria em torno de notícias, de fatos recolhidos e retransmitidos com exatidão, com isenção. E a garantia da isenção, da qualidade do produto jornalístico passaria a ser considerada --- tal como ocorre com outras mercadorias --- em função da existência de concorrência. Dai' a 'revolta' contra as máquinas partidárias e o desejo de independência. Com efeito, é a própria noção de que a imprensa necessita ser independente para poder dirigir-se ao "Público" em nome do interesse geral que, de certo modo, ira' justificar a crescente atenção que os jornais passam a dar à sua própria viabilidade financeira. Liberdade de imprensa e livre iniciativa, desse modo, passariam a formar um par constante, uma demandando a outra.

Como diria Park,

"Henceforth the editors were to be news-gatherers, and the newspaper

staked its future on its ability to gather, print and circulate news" (PARK, 1960, pg.19).

Tratar-se-ia, portanto, de um retorno da imprensa às suas origens comerciais, já agora, segundo Habermas, "no novo estágio da grande empresa altamente capitalista", e com base numa nova legitimidade, cujo modelo é extraído da competição dos produtores no mercado livre. Na Inglaterra, França e EUA o novo processo de empresariamento teria se dado durante a década de 1830. Nesta 3a. fase, "o jornal assume o caráter de um empreendimento que produz espaço para anúncios como uma mercadoria, que se torna vendável através da parte reservada à redação (10)". Assim, prossegue Habermas, "já pela metade do século havia uma série de empresas jornalísticas organizadas como sociedades anônimas (HABERMAS, op.cit., pg.217)".

Paralelamente à sua liberação política e social para a comercialização, dar-se-ia historicamente o processo de avanço técnico e organizacional da empresa jornalística o que, por sua vez, implicaria na ampliação da base de capital e no aumento do risco econômico. Seria o momento de avanço das técnicas de impressão e do surgimento do telégrafo, que revolucionou a organização de toda a rede de notícias, com o surgimento das grandes agências internacionais. Do ponto de vista do conteúdo das notícias, estas transformações tecnológicas não deixariam de ter seu peso; segundo o pesquisador norte-americano Ben Bagdikian, a tendência no sentido da objetividade, que passa a predominar no "jornalismo empresarial",

"... foi ainda mais fortalecida pela evolução das redes noticiosas, os serviços telegráficos que distribuem suas notícias a uma vasta variedade de jornais. (...) Isto significava que a mesma notícia seria escrita para um jornal ultraconservador e segregacionista do sul como para um jornal liberal integracionista no norte, um republicano no meio-oeste e um democrático na Nova Inglaterra. O mesmo relato de questões sociais, políticas e econômicas tinha que satisfazer editores e jornalistas de gostos variáveis quanto a notícias. A objetividade tornou-se um imperativo comercial tanto quanto intelectual" (BAGDIKIAN, 1973, pg. 355).

Além disso, prossegue Bagdikian,

"O que acontecia com as notícias nacionais distribuídas aos jornais também acontecia com as notícias distribuídas nos jornais comunitários. Visto que um jornal ou tinha

um monopólio ou agia no sentido de um, pretendia vender um jornal a cada casa na cidade. E essas casas variavam em gostos e valores sociais. (...) No caso, também, a objetividade --- a abstenção de valores explícitos no relato noticioso --- tornou-se uma necessidade comercial" (Idem, pgs. 355 e 356).

Não haveria, portanto, contradição entre o interesse público pela informação objetiva e o interesse privado do jornal em vendê-las ao maior público possível (desde que, e' claro, houvesse congruência entre as concepções de cada interesse acerca do caráter objetivo da informação). Assim como a situação ideal do mercado pressupõe uma aceitação universal de regras de intercâmbio universais, a idéia de informação objetiva pressupõe a existência de um interesse racional universal na obtenção de um conhecimento idem (voltarei a este ponto posteriormente).

Internamente, com o novo predomínio do cálculo econômico, alteram-se as relações sociais no seio da empresa e surgem novos atores e líderes do processo produtivo. Se na fase "literária" o redator se colocava à frente tanto no que diz respeito ao conteúdo impresso quanto em relação à hierarquia de 'status' do jornal (sendo muitas vezes proprietário ou sócio da empresa), no novo momento (que poderíamos chamar o do "objetivismo" empresarial) o controle técnico do pro-

cesso passa 'as mãos do "editor" (que aqui não deve ser confundido com o 'editor' citado por Park, cujo termo em inglês se refere mais aos nossos 'redator', 'publicista', ou ainda, 'editorialista'). Ainda de acordo com Habermas,

"a atividade redacional já tinha, sob a pressão da transmissão de notícias de um modo tecnicamente mais avançado, se especializado de uma atividade literária para uma jornalística: a seleção do material se torna mais importante do que o artigo de fundo; a elaboração e a avaliação das notícias, sua revisão e preparação se torna prioritária em relação à obediência efetiva, do ponto de vista literário, de uma 'linha'" (Idem, p.218).

A estrela da redação passa a ser o profissional que, mesmo não coletando as matérias ou redigindo uma linha sequer, sabe como dar forma, sentido e ordenamento às notícias, procurando cativar a atenção e o interesse do leitor (que agora é não mais o público, somente, mas, também, o mercado do jornal --- e, indiretamente, de seus anunciantes). Se o redator respondia pela linha política da tribuna, o editor zela pela linha editorial do jornal: o conjunto de características tanto técnicas quanto políticas que definem a personalidade do veículo

(agora tanto de seus conteúdos quanto de si mesmo). E isso se dá mesmo na imprensa mais voltada para fins políticos do que comerciais.

O estágio seguinte da empresa Jornalística não diferiria, em suas linhas gerais, do processo a que se submeteriam historicamente as demais empresas capitalistas (deixadas, e' claro, sem interferência, às "livres" leis do mercado). A concorrência entre as nascentes empresas Jornalísticas teria sucedido uma nova fase, monopolística. Os jornais mais poderosos absorveriam os menores, as redações dos grandes centros submeteriam as do interior, e as opções do mercado se estreitariam, sobrevivendo então políticas de cartel (11). Assim, "no último quarto de século, formam-se os 100 grandes trustes da imprensa: Hearst nos Estados Unidos, Northcliffe na Inglaterra, Ullstein e Mosse na Alemanha. Este movimento teve a sua continuidade em nosso século, ainda que de modo não bem regular (Idem, p.219)". A divisão do trabalho prosseguiria no interior das empresas, com as redações se separando das gráficas e se dividindo internamente em setores e editorias especializadas, novas funções e qualificações sendo criadas, assim como novas hierarquias, o controle sobre o processo produtivo deslocando-se e concentrando-se nos altos escalões, a gerência se separando da propriedade.

No entanto, nova mudança qualitativa irá se processar no conteúdo dos jornais à medida em que o referido processo de monopolização se faz, também, nos moldes do desenvolvimento da chamada "indústria cultural" (12). Se antes, ainda sob o impacto do ideário e da imagética do "Jornalismo literário", o Jornalismo dito "empresarial"

se dirigia ao público como a um mercado potencial de pessoas privadas com interesse no acesso, via notícias (em sentido genérico), ao conhecimento dos fatos --- mercado no qual, portanto, a concorrência seria vencida, em benefício do mesmo público, pelo jornal ou jornais que fizessem a ponte entre o fato e o leitor de modo mais rápido, mais completo e mais isento --- a medida em que a mesma lógica empresarial pode se autonomizar frente a tais ideais e a buscar o monopólio desembaraçadamente, modifica-se o próprio status das notícias e, em particular, das notícias políticas. Como nos mostra Habermas,

"... 'public affairs', 'social problems', 'economic matters', 'education', 'health' --- conforme uma divisão de autores americanos, as 'delayed reward news', não apenas são suprimidas pelas 'immediate reward news' 'comic', 'corruption', 'accidence', 'disaster', 'sports', 'recreation', 'social events', 'human interest' --- mas também, como já se mostra na terminologia característica, efetivamente cada vez menos lidas e mais raramente lidas" (HABERMAS, 1934, pg. 201).

Uma vez bem sucedida tal estratégia, na verdade, o que mudaria não seria só o conteúdo do noticiário, mas a própria relação do

público com estes, e, consequentemente, dos jornais com o primeiro. Este deixa de ser o mercado potencial e passa a ser "(re)produzido", via 'marketing', como público consumidor cativo, paulatinamente especificado e dividido em "faixas de mercado".

O jornal dirige-se ao público não mais apenas como repositório de notícias, de fatos, mas como também um serviço informativo mais abrangente --- cada vez mais assumindo de público um papel também "formador cultural" --- e, por último mas não menos importante, referindo-se, assim como os demais produtos da indústria cultural, como um objeto de consumo cultural que age como signo de distinção, distinguindo sócio-culturalmente o seu consumidor.

Trata-se, portanto, de um processo correlato ao que Bourdieu descreve quando nos fala da "autonomização do campo cultural" e que se expressa na criação de um "sistema de produção de bens simbólicos":

"O desenvolvimento do sistema de produção de bens simbólicos (em particular, do jornalismo, área de atração para os intelectuais marginais que não encontram lugar na política ou nas profissões liberais), é paralelo a um processo de diferenciação cujo princípio reside na diversidade dos públicos aos quais as diferentes categorias de produtores destinam seus produtos, e cu-

As condições de possibilidade resultam na própria natureza dos bens simbólicos. Estes constituem realidades com dupla face --- mercadorias e significações ---, cujo valor propriamente cultural e cujo valor mercantil subsistem relativamente independentes, mesmo nos casos em que a sanção econômica reafirma a consagração cultural" (BOURDIEU, 1974, pgs.102 e 103).

Assim, o Jornal desta última fase do modelo, e que é, grosso modo, o que conhecemos hoje, aglutina uma série de "funções" --- econômicas, políticas e culturais --- indissociáveis e não necessariamente excludentes que --- produto de toda uma história e da constituição de instituições (o "público-leitor", a "clientela", o "consumidor") que lhe são, até certo ponto, específicas --- dão-lhe seu caráter, ao menos à primeira vista, altamente contraditório.

Guardadas as ressalvas e os riscos decorrentes da simplificação e do esquematismo, o processo referido acima teria se reproduzido em suas linhas gerais no Brasil, apenas com uma cronologia própria e bem distinta dos modelos originais europeus e norte-americano. Pode-se dizer, inclusive, que a chamada fase do "Jornalismo literário" perdura em nossa imprensa por um longo período: dos primórdios no início

do século XIX, (com o advento da "Gazeta do Rio de Janeiro", em 1808) até os anos que se seguiram à derrocada do Estado Novo, quando a liberalização política e o caráter ainda incipiente do mercado jornalístico permitiam ainda uma ampla proliferação de pequenos títulos de cunho semi-artesanal que sobreviviam graças à simples venda avulsa, porta-vozes das mais distintas facções (13).

Evidentemente, já de longa data existiam autênticos jornais empresariais, guiados basicamente pelo cálculo econômico (até mesmo, pode-se dizer, em suas manifestações políticas). Exemplos disso são títulos históricos do jornalismo brasileiro, como o "Jornal do Commercio", "A Província (depois Estado) de São Paulo", o "Jornal do Brasil" etc. Mas somente com o transcorrer da década de 50 (em que se mesclaram o desenvolvimento econômico e a conquista de relativas garantias institucionais democráticas) pode o padrão empresarial de gestão dos jornais começar a se estabelecer de forma hegemônica e progressivamente excludente de formas anteriores e/ou alternativas (14).

Com efeito, segundo o jornalista Alberto Dines,

"O estudo do jornalismo já passou por diversas fases e métodos, resultantes do próprio estágio em que se encontrava o processo. Assim, enquanto tínhamos o jornalismo como subproduto das belas-letas --- literatura sob pressão, como definiu Alceu Amoroso Lima ---, o seu estu-

do confundia-se com o delas. Concentravamo-nos, então, no estilo, na frase, na palavra. O beletismo, na ocasião, não era ainda restritivo (como tudo muda!), e o jornal vivia como o repositório de uma atitude geral e natural que considerava o bonito e o bem acabado como meta final.

"Esta fase, no Brasil, estendeu-se até depois do segundo conflito mundial, quando aqui chegaram os seus resultados: a sociedade politicamente aberta, a industrialização, a equidade urbana. Nossos jornais, banhando-se na experiência da objetividade e dependendo diretamente do noticiário telegráfico, aprenderam um novo estilo, seco e forte, que já não tinha qualquer ponto de contato com o beletismo.

"Passamos, então, no fim dos anos 40, à funcionalidade e à eficiência. O "Diário Carioca", a "Tribuna da Imprensa", a "Última

Hora" e, mais tarde, o "Jornal do Brasil" (fase Odylo Costa, filho) voltaram-se para a valorização da notícia e de sua construção. As faculdades de Jornalismo ainda ligadas organicamente às de Filosofia e Letras mas nas redações as indagações eram outras: o 'lead', as perguntas sistematizadas por Kipling, a economia de palavras e a objetividade do seu emprego. Foi uma fase de ouro do Jornalismo brasileiro" (DINES, 1986, pgs.25 e 26).

O relato de Dines é significativo e nos permite perceber, em 10. lugar, como, no período histórico citado, parece se processar, em nosso país, uma nova fase daquilo que, como vimos, Bourdieu chama de "autonomização progressiva do sistema de relações de produção, circulação e consumo de bens simbólicos" (BOURDIEU, 1974, pg.99). Se o "beletrismo, na ocasião, não era ainda restritivo (...), e o jornal vivia como o repositório de uma atitude geral e natural que considerava o bonito e o bem acabado como meta final", isto bem poderia se dever ao fato de que o "sistema de bens simbólicos", ao qual pertence o Jornalismo, ainda não havia, no Brasil, se dividido em

"de um lado, o 'campo de produção erudita' enquanto sistema que produz bens culturais (e os instrumentos de apropriação destes bens) objetivamente destinados (ao menos ao curto prazo) a um público de produtores de bens culturais que também produzem para produtores de bens culturais e, de outro, o "campo da indústria cultural" especificamente organizado com vistas à produção de bens culturais destinados a não-produtores de bens culturais ('o grande público') que podem ser recrutados tanto nas frações não-intelectuais das classes dominantes ('o público cultivado') como nas demais classes sociais" (BOURDIEU, 1974, p.105).

Assim, antes da nova fase descrita por Dines, não existia ainda uma verdadeira densidade sócio-econômica e cultural que desse origem e substância à "diversidade dos públicos" que permitira, inclusive, ao novo jornalismo separar-se dos padrões literários em direção a um produto mais especificamente jornalístico, de acordo com o ideário do "jornalismo empresarial" (ou, vice-versa, que permitira a

liberação da literatura; enquanto parte do "campo de produção erudita", do Jornalismo).

Por outro lado, a menção, em particular, aos Jornais "Tribuna da Imprensa" e "Última Hora", como exemplos da nova mentalidade, trai o aspecto de transição que, na verdade, no que se refere particularmente à história de nossa imprensa, marca o período imediatamente posterior à 2ª. Guerra e anterior ao golpe de 64. Pois embora tais Jornais sejam inovadores do ponto de vista estritamente jornalístico, a lógica que preside a sua própria existência é' ainda toda ela dependente das convulsões da esfera política nacional do período. Como se sabe, a "Tribuna da Imprensa" era o jornal de Carlos Lacerda, e em nenhum momento de sua primeira grande fase parece ter ultrapassado a dimensão de existir, basicamente, como tribuna política de seu principal proprietário e editorialista. A "Tribuna da Imprensa", portanto, só não pode ser considerada um anacronismo jornalístico se levarmos em consideração o aspecto de transição do período histórico que marcou o seu surgimento e ápice de prestígio.

O caso da "Última Hora" não é' menos paradigmático. Basta uma rápida leitura das memórias de seu criador (WAINER, 1987) para que fique claro o vínculo básico que o jornal sempre manteve com um determinado grupo político nacional, vínculo este responsável tanto pela origem do jornal quanto por sua derrocada após 64, a despeito do talento jornalístico de seu criador e de todas as inovações por ele introduzidas (15).

A rigor, como nos mostra Renato Ortiz (ORTIZ, 1988), e' somente na década seguinte que, nos grandes centros do país, completaria-se a transição a que fizemos referência, com o predomínio definitivo da grande empresa jornalística industrial e de suas lógicas de gestão (e, mais uma vez, o trabalho de Goldenstein (1986) e' uma boa ilustração deste processo). Como nos lembra Juarez Bahia,

"Depois dos anos 50 os fatores do progresso brasileiro --- o surto industrial, a urbanização, o sindicalismo, o consumo interno, as exportações e a afluência de novas camadas para compor uma classe média cada vez mais presente --- incorporam a receita jornalística o produto de novas formas de veiculação, como o anúncio de varejo, a mensagem institucional ou a gama de promoções que derivam do 'marketing'" (BAHIA, 1990, pgs.240 e 241)

E', contudo, decisivo assinalar que, ao contrário do que se sucedeu na década de 50, aqui o processo de empresariamento e de industrialização da imprensa atinge a sua culminância sob um regime político autoritário. O regime militar que sobe ao poder em 1964 intervém na atividade jornalística seja diretamente através da ação política (com a censura aos jornais e prisão de jornalistas), seja na regu-

lamentação da atividade, via leis de imprensa, de profissionalização do jornalismo, seja interferindo explicitamente nas condições econômicas (regulando impostos, subsídios e preços de insumos), seja, por fim, subrepticamente, pressionando anunciantes ou discriminando a aplicação de verbas publicitárias de órgãos do governo, ou subordinados a ele, em favor ou em detrimento deste ou aquele jornal.

Assim, a medida que alguns jornais ganhavam, por assim dizer, a corrida da industrialização (como é o caso do jornal no qual trabalham os informantes desta pesquisa), outros ficaram no caminho, incapazes de concorrer seja em função de problemas especificamente administrativos e/ou financeiros, seja por sucumbirem a políticas deliberadas de extinção, patrocinadas pelo Estado autoritário (como é o caso do "Correio da Manhã", extinto através de pressões do governo sobre seus anunciantes, por questões de ordem política). Entre estes jornais extintos após 64, contavam-se títulos de prestígio do jornalismo brasileiro: além do "Correio", sucumbiram jornais como o "Diário de Notícias", o "O Jornal", e o próprio "Diário Carioca", a quem Dines se refere (16).

Um olhar mais atento a esta última fase da história de nossa imprensa, à luz dos desenvolvimentos anteriores, entretanto, pode nos sugerir a idéia de que, na verdade, em nosso país, mal chegamos a passar por uma autêntica fase de "jornalismo empresarial", enquanto fase distinta seja da fase "literária" (que, entre nós, a rigor, fora o aspecto do "beletrismo", já mencionado, muito pouco pode ter haver com a experiência dos "salões de literatura" burgueses da Europa do século

XVIII), seja da fase monopolista. Quer dizer: é bem possível que o regime militar, com suas políticas de desenvolvimento econômico, aliadas à despolitização autoritária do debate cultural (16), tenha, de certo modo, contribuído para abortar a experiência de "Jornalismo empresarial" --- ou seja: Jornalismo concorrencial e objetivista --- cujos primeiros desenvolvimentos nos teriam sido legados pela experiência dos jornais da década de 50 (18).

Assim, o modelo econômico e a repressão política patrocinados pelo Estado brasileiro após 64 teriam contribuído decisivamente para nos legar o Jornalismo brasileiro atual, que, por um lado (como veremos em breve) apresenta todas as características típicas da fase monopolista que descrevemos acima, e por outro ainda guarda, principalmente ao nível manifesto dos seus discursos oficiais, uma postura ambígua quanto às suas funções, deveres e formas de legitimação (19).

De qualquer maneira, como veremos mais adiante, as peculiaridades deste desenvolvimento da indústria da imprensa no Brasil, parecem ter deitado raízes na sua configuração atual e na prática de seus jornalistas. De modo que, inclusive, poderemos questionar a própria natureza e propriedades tanto destas "realidades de dupla face" que são as notícias, como da prática de seus produtores.

2.2 - Concentração e mercado de trabalho: alguns aspectos da estruturação econômica do Jornalismo brasileiro:

Hoje a estruturação econômica do Jornalismo brasileiro espelha as principais resultantes deste processo. A pluralidade e o amadorismo do passado deram lugar a um quadro que se caracteriza, em suas linhas gerais, por altos índices de profissionalização da mão-de-obra, de industrialização dos processos de produção e comercialização dos jornais, e de oligopolização das fatias mais significativas do mercado. Grandes cadeias jornalísticas --- incluindo em suas atividades tanto os serviços tradicionais de imprensa escrita, quanto o agenciamento de notícias, a radiodifusão e a televisão --- sediadas nos principais centros econômico-administrativos do país, dividem entre si o mercado da informação, em redes de títulos jornalísticos, repetidoras e afiliadas (tanto de rádio como de tv), num esforço que, hoje em dia, atinge praticamente todos os pontos do território nacional.

E' verdade que subsistem grandes diferenças regionais, proporcionais aos desníveis econômicos do país, e que fazem com que jornais de diferentes centros se encontrem em diferentes estágios de modernização (como, por exemplo, nos mostram as análises de José Marques de Melo (1970), comparando o conteúdo de jornais editados em diferentes cidades). Assim, e' possível a coexistência dos grandes jornais de projeção nacional, redigidos, diagramados, impressos e distribuídos em padrões de nível internacional, ao lado dos pequenos jornais de âmbito local, com noticiário centrado basicamente em aconte-

tecimentos da vida social comunitária, empregando um número ínfimo de trabalhadores e impressão rudimentar.

No entanto, mesmo aí a presença da grande imprensa se faz notar através de suas modernas agências de notícias, que fornecem a empresas afiliadas de todo o país. Além disso, assim como sucede nos grandes centros, aqui também a presença dos meios audio-visuais impõe a sua hegemonia discursiva e passa a reorganizar as características formais e as atribuições jornalísticas da imprensa escrita (MELO, 1970, pgs.143 e 144).

E' nas grandes capitais que operou-se a grande transformação da imprensa e sua consolidação nos quadros da chamada "indústria cultural". A resultante deste processo, levado a efeito, como vimos, sob a égide de um regime político ditatorial, foi a concentração da produção em grandes centros e em poucas redes.

E' possível, como propõem o modelo de desenvolvimento histórico da imprensa que adotamos, e analistas como a economista Nadine Toussaint, que este resultado fosse inevitável. De acordo com esta, as empresas jornalísticas tendem a uma concentração:

"seja para amortizar, graças às vendas elevadas, o custo de seus investimentos, seja para oferecer aos anunciantes o interesse de um grande número (tiragem elevada, por exemplo); seja para oferecer uma gama maior de público específico

(Jovens, mulheres, quadros, etc) e aplicar a diversos títulos ou produtos as receitas publicitárias que um desses públicos obtém. Tanto assistiremos a uma concentração vertical, com a vontade de controlar o processo de cima para baixo, desde as florestas que fornecerão a pasta para o papel até o comércio dos jornais, quanto existirá a concentração horizontal com a vontade de controlar um máximo de produtos similares ou vizinhos. (...) Em todos os casos ocorre um esforço para atingir uma dimensão muito maior racionalizando os custos e os riscos, de modo a haver um poderio maior seja ao nível da inovação (de um material ou de um produto), seja ao nível da dominação do ambiente" (TOUSSAINT, 1979, pgs.14 e 15).

Até que ponto a descrição de Toussaint corresponde a um fenômeno econômico universal do desenvolvimento de todas as empresas jornalísticas, ou até que ponto o processo de concentração verificado no caso brasileiro, mais especificamente, deve muito às políticas do

regime militar, e' questão que só uma pesquisa histórica sobre este mesmo processo pode ajudar a esclarecer. O fato e' que hoje, o mercado jornalístico de projeção nacional e' dominado por 4 grandes jornais, dois do Rio de Janeiro e dois de São Paulo. E independentemente de quais tenham sido os fatores históricos decisivos que a levaram à sua configuração atual, não me parece haver dúvida de que a indústria da imprensa e'

"... uma atividade de alto risco, uma vez que repousa sobre os gostos cambiantes de um público em mutação por influência de transformações sociais lentas mas profundas (urbanização, escolaridade, terciarização) e, mais frequentemente, sobre o complemento financeiro dos publicitários. (...) Também aquele que quer entrar no mercado deve pagar um pesado 'direito de entrada' e dispor de capitais importantes sem que o sucesso lhe seja assegurado" (Idem, pag.15).

Levando-se em consideração que o risco a que se refere Toussaint parece se colocar sobremaneira para aqueles que pretendem se lançar ao mercado (e não exatamente para aqueles que já tem nele uma posição consolidada, como e' o caso dos grandes jornais brasileiros de

hoje), fica evidente o impacto desta situação --- de concentração da produção e de restrição ao acesso de novos concorrentes --- sobre o mercado de trabalho jornalístico.

De acordo com uma estimativa obtida através de entrevista junto a membros da direção do Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Município, em maio de 1989, supunha-se, à época, a existência de cerca de 7000 jornalistas em condições de exercer, de algum modo, a profissão, legalmente, no Rio de Janeiro; destes, cerca de 5200 seriam sindicalizados (ou sejam: cerca de 74,3% do total). De acordo com estes dados (quadro 1), 42% dos sindicalizados trabalhariam nas ditas empresas de comunicação (jornais, revistas, rádio e tv). A partir da estimativa obtida, não se pode ter, contudo, uma idéia clara da porcentagem de profissionais desempregados (sindicalizados ou não) no município. Pode-se perceber apenas que: 1) ao menos, cerca de 1000 jornalistas (cerca de 19,23% do total de sindicalizados, ou, pelo menos, 14,29% de toda a categoria) não estariam naquele momento empregados regularmente em nenhuma empresa do ramo ou assessoria do município; 2) A oferta de empregos em assessorias e "house organs" teria um peso considerável no total disponível (cerca de 38,46% dos empregos de sindicalizados e, pelo menos, 28,57% do total da categoria). De qualquer modo, a participação das empresas de comunicação propriamente ditas poderia ser considerada relativamente pequena, com menos de 50% tanto no caso dos sindicalizados como no da categoria como um todo (ou seja, incluindo também os não-sindicalizados).

- Quadro 1: Distribuição de Jornalistas Sindicalizados,
de Acordo com a Situação de Emprego (Estimativa):

| - Situação: | Quant.: | % |
|---|---------|--------|
| 1 - Empresas de Comunicação (rádio, jornal, tv): | 2200 | 42,31 |
| 2 - Assessorias e "House Organs": | 2000 | 38,46 |
| 3 - Sem vínculos ("free-lancers e/ou desempregados): | 1000 | 19,23 |
| - Totais: | 5200 | 100,00 |

Fonte: Entrevista com membros da direção do Sindicato dos
Jornalistas Profissionais do Município do Rio de Janeiro;
Maio/1989;

Uma análise mais sistemática, contudo, da situação do mercado de trabalho jornalístico no Rio de Janeiro (CHARGEL & AZEDO, 1982), realizada anteriormente pelo Sindicato, em 1982, e baseada na sistematização das informações contidas nas declarações de contribuição sindical que eram enviadas anualmente pelas empresas, lançaria luz sobre "a situação profissional no núcleo mais dinâmico do mercado de trabalho: o conjunto de empresas de maior participação na oferta de emprego e também de mais influência na caracterização da profissão, sobretudo no que diz respeito a salários (CHARGEL & AZEDO, 1982, p.6)". Tal núcleo era constituído, então, no município, por um total de 24 empresas que, em março de 1981, respondiam pela ocupação de 1928 profissionais em efetivo exercício da profissão, cerca de 56,46% do quadro de associados do Sindicato, que reunia então um total de 3415 pessoas (entre sócios efetivos, estagiários e provisionados). Assim, se os números da estimativa obtida em 1989 estavam corretos, conclui-se que, de 81 a 89, o número de sindicalizados empregados em empresas de comunicação aumentou ligeiramente mas que a sua participação no conjunto dos sindicalizados diminuiu; seja qual for a causa (diminuição da oferta de emprego nas empresas de comunicação, aumento da oferta em assessorias, aumento do número de "free-lancers" e/ou desempregados, e/ou aumento dos índices de sindicalização) o certo é que a proporção de empregados em meios de comunicação diminuiu sensivelmente entre os sindicalizados (quadro 2).

- Quadro 2: Variação do No. de Sindicalizados Empregados em Empresas de Comunicação: 1982-1989 (Estimativa*):

| | 1981 | % | 1989* | % |
|--|------|--------|-------|--------|
| | ---- | - | ---- | - |
| - Sindicalizados em Empresas de Comunicação: | 1928 | 56,46 | 2200 | 42,31 |
| - Total de Sindicalizados: | 3415 | 100,00 | 5200 | 100,00 |

Fontes: CHARGEL & AZEDO, 1982; Entrevista com membros da direção do Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Município do Rio de Janeiro; Maio/1989;

Tal "núcleo mais dinâmico" pode ser dividido em 2 segmentos que, por sua vez também se subdividem internamente (quadro 3). O fundamental a destacar aqui é que as editoras de jornais contribuiriam com cerca de 1250 empregos, ou 64,84% do total, constituindo-se, portanto, no setor majoritário do mercado de trabalho em questão, sendo

que entre estas empresas destacavam-se as locais, com 1181 Profissionais, ou 61,26% do total da mão-de-obra Jornalística empregada no município. É importante frisar, contudo, que tais dados não reproduzem todo o universo Profissional dos dois segmentos, "Porque nem todas as empresas com pessoal jornalista recolheram a contribuição sindical (imposto sindical) ao Sindicato no ano referência" (CHARGEL & AZEDO, 1982, p9.5).

No que tange à diferenciação interna deste mercado de trabalho, mormente no que diz respeito a salários, os dados eram os seguintes: 2/3 dos Jornalistas, 1435 Profissionais, recebiam até 10 salários-mínimos; "o conjunto de sua remuneração, porém, representava menos da metade da folha de pagamento (47,10%)"; (...) "No extremo oposto, 197 Profissionais (10,22%) que ganhavam acima de 15 salários-mínimos absorviam 28,69% da do total da folha"; e "destes, mais da metade (cerca de 99) se encontravam nas duas maiores empresas de jornais sediadas na cidade"; o que seria uma "indicação de como as grandes empresas favorecem a elevação do teto salarial, seja pela diversidade e complexidade de que se reveste o trabalho que realizam, seja porque é nelas também que há maior contraste entre a base e o pico" (Idem, p9.10). A pesquisa mostra, também, uma valorização salarial de um numeroso segmento da profissão, especialmente para os ocupantes de funções qualificadas e de chefia; isto, segundo os autores, seria indicação de "como a especialização ganha relevância no conjunto da produção" (Idem, p9.11).

- Quadro 3: Jornalistas Empregados Segundo a Natureza do Veículo
Março de 1981:

| Tipo: | No. de | Pessoal | % |
|----------------------------|----------|-----------|--------|
| | Empresas | Empregado | |
| 1. Jornalismo Impresso | 16 | 1605 | 83,25 |
| 1.1. Editoras de Jornais | 11 | 1250 | 64,84 |
| 1.1.1. Locais | 7 | 1181 | 61,26 |
| 1.1.2. Sucursais | 4 | 269 | 3,58 |
| 1.2. Editoras de revistas | 5 | 355 | 18,41 |
| 1.2.1. Locais | 3 | 310 | 16,07 |
| 1.2.2. Sucursais | 2 | 45 | 2,34 |
| 2. Jornalismo Eletrônico | 8 | 323 | 16,75 |
| 2.1 Emissoras de rádio | 6 | 130 | 6,74 |
| 2.2 Emissoras de televisão | 2 | 193 | 10,01 |
| Totais: | 24 | 1928 | 100,00 |

Fonte: CHARGEL & AZEDO, 1982;

Teria havido, ainda segundo a mesma pesquisa, uma redução no efetivo de pessoal jornalista empregado pelo conjunto das empresas, comparando-se os dados desta pesquisa com anos anteriores: em 1979 tal efetivo seria da ordem de 2282 profissionais, caindo para 1928 em 81; uma redução de, portanto, 15,52%. As duas principais redações de jornal da cidade teriam contribuído especialmente para tal resultado, através de cortes de pessoal realizados entre 77 e 82. O destino de tais profissionais teria sido: a) o trabalho "autônomo" de "free-lancer"; b) as redações de rádio e tv, que teriam crescido, no período; c) as assessorias de imprensa.

O que ressalta, portanto, da análise dos dados citados é, ao menos, a aparente confirmação da imagem que os informantes da pesquisa manifestam possuir a respeito do seu mercado de trabalho: de que ele é muito restrito, sem a menor possibilidade de absorção da mão-de-obra jornalística disponível. E, se nossos dados estão corretos, justamente o setor mais tradicional de tal mercado, o das empresas de comunicação, aparenta não possuir uma grande elasticidade em termos de oferta de emprego. Justamente o setor que muito provavelmente permanece fornecendo a imagem clássica do exercício da profissão. Em especial o sub-setor da imprensa escrita que, como vimos, ainda é, também em termos quantitativos de oferta de trabalho, o de maior peso.

2.3 - A proteção ao mercado de trabalho: a regulação do exercício da Profissão no País;

O exercício da Profissão de Jornalista, no Brasil, e', ainda hoje, regido pelo decreto No. 83.284, de 13 de março de 1979 (SANTOS, 1984), sancionado pelo então Presidente da República, General Ernesto Geisel, e que dava nova regulamentação ao decreto-lei anterior, o de número 972, de 17 de outubro de 1969. O decreto de 79 determina que o exercício da Profissão de Jornalista requer prévio registro num órgão regional do Ministério do Trabalho, e para isso e' necessário, entre outras coisas: (a) ter nacionalidade brasileira; e (b) ser diplomado em curso superior reconhecido de Jornalismo ou Comunicação Social (com habilitação em Jornalismo). Os Profissionais registrados exclusivamente para o exercício das funções de: ilustrador, repórter-fotográfico, repórter-cinematográfico e diagramador, não podem exercer qualquer uma das especialidades seguintes: redator, noticiarista, reporter, reporter de setor, rádio-repórter, arquivista-pesquisador, ou revisor (artigos 4 e 11). O decreto prevê ainda 3 tipos de registro especial: para colaboradores sem relação de emprego, para funcionário público cujas atribuições coincidam com as definidoras da atividade de Jornalista e para provisionados (artigo 5) (para o registro especial de provisionado e' necessário, entre outras coisas, uma declaração do sindicato local --- onde o provisionado pretende se registrar --- atestando a não existência no local de nenhum Jornalista associado ao sindicato, domiciliado em tal município, disponível para contratação (art.8, in-

ciso V)). Os diretores de empresas jornalísticas que, não sendo jornalistas, respondem pelas respectivas publicações, são obrigados a se registrar no Ministério do Trabalho (art.9). Já as funções de Editor, Secretário, Subsecretário, Chefe de Reportagem e Chefe de Revisão são privativas de Jornalistas (art.12). O decreto estabelece ainda que "será passível de trancamento o registro profissional do jornalista que, sem motivo legal, deixar de exercer a profissão por mais de 2 anos (artigo 14)". São também descritas e definidas as funções desempenhadas pelos jornalistas, como empregados: I- Redator; II- Noticiarista; III- Repórter; IV- Repórter de Setor; V- Rádio-Repórter; VI- Arquivista-Pesquisador; VII- Revisor; VIII- Ilustrador; IX- Repórter Fotográfico; X- Repórter Cinematográfico; XI- Diagramador. É importante frisar que o decreto estabelece que os Sindicatos deverão ser ouvidos sobre o exato enquadramento de cada profissional (art.11).

Cabe, por fim, destacar que: a) as assessorias de imprensa e/ou editorias de "house organs" (jornais ou revistas de empresas) estão também sujeitas a esta lei (art.3, parágrafo 2); b) que o estágio sem remuneração ou com pagamentos simbólicos é totalmente vedado; c) por último, mas não menos importante, que "a fiscalização do cumprimento dos dispositivos deste decreto se fará na forma do artigo 626 da Consolidação das Leis do Trabalho", cabendo aos sindicatos representativos da categoria "representar as autoridades competentes acerca do exercício irregular da profissão de jornalista (art.18)".

Como se pode perceber, o decreto trás uma inequívoca intenção não só de proteger o mercado de trabalho --- seja através da exi-

gência do registro e, conseqüentemente, do diploma, seja através do detalhamento com que prevê as condições para o exercício do trabalho jornalístico eventual --- como também de resguardar e controlar as fronteiras que delimitam, interna e externamente, o exercício da profissão, tal como jurídica e judiciosamente estabelecido; definindo quem na redação pode fazer o que, e chegando, inclusive, a impor sobre o jornalista que porventura deixe de eventualmente exercer a profissão a ameaça do trancamento do registro.

Assim, independentemente de quais tenham sido as intenções ou os diferentes matizes ideológicos que presidiram a luta de décadas de vários jornalistas pela regulamentação de sua profissão no Brasil (20), a lei que hoje protege o seu mercado de trabalho tem um acento corporativista evidente. Isto fica particularmente claro, entre outros aspectos, no papel de controle e enquadramento que a lei reserva ao sindicato, tal como descrito no artigo 18.

Não cabe aqui, por ora, discutir se os jornalistas são ou não uma corporação (21). De acordo, inclusive, com a interpretação de alguns analistas, como é o caso da pesquisadora Cremilda Medina, o decreto original de regulamentação (o de 1969, que foi modificado pelo atual vigente) "não é uma decorrência contínua e coerente da longa campanha da classe jornalista" (MEDINA, 1982, pg.60). O que interessa mais é perceber qual o significado da regulamentação para a(s) sua(s) identidade(s) e para sua(s) prática(s). É o que veremos mais adiante.

2.4 - O "Jornal de Notícias": Organização Geral;

Ja' pudemos observar o peso da imprensa escrita, e mais especificamente, dos Jornais na conformação do mercado de trabalho para Jornalistas no Rio de Janeiro. No entanto, e' ainda mais significativa a forte concentração da oferta de empregos nas mãos de poucos grupos empresariais, "de vez que empresas do segmento de Jornalismo impresso dispõem de concessões para exploração de serviços de rádio e televisão" (CHARGEL & AZEDO, 1982, pg.6). Sob este aspecto o conjunto das empresas ao qual pertence a redação aqui estudada, a do "Jornal de Notícias", exerce um papel importante, com uma grande participação no total de pessoal jornalista ocupado em jornal, em rádio e em televisão, além de ter uma posição destacada no setor de revistas. O "Jornal de Notícias" contava com quase 20% do total de jornalistas do município, e era uma das empresas com maior contingente de membros da categoria de imprensa escrita, com uma participação decisiva na oferta de empregos do setor específico de jornais.

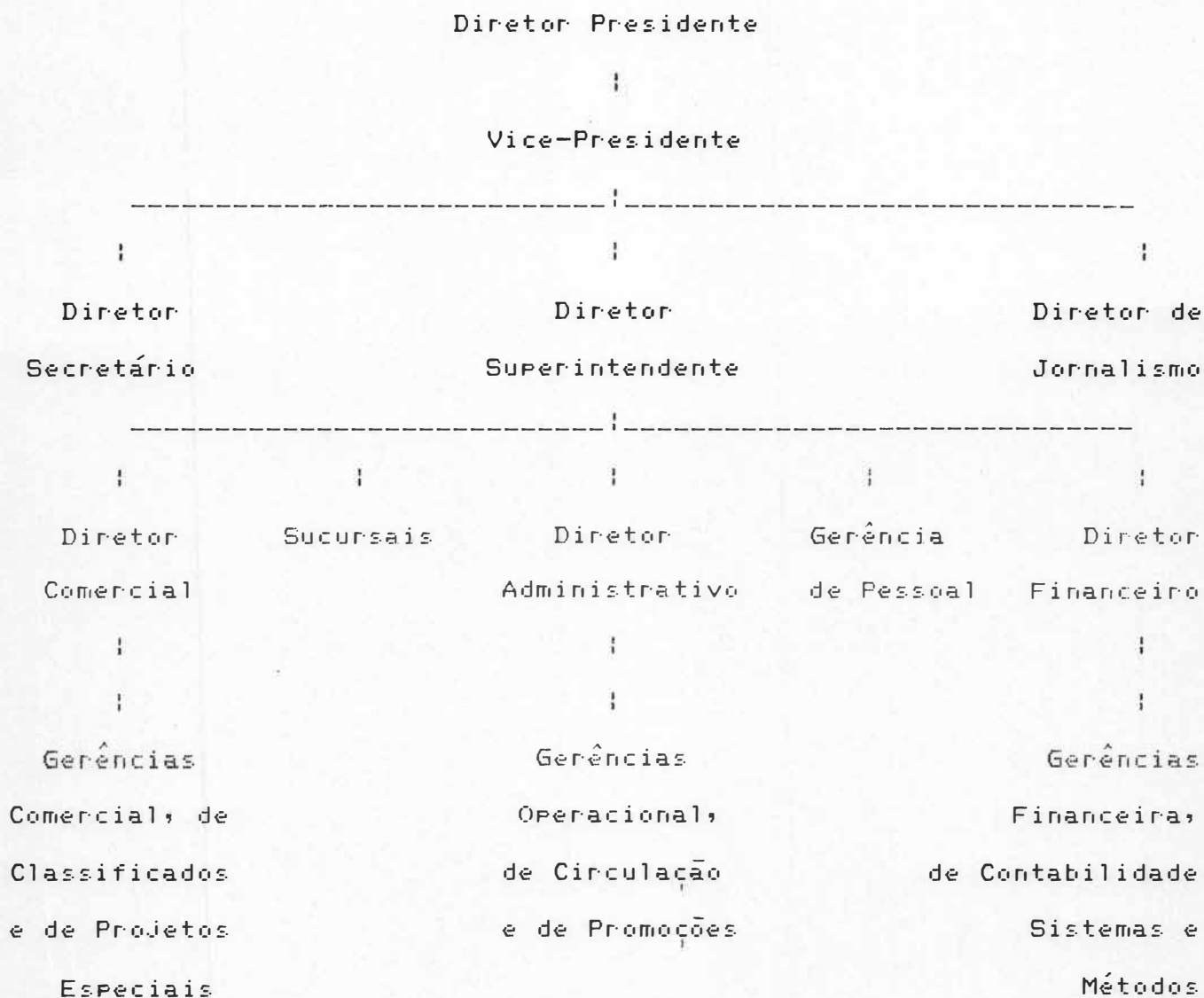
A média salarial do "Jornal de Notícias" seria, entretanto, uma das últimas dentre as primeiras 10 empresas melhor pagadoras da amostragem.

Dados obtidos junto à chefia do seu departamento de pessoal, em julho de 1989, nos revelariam que, incluindo as sucursais, o "Jornal de Notícias" contaria então com um contingente de cerca de 2800 funcionários contratados de acordo com a CLT, além de cerca de 600 a 700 outros profissionais autônomos (jornalistas "free-lancers",

agentes de propaganda, etc.), perfazendo, portanto, um total entre 3400 a 3500 funcionários. Dentre estes contavam-se cerca de 500 jornalistas: aproximadamente 400 na redação do Rio de Janeiro e cerca de 100 nas sucursais. Percebe-se, desse modo que (levando-se em conta apenas os funcionários lotados no Rio) os jornalistas representavam 14,4% do total de pessoal da empresa (esta média parece valer, também, se levados em conta no cômputo geral os funcionários, jornalistas ou não, das sucursais).

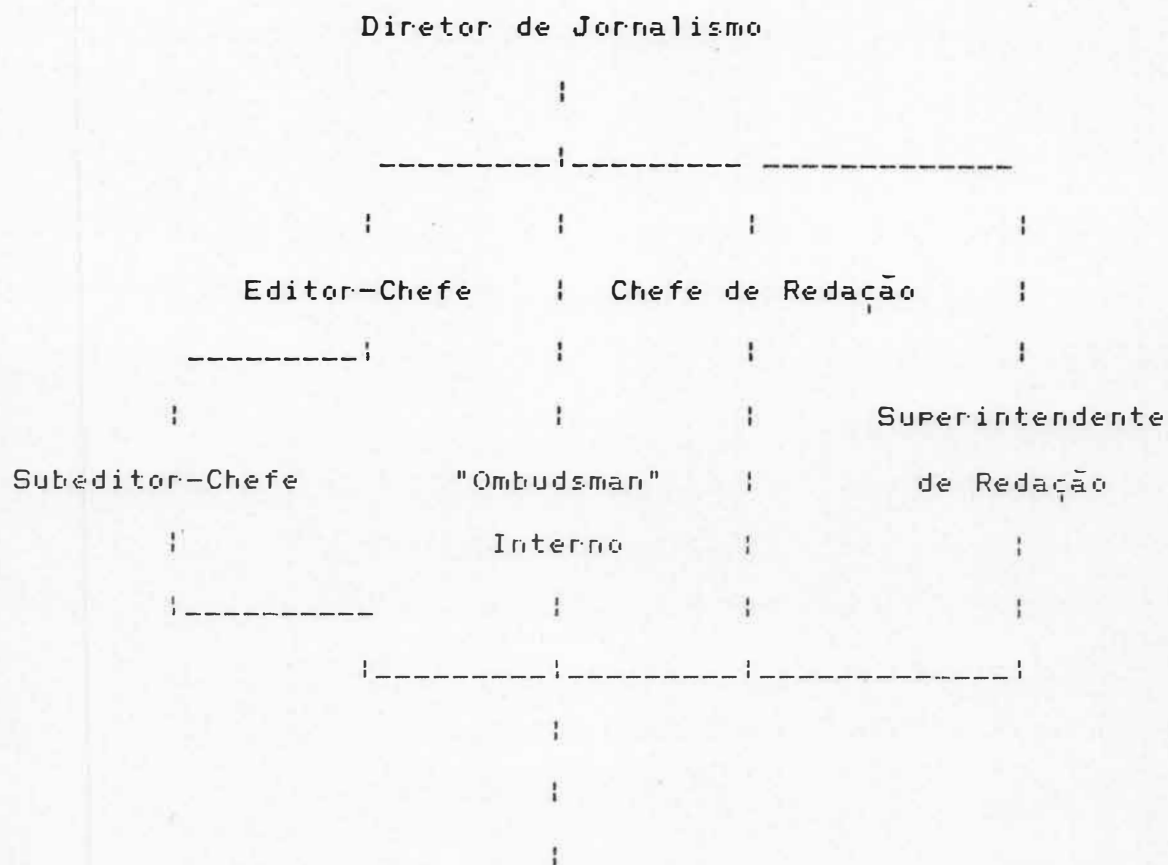
De uma maneira geral as hierarquias da empresa e, mais especificamente, do setor jornalístico, se estruturariam de acordo com dois organogramas gerais que refletem, de um lado, a gama de setores empresariais não-jornalísticos imprescindíveis à produção industrial jornalística, e, de outro, a diversidade temática abrangida pelas edições do jornal (quadros 4 e 5).

- Quadro 4: Organograma Geral do "Jornal de Notícias":



Fonte: Departamento de Pessoal do "Jornal de Notícias".

- Quadro 5: Organograma Geral da Redação do "Jornal de Notícias":



Editores-de-Setor:

Nacional, Local, Economia, Internacional,
 Cultura, Esportes, Comunidades, e Especiais (Turismo, Tv, etc)

Fonte: Departamento de Pessoal do "Jornal de Notícias".

Cada uma destas editorias setoriais possuiria a sua própria hierarquia interna. Abaixo dos "editores" (responsáveis por cada editoria), situar-se-iam: os "chefes-de-repórta9em", os "pauteiros", os "sub-editores", os "colunistas" (em algumas editorias), os "diagramadores", os "redatores" (em poucos casos, os "revisores"), e, finalmente, os "repórteres". Assim, de maneira geral, o setor das editorias jornalísticas é dividido, digamos, horizontalmente, por funções genéricas: existem os responsáveis pela repórta9em (em todas as editorias, com exceção, em geral, da editoria internacional), pela redação (em todas as editorias), e pela edição (também em todas as editorias). Os redatores compreenderiam 200 funcionários, ou seja, metade de toda a redação, e seu maior contingente (69 funcionários, cerca de 34,5% do setor) se encontrariam na editoria "Local".

Acima destes, exercendo os chamados "cargos de confiança", situar-se-iam os "chefes": o "editor-chefe", responsável jornalístico pelas 9 editorias do jornal; o "chefe de redação", responsável pelos setores de apoio mais imediato: diagramação, telex, fotografia, ilustração/arte e arquivo/ pesquisa; o "ombudsman interno", que além de eventual editorialista, seria o formulador das regras do manual de redação do jornal e uma espécie de crítico geral que lê a edição do dia anterior e formula, via terminais de computador, a análise do jornal; o "superintendente de redação", responsável pela administração financeira dos recursos da redação (verbas para diárias e facilidades em geral); e, finalmente, o "diretor de jornalismo", responsável por toda

a redação diante da empresa ("o representante de Deus na Terra", segundo um informante).

Ressalvadas eventuais modificações deste quadro, pela supressão ou criação de setores e funções (coisa não pouco frequente no jornalismo), os cargos listados acima tendem a refletir a organização funcional e a hierarquia mais constantes da redação estudada.

3 - A Identidade Profissional de Jornalista: da Experiência

Individual e a Tipologia

3.1 - Dados gerais da amostra:

A amostra obtida para os fins desta pesquisa e' constituída de um total de 15 entrevistas personalizadas, realizadas de acordo com uma longa pauta que continha os seguintes ítems e questões:

a) Dados Pessoais Genéricos: idade, faixa etária, sexo; local de nascimento; dados familiares (profissão dos pais, nível de renda; ambiente cultural); educação; ambiente sócio-cultural secundário;

b) Trajetória Profissional: surgimento do interesse por jornalismo; formação profissional; primeiros empregos (empresas, cargos que ocupou, remuneração, etc); forma de recrutamento para o atual emprego (e de acesso ao cargo atual);

c) Situação Profissional Atual (aspectos técnico-estruturais): descrição da estrutura da empresa e de sua inserção na mesma; concepção da hierarquia vigente e seu lugar na mesma; descrição dos diferentes níveis de competência da profissão e dos critérios utilizados; articulação entre tais níveis e os cargos formalizados pela empresa; cargo e/ou função que ocupa/desempenha; descrição do próprio trabalho; horários, procedimentos, regras procedurais, técnicas que emprega; opiniões a respeito do processo de informatização da redação; remuneração; concepção acerca dos critérios de remuneração da empresa;

d) Nível de Satisfação: expectativas em relação ao atual emprego quando de sua entrada no mesmo e comparação com a situação atual; existência (ou não) de espaço e de estímulo p/ tomada de iniciativas e/ou decisões no trabalho; grau de formalização das tarefas desempenhadas cotidianamente; grau de adequação entre a função e o trabalho desempenhados e a auto-avaliação das próprias capacidades; avaliação do julgamento que a empresa tem feito do desempenho profissional; modo de fazer valer as próprias opiniões dentro da empresa, acerca do próprio trabalho e acerca do tratamento recebido;

e) Projetos e Perspectivas: interesse (ou não) em continuar na empresa; funções/cargos que gostaria de desempenhar; outras atividades como jornalista ou mudando de ramo e/ou profissão;

f) Visão da Situação Política da Categoria, do Sindicato: julgamento da atuação da empresa no que tange ao cumprimento dos direitos trabalhistas, a nível particular e a nível geral; em caso de não correção por parte da empresa, formas de reivindicação destes direitos; outras reivindicações e formas de obtenção de atendimento; concepção acerca da congruência (ou não) entre seus interesses e os dos colegas; filiação (ou não) ao Sindicato local; participação e militância; opinião acerca da atuação do Sindicato e do Processo de militância sindical na empresa em que trabalha; filiação (ou não) a algum Partido Político; participação e militância;

g) Visão da Profissão: definições de "jornalista", de "jornal", de "imprensa", e de seus papéis/funções na sociedade em geral;

opiniões acerca do próprio trabalho, do jornal que produz, do público consumidor e da categoria a que pertence.

Além disso, ao final de cada entrevista os informantes recebiam para breve leitura --- com a solicitação de que o comentassem --- um texto intitulado "Para ser jornalista" (Ver Anexos), escrito pelo jornalista José Silveira, publicado na "Revista de Comunicação", e que procura alinhar o "que é necessário para ser jornalista, hoje" (SILVEIRA, 1988, p.7).

Foram gravadas assim 15 entrevistas com: 6 repórteres (todos de distintas editorias do jornal), 4 redatores (com a mesma característica), 3 sub-editores (idem) 1 colunista, e 1 editor. A seleção das ocupações entrevistadas foi feita com base na estrutura organizacional da redação, procurando, originalmente, recolher depoimentos de pelo menos um exemplar para cada função e, nos casos repetidos, buscando funções iguais em editorias diferentes.

Como se pode perceber a amostra obtida não esgota a diversidade funcional da redação. Ocorre que na medida que o trabalho de análise do material coletado foi se desenvolvendo e o objeto de estudo sendo construído e tomando a forma da tipologia exposta adiante, pareceu-me que o material existente se tornara bem mais que o suficiente para permitir o mapeamento tipológico da redação, não tendo mais qualquer sentido seguir na coleta de novos depoimentos, de acordo com uma organização funcional oficial da empresa que diz muito mais respeito aos seus próprios imperativos burocrático-administrativos específicos

do que a real dimensão sociológica dos "lugares" ocupados pelos atores, no que se refere particularmente às suas identidades. Atores estes que, portanto, também são informantes (de acordo com os referenciais teóricos da pesquisa, já expostos anteriormente).

Quanto à escolha dos indivíduos ocupantes, esta se deu a partir de uma primeira entrevista obtida junto a um profissional previamente conhecido pelo pesquisador, após a qual foram sendo obtidas indicações pessoais para o preenchimento de cada ocupação-alvo. A parte os critérios subjetivos dos informantes/indicadores --- que podem variar da indicação por amizade à simples primeira lembrança de um nome para uma função solicitada pelo pesquisador --- a amostra é totalmente aleatória (respeitado, é claro, o critério ocupacional inicial já descrito).

Otoubrou-se por se começar as entrevistas de acordo com a hierarquia do jornal (seja esta estabelecida em termos de remuneração, prestígio e/ou poder): primeiro repórteres, depois redatores, daí aos sub-editores, colunistas e editores. Em certos casos, foi possível completar toda a pauta de entrevistas em apenas um único encontro. Na maioria das vezes, contudo, foram necessários 2 ou 3 dias para que se pudessem fechar os depoimentos de uma mesma pessoa. O material, em sua maior parte, foi colhido na residência dos entrevistados ou em locais públicos, como bares, restaurantes ou, ainda, no local de um outro emprego dos entrevistados. Apenas uma pequena parte dos informantes só pode conceder entrevistas na própria recepção do jornal.

- 3.2 - Tipologia das identidades profissionais

- 3.2.1 - Considerações gerais sobre a tipologia;

Para a elaboração desta tipologia foram levadas em consideração três variáveis tidas como fundamentais, de acordo com os referenciais teóricos já expostos, e que compreendem a identidade profissional como sendo um amálgama, teoricamente coerente, das "visões de mundo" social e previamente adquiridas pelos atores, de suas situações e formas de inserção no mercado profissional (com a mediação decisiva da própria empresa em que trabalham), e de seus projetos profissionais/existenciais de curto, médio e/ou longo prazo.

Desse modo, as três variáveis privilegiadas, e as categorias correspondentes, foram as seguintes:

1) a "orientação" predominante dos atores em relação a suas ocupações, ou seja, o significado primordial que tais ocupações manifestam possuir nos diferentes discursos coletados. Assim, os discursos dos atores deram origem a diferentes tipos, segundo a orientação predominante quanto às características mais valorizadas na experiência profissional atual. Acreditamos que seja esta variável a que melhor serve à percepção de como as "visões de mundo" previamente adquiridas pelos atores se amoldam à realidade presente e relativamente particular da experiência profissional pesquisada. No que respeita às categorias definidoras de tal orientação, foram pensadas inicialmente 4 categorias-chaves que, afinal, reduziram-se a 3; são estas: a) "empre-

90": denotando que a ocupação é valorizada primordialmente como meio de vida (ou mesmo sobrevivência), quer dizer, como forma de obtenção de uma remuneração material básica; b) "Profissão": denotando que a ocupação é valorizada primordialmente como o exercício de uma função social, dotada de legitimidade, dignidade e especificidade próprias; c) "carreira": denotando que a ocupação é valorizada primordialmente como meio de ascensão social num determinado mercado (com remunerações simbólicas específicas), que pode ser ou não restrito à empresa. A 4a. categoria, que acabou por ser posta de lado, poderia ser definida como a de "ofício", e buscava denotar a valorização primordial da ocupação como sendo um labor que ofereceria possibilidades de satisfação lúdica e/ou estética; não foi utilizada porque demonstrou não ser discriminadora; em verdade, parece-nos que este caráter de "ofício" da ocupação jornalística é não só generalizado e, portanto, muito presente e valorizado nas orientações de todos os entrevistados, como também, de certo modo, um dos aspectos definidores da especificidade da identidade mesma de jornalista (como diria um dos informantes da pesquisa --- sem nenhuma redundância --- "jornalista é aquele que gosta de jornalismo");

2) a "situação" em que se encontram os atores; compreendida aqui como a avaliação que estes fazem de seu momento profissional, de acordo com a posição relativa em que se situam numa espécie de hierarquia informal, cujas categorias decisivas são: a) o "prestígio/desprestígio" relativos, em termos estritamente pessoais e/ou em termos do prestígio/desprestígio relativos da função, ou ainda, da editoria/

setor em que se encontram; b) o "salário", pensado também em termos relativos, seja em comparação com o que outros jornalistas ganham, dentro e/ou fora da empresa, seja com o que outros profissionais "de nível superior" (ou sócio-culturalmente próximos aos jornalistas) receberiam, ou mesmo em contraposição a um determinado padrão-de-vida ou patamar sócio-econômico/existencial que os atores almejam ou já' creem ter obtido (a "independência" frente aos pais, por exemplo). Esta seria a variável que procuraria contribuir, especificamente, para a percepção de como o seu presente profissional é percebido pelos atores, de modo a influir em sua identidade atual.

3) as "perspectivas" que os atores têm com relação a seu futuro profissional. Seria a variável que nos informaria sobre o aspecto a posteriori da identidade profissional, indicativa dos "projetos" dos atores. Inclui, como suas categorias-chaves: a) não somente a presença (mais ou menos definida) ou a ausência de "perspectivas" propriamente ditas (ou "objetivas") dos atores, tais como ofertas de emprego ou promoções, mas também, formando um todo praticamente indivisível, as suas "pretensões" e mesmo as suas "fantasias" (não necessariamente irreais ou ilusórias) de permanência, mudança, ascensão, etc; b) as "alternativas" presentes nas chamadas perspectivas, e que podem ser relativas à empresa, ao mercado da imprensa, ou mesmo fora deste, de modo mais ou menos distante (por exemplo, a saída do emprego e o trabalho num setor totalmente diferente da economia), ou, ainda mesmo a saída do mercado de trabalho propriamente dito (viagens, volta aos estudos, etc).

- 3.2.2 - Algumas precauções com respeito à tipologia:

Antes de passarmos diretamente à tipologia, creio que seria útil esclarecer alguns pontos que podem dar margem a confusões:

- Em 1.º lugar, é importante frisar que a tipologia que se segue não pretende ser totalmente exaustiva, muito menos universalizável ('per se'), seja para a categoria dos Jornalistas em geral (do Rio, do Brasil, etc), muito menos para qualquer outra categoria de trabalhadores; trata-se, portanto, de uma tipologia --- destinada a permitir uma visualização da redação estudada, da diversidade de identidades profissionais ali presentes e de suas, digamos, linhas gerais de estruturação --- e não de uma classificação (22):

- Cada tipo deve ser compreendido como um "constructo" teoricamente coerente (e, portanto, forçosamente arbitrário, mesmo que minimamente) de identidades profissionais que se inserem relacionamente num mesmo campo social determinado; quer dizer: cada tipo compartilha, como os outros, de certas características definidoras, distinguindo-se de todos, porém, pelo arranjo específico que apresenta de tais características (23):

- Sendo assim, não poderíamos afirmar que cada tipo corresponderia, por exemplo, a uma escala num determinado espectro da identidade profissional, pois que isto significaria pressupor que os primeiros tipos (ou níveis do espectro) estariam, logicamente, totalmente afastados dos últimos, o que não é, absolutamente, verdadeiro:

- No entanto, a idéia de uma graduação, não entre os tipos, mas sim entre as categorias das variáveis definidoras, parece-nos compatível com o espírito da tipologia; assim, o que distingue, por exemplo, o "Jornalista-em-crise" do "repórter-engajado" (cujas orientações seriam praticamente idênticas) seria, à primeira vista, os distintos graus de prestígio e de perspectivas que os dois tipos manifestariam possuir; é importante perceber, contudo, que graus distintos, seja em que variáveis forem, podem ter conteúdos mais profundos e diferenciados --- a relativa falta de perspectivas de um "Jornalista-em-crise", por exemplo, pode se dar não apenas por questões de ordem mais estritamente pessoal, mas também por questões de ordem ideológica: a descrença nas possibilidades de produção efetiva de um jornalismo mais isento, por exemplo --- de tal ordem que o que, a princípio, é uma diferença de grau se converta em (ou seja percebida como) uma diferença de natureza (bem entendido, entre os tipos; e não entre os atores concretos); até que ponto, contudo, tais diferenças seriam de grau, e até que ponto já seriam de natureza, é coisa que, acredito, só poderia ser definido em função de situações, de circunstâncias e de conjunturas específicas nas quais tais diferenças pudessem se colocar, se complementar, e/ou entrar em conflito (24);

- Por outro lado, quando falamos de diferenças de graus ou de natureza entre as categorias, é importante frisar que estas foram pensadas como possuindo um caráter puramente relacional e localizado; falar em "Jornalistas-em-crise", por exemplo, pode fazer sentido, apenas, no universo da redação estudada, e no distinguir este tipo de um

outro aí' existente; a absolutização, ou mesmo a possível utilização, em outros contextos, de categorias como "orientação para a carreira", ou "situação de acordo com o prestígio setorial", por exemplo, extrapola inteiramente os objetivos desta pesquisa;

- Finalmente, cabe ressaltar que justamente por incluir variáveis definidoras todas elas muito fluidas e cambiantes, a tipologia só faz sentido se pensada como uma espécie de mapa, uma espécie de topografia, onde os atores concretos podem transitar, permanecer, ir e voltar, etc, (de maneira, é claro, praticamente involuntária) de acordo com as características específicas de suas trajetórias pessoais e com o próprio dinamismo da experiência cotidiana do "ofício" e de seu(s) universo(s) simbólico(s) e referencial(is); o que implica dizer que nenhum jornalista entrevistado, ou citado por estes, é, como se vera', um "repórter-engajado" ou "homem-de-imprensa", ou "jornalista-em- crise", e etc, mas que todos podem "ter estado", ou podem ou poderão "estar" em alguns destes 'topos'/sendo um destes tipos, em algum ou alguns momentos (25);

- no entanto, mesmo com toda a sua fluidez e não exaustividade, esta tipologia/topografia pretende chamar atenção, também, para o fato de que com toda a sua dinâmica, sua riqueza de detalhes e com todas as possibilidades de variação tipológica que permite, a redação pesquisada, contudo, não deixa de se constituir, também, num campo socialmente estruturado, e, portanto, limitado e organizado praticamente (26) a revelia dos atores que o personificam hoje, mesmo que esta estruturação, esta organização e seus limites não sejam de modo algum dados

imutáveis e/ou definitivos (como uma leitura apressada do termo "estrutura" pode levar a crer); daí que se a tipologia, com suas nuances e seus 7 tipos (não faria muita diferença se fossem estes 5, 8 ou 12, etc) denota a diversidade e, em certo sentido, até mesmo, a gama de "alternativas" de identidades profissionais de que "disporiam" os atores no campo delimitado pela redação --- em aspas porque, como já frisamos, a "encarnação" e a "desencarnação" de um tipo seriam processos em grande medida involuntários --- ela chama atenção, também (e aquiça' mais decisivamente), para o caráter sociologicamente limitado de tais "alternativas" (27);

- 3.2.3 - Tipologia das identidades:

1) o "Empregado-como-Jornalista":

- seria um tipo que valorizaria mais a sua ocupação como sendo um "emprego", uma fonte de remuneração material básica, num ramo profissional pelo qual se sentiria (e teria sido) atraído, em função, basicamente, do gosto, previamente adquirido, pela escrita (como, aliás, praticamente, todos os Jornalistas); apresentaria, provavelmente, uma trajetória vocacional ligeiramente errática, com experiências anterior-

res em atividades de algum modo próximas ao labor jornalístico (em geral artes e/ou técnicas artesanais):

- não se sentiria, aparentemente, muito comprometido com a "profissão", sua auto-imagem e seus ideais (isenção, objetividade, utilidade pública, etc); isto quer dizer que tal "empregado..." demonstraria mesmo acreditar que tais ideais deveriam nortear toda a prática jornalística, porém, de certo modo, se sentiria por sua parte descompromissado de segui-los mais fielmente, e de defendê-los, em função da constatação de que estes ideais, por vários motivos de "força maior", seriam simplesmente utópicos, irrealizáveis; no entanto, demonstraria um apego ainda menor pela "carreira"; não só porque a ascensão nas hierarquias implicaria, possivelmente, em custos --- encargos, responsabilidades, aumento da extensão e da intensidade da jornada de trabalho, etc --- que muitas vezes não corresponderiam a ganhos materiais proporcionais, mas também porque a subida provavelmente implicaria, concomitantemente, em um maior comprometimento com a empresa, e esta não seria uma alternativa muito dignificante;

- desse modo, tenderia a avaliar certas condições de trabalho positivamente --- nomeadamente, a existência de: horário flexível e pouco pesado; espaço relativamente grande para tomada de iniciativas e até decisões; grau médio/baixo de formalização de tarefas, etc;

- situar-se-ia em editorias pouco prestigiadas e se sentiria praticamente ignorado pela empresa, o que não seria uma sensação vivenciada de modo ressentido; o desinteresse seria recíproco;

- consideraria sua remuneração como sendo baixa, em termos absolutos (ou de acordo com o que seria justo para a categoria), porém, razoável, ou suficiente, em termos pessoais (ao menos de acordo com o estágio atual de seus projetos de vida);

- manifestar-se-ia criticamente com relação à hierarquia da empresa, suas materializações eventuais e com relação ao controle técnico-ideológico exercido pela empresa, sem, contudo, se mostrar muito incomodado com isso;

- não teria planos definidos quanto a seu futuro na empresa ou na profissão; tanto poderia sair (se recebesse uma proposta --- o que seria, auto-reconhecidamente, pouco provável, porque o "empregado-como-jornalista" seria pouco notado pelo mercado) quanto ficar; ficando, gostaria de mudar de editoria e/ou de função, subindo, em qualquer um dos casos, na escala salarial; no entanto, como já mencionamos, uma promoção só seria bem-vinda de acordo com uma espécie de cálculo (do tipo "custo/benefício") entre os fatores aumento-de-salário/aumento-de-responsabilidade (ou de outros encargos); em caso de saída seria admitida como bastante possível a saída, também, do ramo (e até do próprio mercado de trabalho);

- seria, em suma, um profissional dominado por uma espécie de ceticismo (que chegaria, inclusive, a ter contornos e aparências de cinismo), que se consideraria sem perspectivas, tendendo a incorporar uma atitude de distanciamento e não comprometimento, seja com a empresa, seja com a identidade profissional de jornalista, e, desse modo,

tendendo, também a valorizar os aspectos positivos de seu cotidiano, e a minimizar, tanto psicológica quanto concretamente, os negativos;

2) o "Jornalista-em-Crise":

- este, por sua vez, apresentaria uma orientação que privilegiaria o caráter de "Profissão" de sua ocupação, ou seja, o comprometimento com a idéia de "ser um jornalista": um profissional específico, dotado de um conhecimento empírico e de competências também específicas, apto ao desempenho de uma tarefa de algum modo necessária à sociedade; evidentemente, também apresentaria um alto grau de familiaridade e de gosto pela escrita, assim como um grande interesse por atividades próximas ao jornalismo (nomeadamente as ciências humanas e a literatura, propriamente dita);

- apresentaria, em segundo plano, uma certa valorização da ocupação enquanto uma "carreira", subordinada, no entanto, à orientação prevalescente da "Profissão", de modo que a carreira em questão poderia ser até muito bem vista e desejada, desde que, e' claro, construída em conformidade com o ideário profissional jornalístico;

- o "emprego", como jornalista, em si mesmo, seria relativamente muito pouco valorizado por este tipo;

- desse modo, o resultado concreto do trabalho, tanto em termos estritamente técnicos, quanto em termos ideológicos, seria o critério decisivo para uma avaliação, seja esta positiva ou não, das condições

de trabalho; de tal sorte que qualquer um de seus aspectos concretos (Jornada de trabalho, Graus de autonomia, etc) seria, basicamente, avaliado em função do produto final; ou seja: mas condições poderiam ser consideradas até' como pouco relevantes ou incômodas se o produto for considerado bom, e vice-versa --- daí' que condições de trabalho adversas podem até' ser citadas com uma ponta de orgulho, se o resultado do esforço for considerado positivo ("essa materia foi muito complicada (...) cheguei a pensar em largar a profissão, mas acabei dando um 'furo' e recebi muitos elogios; foi uma grande satisfação");

- se sentiria desprestigiado pela empresa; ou em termos pessoais, ou por situar-se numa editoria desprestigiada, ou ambas as circunstâncias; tal desprestígio seria vivenciado de forma ressentida, seja por considerar o produto do próprio trabalho como digno de maior consideração, seja em função de uma idéia a respeito do próprio potencial; que não estaria sendo explorado convenientemente; se sentiria sub-estimado;

- o salário seria considerado baixo e até' mesmo indigno, seja frente à responsabilidade social da profissão, seja no que respeita ao nível sócio-cultural em que se situaria, numa espécie de hierarquia social informal;

- não pretenderia continuar indefinidamente na empresa, mas, a rigor, não teria grandes perspectivas; ficando, provavelmente gostaria de manter-se na função atual, mas com outra situação de prestígio e salário (o que poderia implicar, por exemplo, na saída de uma editoria

pouco prestigiada); saindo, as possibilidades de saída da imprensa, para uma área próxima, seriam grandes;

- na verdade, o "em-crise", que nomeia o tipo, se deveria fundamentalmente ao fato de que a insatisfação pessoal manifestada possuiria contornos de uma crise existencial maior, com a presença, inclusive, de fortes componentes ideológicos, na medida em que as condições adversas da situação daqueles que encarnariam o tipo seriam interpretadas por estes (com graus variáveis de elaboração teórica) como indicativas de distorções ou limitações maiores (poderíamos dizer estruturais) do mercado jornalístico; distorções estas que impediriam a satisfação, de modo mais pleno, dos ideais de serviço da profissão, frustrando assim os projetos pessoais de realização profissional destes atores; desse modo, a mencionada falta de perspectivas ganharia um contorno mais impessoal e fortemente normativo;

3) o "Repórter Engajado":

- assim como o tipo precedente (o "Jornalista-em-crise"), sua orientação seria no sentido de considerar a ocupação, primordialmente, como uma "profissão", ficando a "carreira" e o "emprego", em 2o. e 3o. Planos, respectivamente; o "engajamento" em questão, portanto, e', primordialmente, de cunho profissional --- podendo evoluir para, ou incorporar, um engajamento mais especificamente político e/ou partidário --- pois que este "repórter" (que não precisa ser, na verdade, um

reporter) estaria comprometido, acima de tudo, com os ideais de serviço da profissão, e com o seu labor característico, tal como o senso comum e os estereótipos o traçam (o "espectador privilegiado da história", "os olhos e ouvidos do público", etc); daí ser este jornalista um típico "reporter";

- daí, também, seguir-se-ia o fato de que, evidentemente, uma carreira de sucesso seria bemvinda e desejada; desde que, e' claro, não pusesse em jogo a imagem do profissional comprometido antes de tudo com a notícia (e não com uma empresa, por exemplo); sendo assim, para este tipo, a sua ocupação poderia deter muitos significados, menos o de ser um simples emprego;

- as condições de trabalho seriam, em geral, enfatizadas mais negativamente e confrontadas com os ideais de serviço da profissão que teriam forte apelo na auto-identidade; desse modo, o fato destes "reporteres" geralmente trabalharem em editorias cujo peso e prestígio relativos seriam consideráveis, fariam com que os controles técnicos e ideológicos fossem mais rigorosos e que a questão da isenção se colocasse mais dramaticamente, favorecendo o aparecimento de crises éticas e de confrontos com a hierarquia e a linha do jornal;

- consideraria que a empresa tem sido injusta no julgamento que faz de seu trabalho; reconheceria a existência de manifestações de apreço (elogios, indicações para tarefas mais prestigiadas, etc) por parte de superiores mais imediatos, mas se ressentiria da ausência de uma efetivação deste apreço em termos de salário, que seria considerado relativamente baixo; na verdade, a remuneração não apenas seria

tida como baixa, tanto em termos absolutos como relativos, como também injusta, particularmente no caso dos realmente repórteres, pelo peso simbólico atribuído à função: "ponta-de-lança da notícia", que reconheceria a sua "matéria-prima";

- situar-se-ia em editorias diversas, com níveis distintos de prestígio na redação, mas sempre com algum prestígio;

- não faria planos de continuar na empresa; teria, efetivamente, ou acreditaria poder obter, oferta de emprego fora do jornal; o que significa, também, que tenderia a possuir disposição para enfrentar os riscos do mercado externo, acreditando na possibilidade de obtenção de um emprego melhor, tanto salarialmente quanto no que tange a condições de trabalho e prestígio profissional; haveria casos em que a alternativa fora da empresa poderia corresponder, também, a uma saída do ramo (provavelmente para uma área próxima: publicidade, pesquisa, etc); o comprometimento com o "ser jornalista" e com os ideais de serviço da profissão, contudo, não se anulariam; persistiria o desejo de, de algum modo, ainda, fazer-se um "bom trabalho", um "trabalho útil", nos moldes preconizados pelo ideário jornalístico;

- tratar-se-ia, portanto, de um jovem profissional --- juventude esta tanto cronológica quanto, principalmente, "espiritual (28)" (dai' utilizarmos para a sua designação o epíteto algo romântico de "repórter") --- em pleno processo de construção de sua profissão/carreira, a despeito das vicissitudes que identificaria no exercício de seu ofício, vicissitudes estas que poriam a prova os seus ideais de serviço, dos quais não pretenderia abrir mão (dai' o complemento: "engajado");

ao contrário de seu colega "em-crise", manifestaria uma certa autoconfiança nas suas possibilidades pessoais de sucesso (tal como este seria definido por suas orientações profissionais), o que implicaria dizer, também, que, neste caso, o caráter ideológico e normativo de tais ideais não apenas não atuaria como um desestímulo (face à realidade da prática profissional), como poderia, inclusive, influenciar num sentido inverso àquele do sugerido no caso do "jornalista-em-crise";

4) o "Profissional da Notícia":

- este tipo também apresentaria uma orientação predominantemente profissional, como seus antecedentes imediatos; porém, ao contrário destes, no "profissional-da-notícia" o comprometimento com os ideais do jornalismo seria acompanhado pela noção de que tais ideais só poderiam, mal ou bem, ser postos em prática numa estrutura maior: numa redação, e, de preferência, uma grande redação, num jornal de peso e envergadura; daí que se poderia distinguir este tipo de seus antecessores não só pelo fato de que para ele em 2o. plano situar-se-ia não exatamente a "carreira" (que não deixa de ser bem-vista, contudo), mas sim o "emprego" --- única forma, ao que parece, de se exercer, realisticamente, o ofício --- como também porque aqui a distância entre as categorias de orientação ("profissão", "emprego", "carreira") parece ser menor, dando origem a uma hierarquia menos nítida;

- o caráter subordinado da orientação para a "carreira" deve ser compreendido não como ausência de interesse ou ambição, mas sim como sinal do apego e da valorização que este tipo demonstraria com relação ao seu ofício, em conjunção (como se vera') com a satisfação e o conforto manifestados em relação à sua situação atual: seus níveis de prestígio, de remuneração, seus encargos e responsabilidades específicos e limitados, e, por último mas não menos importante, suas rotinas de trabalho mais satisfatórias; daí, também, o peso ligeiramente maior da categoria "emprego";

- o "Profissional-da-notícia" gozaria, portanto, de uma situação relativamente confortável, se sentindo, ao menos, razoavelmente prestigiado, seja em termos pessoais ou através de sua editoria, e com uma remuneração que mesmo se considerada baixa em termos absolutos, não o seria em termos relativos; na verdade, ao menos aparentemente, esta auto-avaliação de sua situação seria sempre mediada pelo simples fato, em si mesmo já positivo (neste caso, principalmente), de estarem estes profissionais devidamente empregados no seu reduzido mercado de trabalho (29), e numa grande e importante redação (de modo que somente uma alteração dramática dos referenciais prestígio/remuneração e de seus conteúdos, provavelmente, seria capaz de romper com este estado de relativa harmonia);

- a princípio, sua perspectiva, embora não muito definida, seria de permanecer na empresa; aumentos e promoções seriam bem-vindos, inclusive com o aumento das atribuições e até responsabilidades, desde que, contudo, não implicassem numa alteração drástica da rotina de

trabalho que viesse a impedir ou sacrificar atividades desempenhadas, em geral, com satisfação;

- este seria, enfim, um Profissional em uma situação muito particular de equilíbrio, ou, de estabilidade;

5) "O-que-Veste-a-Camisa":

- Já este tipo apresentaria uma configuração de orientações totalmente distinta. Aquele que "veste-a-camisa" orientar-se-ia, primordialmente, em função de uma "carreira"; ele "vestiria a camisa" da empresa, lugar em que não apenas poderia exercer o seu ofício (e nisto este tipo, evidentemente, não se distinguiria dos demais), mas aonde já' ascendeu ou também poderia ascender, seja em termos de prestígio, salário ou poder; desse modo, este Profissional tenderia a incorporar, sem maiores problemas, um sentimento não apenas de responsabilidade para com o Jornal, como também, até' mesmo de cumplicidade, de comunhão, entre seus interesses e os da estrutura que o emprega;

- sendo assim, neste tipo, a ênfase na carreira seria acompanhada, em 2o. Plano, por uma orientação da ocupação como sendo um "emprego", de modo a conformar um padrão de comprometimento com a empresa (ou, melhor dizendo, seu "mercado de trabalho interno"), que deixa a "profissão" uma posição relativamente marginal e pouco relevante, de tal ordem que praticamente não se poderia nem mesmo pensar a possibilidade deste Profissional vivenciar o que chamamos de uma crise ética;

e' evidente que também não faltariam aqui uma orientação no sentido de se procurar sempre a realização de um produto jornalístico melhor; este "melhor", no entanto, seria balizado em termos estritamente técnicos --- qualidade de impressão, apresentação gráfica, forma e legibilidade do texto, etc --- e/ou mercadológicos --- aumento da tiragem, penetração, repercussões, digamos, estritamente sócio-culturais no próprio "metier" ou nos círculos da chamada elite ("fulano e sicrano lêem sempre nosso jornal/coluna/seção",... "ditamos padrões à concorrência",... "somos leitura obrigatória da classe média", etc); haveria, inclusive, um certo comprometimento regular não exatamente com os ideais da profissão, mas sim a traduções (e, conseqüentemente, a reduções) procedurais destas, sob a forma de técnicas e/ou regras de "objetividade jornalística": "lead", texto desadjetivado, checagem de dados através de confrontação de fontes de informação, uso de aspas, travessões e outros recursos gráficos que situem uma determinada sentença como transcrição literal da fala do entrevistado, etc; mesmo estas normas, contudo, poderiam ser postas de lado, ocasionalmente, em função de imperativos econômicos e/ou políticos da empresa, que seriam prioritários na sua escala de valores;

- de modo geral, este tipo se consideraria numa posição confortável nas hierarquias formais e informais da redação; se consideraria prestigiado (seja em termos pessoais, seja pela função ou setor) e, principalmente, se veria numa trajetória ascendente (em uma, várias ou mesmo todas as hierarquias existentes); de modo que o salário ou seria

considerado bom, ao menos em termos relativos, ou aceitável em vista das suas boas perspectivas;

- evidentemente, pretenderia não só continuar na empresa como também subir (mesmo já estando no "alto"; neste caso, a subida seria de caráter mais informal: mais prestígio, maior remuneração, maior poder, etc); acreditaria realmente nesta possibilidade; e' claro que convites externos seriam bem recebidos (inclusive como instrumento de barganha e auto-valorização pessoal); porém, sua perspectiva imediata seria a permanência e a ascensão na empresa em que se emprega atualmente e na qual estariam enfeixadas as suas alternativas (no mesmo setor ou fora deste, na mesma função ou outra, e, quem sabe, na própria hierarquia interna da chefia geral); para este profissional, portanto, o "céu é o limite", desde que, contudo, seja um céu acessível (a um prazo não muito longo) e iluminado pelas constelações específicas do "metier" jornalístico;

6) "O-Homem-de-Imprensa":

- assim como o precedente, o "o-homem-de-imprensa" apresentaria uma orientação que valorizaria a sua ocupação como sendo um estágio numa carreira; assim, este tipo também se orientaria, basicamente, na direção da ascensão nas escalas hierárquicas (formais e informais) da profissão; no entanto, ao contrário d'"o-que-veste-a-camisa", este tipo estaria mais apegado à "profissão" do que ao "emprego", ou melhor di-

zendo, os horizontes de sua carreira seriam mais amplos e ultrapas-sariam em muito as fronteiras restritas do mercado de trabalho interno, representado por seu emprego atual no jornal; desse modo, tal "emprego" teria um caráter não tão relevante e mesmo até provisório em sua escala de valores; seria apenas uma etapa, ou o momento atual de um 'continuum': a carreira deste profissional da imprensa;

- daí que mesmo exercendo o chamado "cargo de confiança" e, portanto, assumindo responsabilidades e atribuições de chefia (e assim, comprometendo-se explicitamente com a estrutura de poder da empresa), este jornalista sempre procuraria preservar uma espécie de aura profissional, manifestada num discurso onde os ideais da profissão estariam sempre presentes, e consubstanciada num relativo grau de autonomia pessoal que lhe permitiria não se sujeitar, em certos casos, aos imperativos da empresa;

- o arranjo de orientações "carreira/profissão", peculiar a este tipo, pode ser visualizado melhor pelo fato de que, assim como os tipos do "jornalista-em-crise" e do "repórter-engajado", o "homem-de-imprensa" também avaliaria a sua situação profissional, em grande medida, em função do resultado concreto de seu trabalho (assim como também não se importaria muito com as dificuldades e com o desgaste do dia a dia); contudo, ao contrário daqueles dois tipos citados, aqui a avaliação do próprio trabalho tenderia a incorporar também a avaliação do jornal como um todo, ou ao menos da editoria pela qual (possivelmente) este profissional responderia; ou seja: no "homem-de-imprensa" haveria uma fusão maior entre o trabalho pessoal e o jornal (e não exatamente

a empresa) onde este se daria; assim, os méritos, digamos, técnicos do jornal (sua penetração, seu prestígio, suas qualidades de impressão, de diagramação, de texto jornalístico, etc) e mesmo suas posturas ideológicas (quando avaliadas positivamente) fariam parte de sua própria auto-avaliação; haveria um certo sentido de responsabilidade pelo jornal, tal com ele é' (principalmente, é' claro, em seus aspectos considerados positivos); de modo que, por outro lado, em momentos de crise ética, a "Profissão" poderia falar mais alto, fazendo com que tal sentido, ou sentimento, de responsabilidade tornasse (ate' mesmo) inaceitável a permanência numa empresa em que, de algum modo, os compromissos éticos da profissão fossem sensivelmente menosprezados;

- trata-se de um profissional que seguramente já' teria um certo "nome no mercado" e que exerceria funções de prestígio; ou seria membro da chefia geral ou responsável por alguma editoria com, pelo menos, algum prestígio;

- a remuneração não seria exatamente um problema, ou melhor, uma questão, para este tipo de jornalista que, graças a seu prestígio pessoal pode garantir para si um salário, ao menos, relativamente bom (mesmo que um pouco inferior ao que seria idealmente "justo");

- Justificaria a existência de uma hierarquia da redação, por mínima que fosse, em função dos chamados imperativos industriais (prazos e imposições do parque gráfico e da publicidade) e da linha editorial do jornal (que se passível de crítica, em seus detalhes, é', contudo, aceita de 'per se', como inevitável); acolheria e tenderia a reproduzir, no entanto, as tradições personalistas --- e, em certos casos,

inclusive --- Paternalistas de Gestão, típicas do 'metier'; o elogio da "democracia na redação", da "informalidade", e o incentivo da "criatividade pessoal", se articulariam com a mencionada "aura profissional" que seria preservada por este profissional;

- Na parte, provavelmente, um inquestionado projeto de prosseguimento em sua carreira, este tipo só teria planos um tanto vagos; o interessante seria que o caráter ascendente de tal projeto poderia significar, inclusive, não uma subida na hierarquia, ou na escala salarial (o que, de resto, seria naturalmente bem incorporado), mas sim o aumento de prestígio do produto de "sua" editoria ou de "seu" jornal (seja este prestígio mensurado de forma qualitativa ou quantitativa); de modo que a saída para um outro emprego com uma remuneração e até mesmo um posto hierárquico inferiores aos atuais poderia ser bem recebida em função das perspectivas de se fazer um produto melhor (sejam quais forem os critérios definidores de tal melhora);

7) "O-Em-Fim-de-Carreira":

- seria também um profissional cuja orientação predominante seria no sentido da valorização de sua ocupação como sendo um "emprego", uma forma de obtenção de uma remuneração material básica; no entanto, ao contrário do "empregado-como-jornalista", por exemplo, aqui a orientação para o "emprego" seria seguida por uma orientação no sentido da "carreira", e não no sentido da "profissão"; isto significa que o ape-

go ao caráter de "emprego" de sua ocupação seria, para este jornalista, inseparável de um alto grau de comprometimento com a empresa, que o mantém empregado no "metier" em que, de certo modo, estaria confinado, pois que evidentemente não se trataria de um profissional jovem --- não-juventude esta tanto cronológica quanto, principalmente, "espiritual" (no sentido inverso da "juventude" do "repórter-engajado"; a rigor, como podemos perceber, o "em-fim-de-carreira" seria uma espécie de antípoda do "repórter-engajado"; principalmente em termos "espirituais");

- a situação deste profissional poderia ser definida como contendo, basicamente, uma única categoria definidora: o salário, que mesmo sendo, em certos casos, baixo, seria considerado relativamente bom (ao menos, nos casos mais desfavorecidos, frente à alternativa de uma aposentadoria ou nem mesmo isso); o prestígio pessoal, em todo caso, não seria nunca muito grande, independentemente dos graus de prestígio específicos da função e/ou da editoria;

- Na parte a intenção de, enquanto for possível e necessário, permanecer no emprego, as perspectivas (e pretensões) do "em-fim-de-carreira" seriam, portanto, praticamente nulas;

Poderíamos, enfim, visualizar melhor as características, similitudes e distinções entre os tipos/'topos' da redação estudada com o seguinte quadro sintético dos tipos:

| Tipos: | Orientação: | Situação: | Perspectivas: |
|------------------------------------|---|---|--|
| ----- | ----- | ----- | ----- |
| Empregado- Como- Jornalista: | 1o.:Emprego; 2o.:Profissão; 3o.:Carreira; | - Desprestígio Pessoal e da Editoria; Salário baixo porém conside- rado suficien- te; | - S/perspectivas mais imediatas; possibilidade de saída do ramo; c/ afastamento; |
| Jornalista- Em-Crise: | 1o.:Profissão; 2o.:Carreira; 3o.:Emprego; | - Desprestígio; Pessoal e/ou da Editoria; Salário consi- derado baixo e insatisfatório; | - Falta de pers- pectivas em função de des- crença e/ou desânimo c/ a situação polí- tica e/ou eco- nômica do mer- cado; possibi- lidade de saída p/ ramo próximo; |

| | | | |
|---------------|----------------|------------------|------------------|
| Repórter- | 10.:Profissão; | Algum prestígio; | Presença de |
| Engajado: | 20.:Carreira; | Pessoal e da | perspectivas, |
| | 30.:Emprego; | Editoria; sala- | principalmente |
| | | rio considerado; | fora da empresa, |
| | | baixo e muito | no mesmo ramo; |
| | | insatisfatório; | Possibilidade de |
| | | | saída p/ ramo |
| | | | próximo; |
| | | | |
| Profissional- | 10.:Profissão; | Relativo pres- | Perspectivas, |
| da-Notícia: | 20.:Emprego; | tígio pessoal | não muito defi- |
| | 30.:Carreira; | e/ou da edito- | nidas, na pró- |
| | | ria; salário | pria empresa; |
| | | considerado | Pretensão de |
| | | baixo em termos; | permanência; |
| | | absolutos, por | |
| | | ém bom, em | |
| | | termos relati- | |
| | | vos; | |
| | | | |

| | | | |
|--------------|----------------|------------------|------------------|
| O-Que-Veste- | 10.:Carreira; | Prestígio pes- | Perspectivas e/ |
| A-Camisa: | 20.:Emprego; | soal e/ou da | ou pretensão de |
| | 30.:Profissão; | Editoria; salá- | ascensão na em- |
| | | rio considerado | presa; |
| | | bom, ao menos | |
| | | em termos rela- | |
| | | tivos; | |
| | | | |
| O-Homem-de- | 10.:Carreira; | Prestígio pes- | Perspectivas e/ |
| Imprensa | 20.:Profissão; | soal; salário | ou pretensão de |
| | 30.:Emprego; | considerado bom; | ascensão seja na |
| | | ao menos em | empresa, seja |
| | | termos relati- | fora dela; |
| | | vos; | |
| | | | |
| Em-Fim-de- | 10.:Emprego; | Algum prestígio; | S/ maiores pers- |
| Carreira: | 20.:Carreira; | peçoal; salá- | pectivas ou pre- |
| | 30.:Profissão; | rio considerado | tensões; |
| | | bom, ao menos | |
| | | em termos rela- | |
| | | tivos; | |
| | | | |

4 - "Por de Trás" da Tipologia: 'Topos' e Estrutura:

Como vimos, a identidade profissional aparece configurada seja pelas "visões de mundo" previamente adquiridas através das trajetórias individuais e dos seus processos de socialização --- o que, nos termos constituintes da tipologia, corresponde, tipo-idealmente, no presente, a determinados arranjos de hierarquização de categorias de orientação (emprego, profissão, carreira, ofício) --- seja pela auto-avaliação da situação atual em termos hierárquicos --- com base nos referenciais prestígio/desprestígio, salário relativo --- seja, finalmente, pelos projetos profissional/existenciais dos atores/ informantes da pesquisa --- consubstanciados em categorias de "perspectivas" e "alternativas", presentes no presente (30).

Por outro lado, a redação estudada, com toda a sua riqueza topográfica, com todas as possibilidades que oferece à imaginação tipológica, não deixa de ser um campo socialmente estruturado, com um número limitado (embora de modo algum fixo) de tipos de identidade, e onde a ação dos indivíduos dispõe de cursos e alternativas limitados (embora de modo algum pré-estabelecidos).

Embora para cada um dos tipos descritos se possa pensar uma infinidade de condicionantes --- ao menos se nos ativermos, por exemplo, aos processos de conformação de suas "visões de mundo" prévias, onde 'n' trajetórias de vida poderiam dar margem a cada tipo de hierarquia de orientações --- na verdade, se não perdermos de vista as variáveis que estruturam a tipologia, perceberemos que é perfeitamen-

é possível pensar um número limitado de "estruturas" que definem não apenas (a) as próprias variáveis, como também (b) os arranjos das mesmas que podem ser (re)produzidos no campo em questão (enquanto que inúmeras outras combinações teóricamente factíveis com as categorias utilizadas não passariam de puras especulações), e, finalmente, (c) que atores concretos podem "encarnar" os diferentes tipos e quando. Ou seja: se determinados atores "encarnam" tipos que se posicionam diante de determinadas instituições (profissão, empresa, produto, etc), que se auto-avaliam em relação a determinadas hierarquias, que cultivam determinados projetos; se estes tipos, em função mesmo de seus posicionamentos específicos tendem para determinadas formas e/ou conteúdos de auto-avaliação, determinados projetos e vice-versa; enfim, se, portanto, não só os tipos são limitados como construídos relacionamente e se suas variáveis formadoras dão margem à configuração do tipo como uma totalidade teoricamente coerente, em que suas partes são todas interdependentes, e' porque existem estruturas que condicionam toda a tipologia e lhe conferem a sua especificidade.

Dai' que independentemente, por exemplo, das inúmeras condicionantes das "visões de mundo" adquiridas pelos atores em questão, concentram-se no universo do campo estudado referenciais valorativos cuja configuração lhe é própria e, até certo ponto, específica, à qual os conteúdos dos "habitus" individualmente "incorporados" se "amoldam", de tal modo que, inclusive, nos permite a liberdade de tomar tais "habitus" como dados, sob a forma de algo que poderíamos, profanamente, chamar de uma "vocação jornalística". Quer dizer: inde-

pendentemente da infinidade de trajetórias (e isso sem falarmos em diferentes disposições psicológicas) que podemos encontrar na redação ou mesmo em uma pequena amostra da mesma, tal como a obtida por nós, o simples fato de tal redação se constituir como um dos polos ordenadores do campo jornalístico, e o fato de tanto este polo quanto este campo possuírem existências, em grande medida, prévias aos atores que neles hoje ingressam, transitam e atuam --- existências que, de resto, dizem respeito a toda uma história e uma inserção social maior, em que outros campos, atores e instituições também se fazem, ou se fizeram, presentes (como tentamos ilustrar um pouco com os capítulos precedentes) --- estabelecem tal polo e tal campo como uma espécie de "horizonte simbólico" específico, ao qual se voltam, se dirigem e se referenciam determinados indivíduos e não outros (31).

Assim, se podemos identificar tipos de jornalistas que se diferenciariam, entre outros fatores, por arranjos particulares de hierarquização de orientações, por distintas maneiras de se avaliar os sentidos do "investimento" (na acepção psicológica, e não apenas econômica, do termo) numa ocupação, e' porque trabalhar num jornal, como "jornalista", significa, hoje, entre outras coisas, para qualquer indivíduo: 1) ser empregado, mormente como assalariado (e não faz, no caso, muita diferença se como "free-lancer"), em uma empresa (seja esta pública ou privada); 2) ter acesso (ao menos potencial) a uma carreira, delimitada, a princípio, pela existência de hierarquias formais e informais num "mercado interno de trabalho" (a redação), informais no mercado de trabalho como um todo, e até mesmo fora destes (em ra-

mos próximos, tanto em termos mais técnicos, como a publicidade, quanto em termos sociais mais abrangentes, como a política, por exemplo); 3) poder ser um profissional, ou seja, um trabalhador de algum modo qualificado e (talvez de modo mais decisivo ainda) juridicamente especificado para o desempenho de tarefas consideradas de interesse público e que dizem respeito a um ideal de funcionamento da sociedade e da ordem política, mais especificamente; 4) e, finalmente, ter acesso (mais uma vez, ao menos potencialmente) ao aprendizado empírico e ao desempenho de um ofício que oferece possibilidades de satisfação estética (ou lúdica) e de vivência de experiências diversas e não totalmente previsíveis.

Desse modo, "portar" uma "vocação jornalística" significaria, nos dias de hoje, ao mesmo tempo, necessitar e poder objetivamente escolher uma "profissão", e, portanto, dotar aquilo que se entende por ocupação de conteúdos tais como satisfação estética e/ou intelectual, perspectivas de obtenção de auto-valorização e de algo que poderíamos chamar de "experienciamento existencial", etc. Desnecessário dizer que não são os membros de qualquer classe e/ou estrato sócio-econômico que podem, portanto, ter esta "vocação", e que se mostrariam dispostos a arcar com os custos e riscos inerentes a tal escolha, no Brasil de hoje (32).

Por outro lado, se os tipos podem ser definidos em função de diferentes formas de se auto-avaliar em termos do posicionamento ocupado em hierarquias de prestígio e em termos da remuneração relativa obtida, e se também é lícito pensar em diferentes tipos conforme a

presença, ausência e características das perspectivas e alternativas dos seus projetos, isto se deve, entre outros fatores, a que as quatro características, ou melhor dizendo, propriedades citadas do pertencimento ao campo jornalístico --- emprego, carreira, profissão, ofício --- existem, na maioria das vezes, enquanto potencialidades que, na prática, podem se mostrar até mesmo como auto-excludentes; assim, por exemplo, ser "empregado" não significa necessariamente ter acesso "a" "carreira" ou "a prática do "ofício", e pode mesmo significar a não-efetivação da "profissão". Dai', também, que tais propriedades e suas efetivações ou não-efetivações, em cada caso particular, funcionem como verdadeiros sinais dos posicionamentos individuais nas hierarquias (o que, por outro lado, chama a nossa atenção para o fato de que a objetividade "por trás" das auto-avaliações pode passar bem longe de indicadores pretensamente mais objetivos, tais como o salário real e a função no quadro hierárquico oficial da empresa).

Sendo assim, outras características "exteriores" e/ou "pré-vias" dos indivíduos, além (ou aquém) de suas origens sócio-econômicas --- tais, por exemplo, como idade, geração, gênero --- irão compor-se diferencialmente com os tipos/pre-existentes (porém não necessariamente de acordo com padrões fixos), de modo que, por exemplo, será mais provável que encontremos pessoas com menos de 30 anos e do sexo feminino "encarnando" um tipo como o do "repórter-engajado", do que homens com mais de 40.

De qualquer maneira, o fundamental, por ora, é concentrar a nossa atenção naquelas condicionantes específicas "as quais todas as

características social e previamente "portadas" pelos indivíduos terão de forçosamente se amoldar, em função das propriedades constituintes do campo --- ou melhor dizendo, do seu polo aqui estudado --- e do seu poder (que assim, por fim, esperamos melhor compreender). Desse modo, procurando pensar os limites e descrever as principais linhas de estruturação da redação, elaborei hipóteses sobre as condicionantes específicas do universo referencial que dá origem e sentido à toda a tipologia, e que, de maneira geral, podem ser melhor visualizados a partir de uma pequena análise acerca (a) das propriedades principais do próprio produto jornalístico, (b) de algumas características do processo de produção do jornal, (c) de certas propriedades dos mercados de trabalho, interno e externo, aos quais se circunscrevem os jornalistas entrevistados, e (d) da influência de uma específica ética profissional dos jornalistas.

4.1 - O produto jornalístico: o chamariz e a tribuna;

A princípio, pode-se pensar o jornal, ou mais especificamente, a notícia, como um produto como outro qualquer de nossa sociedade de consumo, importando em custos (trabalho, maquinaria, matéria-prima, etc), e possuindo um determinado preço e uma determinada aceitação no mercado. No entanto, como nos lembra a economista Nadine Toussaint, todo o processo de produção e de distribuição das empresas jornalísticas é especificamente determinado pelo que ela chama de "caráter emi-

nentemente perecível dos produtos que elas divulgam", de modo que "na maioria dos casos o conteúdo dos meios de informação perde seu valor muito rapidamente" (TOUSSAINT, 1979, p.11). Esta pouca perenidade da notícia irá repercutir em custos crescentes relativos a investimentos tanto na esfera da produção propriamente dita (obsolescência da máquina gráfica, que se torna cada vez mais rápida e potente, oferecendo possibilidades cada vez maiores de controle sobre o ritmo da impressão), quanto na de distribuição (melhoria de transportes, multiplicação de pontos de venda, descentralização dos parques gráficos, etc), fazendo com que as crescentes exigências da competitividade tornem a entrada no mercado cada vez mais onerosa e proibitiva para novos pretendentes a competidores.

O que me parece mais decisivo para nossa análise, contudo, com relação às propriedades específicas do produto jornalístico, parece ser o fato de que, como nos mostra a economista francesa (Idem, p.14) e a socióloga Gisela T. Goldenstein,

"O jornal é uma mercadoria que é vendida duas vezes (...) é vendida em dois mercados: o de leitores e o de anunciantes. E o mercado de leitores opera como uma espécie de cativeiro com o qual ele se defronta com o mercado de anunciantes" (GOLDENSTEIN, 1986, p.231).

Trata-se de uma boa definição e que tem a vantagem de, inclusive, situar o 'status' de um mercado (leitores) em relação ao outro (anunciantes), no atual mercado geral da comunicação (33).

Mas isso não é tudo. O Jornal não se vende apenas como obra (ao público) para valorizar-se como meio (para os anunciantes). O que me parece talvez mais decisivo é que além de movimentar estes dois mercados, de caráter econômico tradicional, o Jornal se utiliza de tal valorização mercadológica (seja em termos quantitativos --- tiragens --- ou qualitativos --- penetração em estratos de distintos gostos e poderes aquisitivos) para "vender-se", também, como meio de difusão pública de discursos privados, entre os quais, obviamente, situa-se o de seus proprietários e grupos a eles relacionados.

Desse modo, o Jornal, valorizado pelos "cacifes" obtidos no mercado de leitores e no de anunciantes, vende-se também num terceiro mercado: o da venda de discursos publicizados. É evidente, contudo, que as regras deste terceiro mercado não são exatamente as mesmas dos dois anteriores; não se trata aqui, apenas, de se angariar o maior público-leitor possível para obter-se o maior número de "anunciantes" possível; trata-se de valorizar não apenas a difusão, mas também o seu caráter e forma (enfoques, direcionamentos, etc) e até mesmo a sua própria antítese, a censura: a omissão em difundir aquilo cuja difusão não interessa a alguém. Pode-se assim compreender o Jornal privado, "com fins lucrativos", como sendo, também, uma espécie particular de "agência de publicidade" --- que, diferentemente das hoje convencionais, torna (ou não) de conhecimento público, "fatos" de interesse

"público", de acordo, contudo, com interesses privados. Isto talvez ajude-nos, inclusive, a compreender porque um meio de comunicação cuja penetração, em nosso país, é ainda tão restrita --- principalmente se comparado ao rádio e à tv --- e que nem sempre é relativamente muito lucrativo, continua a exercer tão grande fascínio e a despertar tanto interesse da parte de políticos e de grupos de pressão, como demonstram, por exemplo, as últimas pesquisas a respeito da participação de parlamentares e de governadores na gestão de jornais, em todo o país. Comparando-se a porcentagem de políticos que possuem interesse direto ou outros vínculos com jornais, no conjunto dos que estão de algum modo ligados a meios de comunicação, e a porcentagem média de participação dos jornais na repartição das verbas publicitárias, percebe-se que enquanto no 1o. caso cerca de 30,27% de tais políticos estão ligados a jornais (34), a parte do bolo publicitário de todos os meios de comunicação que cabe aos jornais, não chega a 20% (35). Como se vê, é possível que os jornais estejam sendo mais valorizados no mercado dos "discursos públicos" do que no de "anúncios privados".

O jornal, portanto, (mesmo na fase "empresarial", dos dias de hoje) nunca deixa de ser gerido simultaneamente como mercadoria e como tribuna, como "valor-de-troca" e "valor-de-uso" (político), como obra e como mídia, como "fim" e como "meio" (36) --- ao contrário do que a "ideologia empresarial" costuma pregar quando se "assume", aparentemente sem maiores culpas ou complexos, como mero negócio, quando advoga o direito liberal de, sem maiores entraves, buscar o lucro de acordo com as regras legitimadas do livre mercado (37).

Dai' que diferentemente do que ocorre em outras empresas, a hierarquia da redação contém sinais diacríticos que englobam, além das variáveis mais genéricas (remuneração, prestígio, poder político interno) duas características distintivas: em 1o. lugar o grau de poder sobre o discurso social da mídia; e, em 2o., o grau de personalização do produto mais ou menos parcial do trabalho (características distintivas cuja distribuição interna, contudo, tende a guardar relações de proporcionalidade com as demais já citadas (38).

Assim, estar nos pontos mais altos da pirâmide, significa não apenas possuir maior prestígio, remuneração e/ou poder administrativo, como também poder sobre o discurso do jornal e seus rendimentos (sob a forma de diversos tipos de favorecimentos e distinções pessoais (39), e maior possibilidade de personalização do produto (o que, entre outros possíveis "rendimentos", pode contribuir decisivamente para o próprio usufruto, por parte do jornalista em questão, do poder de barganha do veículo). Inversamente, situar-se em pontos relativamente mais baixos, significa também, para os atores, ter de sujeitar a sua interpretação, versão e descrição dos "fatos" ao enfoque e ao crivo do controle gerencial, e possuir poucas perspectivas de "deixar sua marca" --- com ou sem assinatura, propriamente dita. Significa, portanto, estar a serviço não só de interesses que podem ser totalmente alheios --- o que, aliás, é o que costuma acontecer com quaisquer trabalhadores assalariados --- mas, principalmente, também de discursos particulares, igualmente alheios, e isto, na maioria dos casos, sem poder praticamente distinguir-se a si mesmo e a seu discurso (seja em termos

formais ou conteudísticos), da fala do Jornal --- discurso particular que, contudo, dirige-se ao público como discurso público, em nome do interesse deste mesmo público.

Desse modo, inclusive, podemos compreender o discurso do Jornal como sendo, do ponto de vista ideológico, em última análise, o produto de uma interação complexa entre fontes, emissores e receptores da notícia, num processo em que, contudo, o "peso funcional" (40) de tais atores é, por um lado, em geral profundamente desigual --- o que deve nos por de sobreaviso com relação aos riscos de se pensar tal interação como um processo harmônico, ou equilibrado --- e por outro, extremamente dinâmico e multifacetado, o que faz com que o grau de poder de manipulação dos sentidos atribuíveis aos fatos também oscile entre os diversos polos da notícia. Do ponto-de-vista da configuração de poder interna da redação, contudo, o acesso ao discurso do Jornal como um todo e os rendimentos, tanto simbólicos quanto materiais, daí decorrentes, encontram-se distribuídos de forma desigual pelas hierarquias formais e informais da empresa, concentrando-se obviamente no topo.

Conseqüentemente, a natureza da produção do Jornal, em função mesmo de tal dinamismo, é um processo cujas possibilidades de previsão se resumem, fundamentalmente, nas características formais e conteudísticas mais genéricas do produto básico --- a notícia; com sua inserção na taxonomia dos grandes assuntos, suas regras de estruturação interna e de "objetividade", etc. Os "fatos" agenciados pelo Jornal possuem assim um "valor" dependente de vários fatores cuja compo-

sicão pode variar a cada dia --- dado, como, veremos, o caráter multifacetado e mesmo idiossincrático de sua "matéria-Prima". Não existem, na verdade, fronteiras claras delimitando as competências específicas da redação, das fontes e do público para a atribuição de sentido aos fatos. Nem, como veremos adiante, entre o estrato gerencial enquanto senhor da concepção e dos rendimentos simbólicos e/ou matérias (provenientes do agenciamento do "fato" público) e a "massa explorada" subjugada à mera execução das "rotinas produtivas".

4.2 - O Processo de Produção do Jornal: a questão do controle;

Ainda de acordo com Goldenstein, a redação de um jornal...

"é muito mais uma manufatura do que uma indústria. Se existe um fluxo de informação que vai desde a captação do 'fato' até sua transformação numa matéria pronta para ser impressa, sugerindo uma manufatura orgânica, ele convive com o que Marx chama de manufatura heterogênea: o jornal é também o produto de uma série de trabalhos dispersos que podem ser realizados inclusive fora das dependências do

Jornal (tomem-se os colunistas!) e que depois de prontos, são reunidos e arranjados de acordo com determinadas normas, no produto final" (GOLDENSTEIN, 1981, pg.116).

Assim, a confecção de um jornal implica a justaposição de 2 processos básicos (no que se refere, exclusivamente às funções tipicamente jornalísticas): 1) no 1o. --- que Goldenstein chama, a partir das definições clássicas de Marx, de "manufatura orgânica" --- a matéria jornalística "recolhida" pelo repórter, na "rua", receberia deste uma primeira redação --- de acordo, idealmente, com determinados padrões que tanto podem estar codificados no chamado "manual de redação", quanto se referirem a determinadas normas informais de escrita jornalística (exemplificadas através da chamada técnica da "pirâmide invertida", baseada na figura do "lead"); a partir daí a matéria seria retrabalhada pelo redator que faria as alterações de estilo que julgasse adequadas, além de titular a matéria e adaptá-la ao espaço que lhe seria pré-definido; na verdade, portanto, apenas dois atores participariam deste processo (e, em certos casos, só um deles se circunscreveria à redação --- como acontece, por exemplo, com a maioria das notícias internacionais, que são enviadas por telex, de agências e/ou correspondentes, para serem retrabalhadas pelos redatores do setor); 2) em sua grande parte, como nos diz Goldenstein, o trabalho de confecção do grande jornal, tal como o consumimos hoje, se deveria mais a um 2o. processo, mais afeito ao que Marx chamava de "manufatura

heterogênea", no qual todo o conteúdo informativo do jornal seria distribuído e arranjado pelo espaço das páginas em branco --- tendo ou não sido produzido através do 1o. processo; o que significa, portanto, que, apenas do ponto-de-vista estritamente jornalístico, este conteúdo engloba não só notícias, propriamente ditas, como também outros produtos de um único jornalista (tais como fotos, crônicas, editoriais, notas, etc); nesta fase atuariam mais decisivamente os sub-editores, auxiliados pelos diagramadores.

O mais importante, contudo, com relação a este processo, parece ser o fato de que,

"... a necessidade de um produto sempre novo, bem como a natureza do trabalho que sua confecção envolve, não permitem que o momento artesanal seja totalmente ultrapassado. E o produto continua a depender da habilidade do trabalhador (ainda que um trabalhador coletivo)"
(Idem, Pa9,117).

Desse modo, além do jornal se constituir, basicamente, a partir da justaposição de produtos isolados que foram objetos da ação de pouco mais de uma pessoa --- o que faz com que, por exemplo, seja muito difícil imaginarmos a sua produção em alguma espécie de "linha de montagem" (41) --- a fabricação destes produtos parte da obtenção de uma matéria-prima que é, de algum modo, sempre diferente, a cada

dia, o que torna mais problemática ainda qualquer tentativa de rotinização dos processos redacionais. Mesmo levando-se em consideração o fato de que o processo atual de massificação dos meios de comunicação (e de oligopólio dos mercados jornalísticos) contribui para dar ao noticiário de todos os jornais um aspecto, "a primeira vista ao menos, cada vez mais uniforme e repetitivo, mesmo assim a oferta de notícias, portanto, de matéria-prima, é tanto qualitativa quanto quantitativamente, muito dinâmica e mesmo idiossincrática. Dai' que é impossível se estabelecer "a priori" com um mínimo de precisão, o que é, em cada momento, "notícia", o que é digno de publicação e com que destaque. Mesmo a notícia que lemos hoje e que nos parece redigida quase que igualmente "a de ontem, pode, contudo, ter que dividir o seu espaço com outras notícias, relativas a novos acontecimentos que, na avaliação dos editores-chefes, podem merecer maior ou menor ênfase. Além disso, mesmo que os redatores busquem religiosamente se ater ao manual de redação e suas regras, por mais minuciosas e abrangentes que estas sejam, mesmo assim cabe ao redator (e ao repórter também) a prerrogativa de interpretar o material jornalístico e de identificar nele o que deve constituir não só o "lead" como também todos os demais desdobramentos da notícia; ou seja: cabe-lhe definir, a partir do material coletado, "quem" fez o "que", "quando", "onde", "como" e "por que", e quais as informações secundárias e/ou complementares que devem constar do texto (42). E nem sempre esta definição é simples e/ou livre de riscos; como diria um informante da pesquisa, "as vezes, o verdadeiro "lead" da notícia está no meio do texto"; não se trataria, por-

tanto, neste caso, de um erro de colocação, de troca de parágrafos, mas sim de uma dificuldade de interpretação acerca do ponto pelo qual a notícia deve ser hierarquizada internamente; trata-se da dificuldade em delimitar o "eixo" principal (43). E mais: muitas das notícias (as vezes, as mais interessantes) que o reporter traz à redação no final do dia de trabalho não lhe foram propostas originalmente por um pauteiro, editor ou chefe-de-reportagem, sendo, na verdade, "pauta" produzida e/ou descoberta pelo próprio repórter.

Assim, a dependência que o processo de produção da notícia tem não apenas da habilidade do trabalhador, mas, também, de sua sensibilidade, de sua curiosidade e perspicácia, de seu juízo a respeito do(s) conteúdo(s) da matéria-prima e dos enfoques e direcionamentos que esta, inicialmente, deve tomar, tornam a divisão e a rotinização das tarefas muito limitadas (44).

Talvez esteja aí a razão (ou uma das razões) para o peso não apenas quantitativo mas, principalmente, político-administrativo das ocupações de controle, supervisão e direcionamento político/mercado-lógico do processo de produção do jornal.

Como expusemos num capítulo precedente (acerca da história da mídia), com o advento da chamada "imprensa empresarial", o papel dos editores passa a ser cada vez mais predominante. De tal modo crescem suas atribuições que, inclusive, a função se desdobra internamente, dando origem a uma pequena variedade de especializações. Surgem os editores-de-setor que, auxiliados pelos sub-editores, respondem por cada bloco temático do noticiário. E acima destes --- conforme tivemos

a oportunidade de mostrar, na exposição da organização formal da redação --- situam-se os cargos de chefia que, respeitada uma certa hierarquia, parecem trabalhar mais à maneira de um colegiado de elite que, em reuniões diárias com o conjunto de editores-de-setor, decidem o espaço disponível a cada editoria, as matérias de capa, e os casos porventura mais delicados de cada edição (o que enfatiza mais ainda o caráter pouco compartimentalizável e rotinizável do processo como um todo e do processo decisório, mais especificamente).

E' evidente que o controle exercido pela chefia so' pode ser feito de modo seletivo; trata-se de um conjunto relativamente pequeno de profissionais imbuídos da responsabilidade de zelar, perante os proprietários da empresa, por todo o conteúdo jornalístico de edições que, mesmo nos dias úteis, ultrapassam facilmente um total de 40 páginas impressas, das quais cerca de até 75% com notícias. Não espanta, portanto, que a grande maioria das notícias seja lida, antes de descer à fotocomposição, apenas setorialmente e pelos sub-editores setoriais (o que, a princípio, no que se refere à maior parte do material, não representa muitos riscos). No entanto, como já observamos, o conteúdo do noticiário é não só muito dinâmico, como também multifacetado; assim, o que até ontem poderia ser considerado assunto "frio", de rotina, hoje, por 'n' circunstâncias, ou visto por um ângulo diferente, se torna "quente" --- seja do ponto-de-vista do interesse geral do público (que repentinamente pode ter sido despertado por outras mídias ou jornais), seja em função de interesses localizados que, de um modo ou de outro, estão relacionados à notícia, interesses aos quais o

Jornal não pode deixar de se referenciar. Desse modo, funções, editorias e até mesmo cadernos regulares completos surgem, se consolidam, ou desaparecem (de alguns anos para cá, por exemplo, surgiram, em vários jornais, novas seções e/ou cadernos com temas da atualidade: ecologia, informática, economia, etc). O essencial, contudo, é que mesmo a mais abrangente diversificação interna do jornal, em cadernos e seções, não é suficiente para prever que fatos mereçam espaço em cada editoria, e, muito menos, aonde a atenção seletiva dos chefes deve se concentrar a cada edição.

E o que vale em termos de conteúdo, também vale para a forma. Não se trata apenas de se evitar que o jornal seja "furado" ou deixe de noticiar o que os interlocutores mais importantes queiram ver noticiado (ou, ao contrário, que se publique o que deve ser auto-censurado): trata-se de, em certos casos, dar "aos bois" os nomes "certos", e --- o que é tão ou mais importante --- dizê-lo na linguagem que se pretende característica do jornal. Assim, por exemplo, de acordo com um informante, o jornal estudado, quando noticia conflitos sociais sobre a posse da terra no país, nunca utiliza o termo "posseiro", mas sim "invasor". Por outro lado, o controle não se restringe apenas a questões ideológicas; é necessário usar os termos adequados de modo a construir, também, um texto "objetivo", nos moldes preconizados pelo "manual de redação": uso do "lead", do "sub-lead", texto sem adjetivos e sem "firulas", etc (45).

A necessidade do controle, em detalhe, e, ao mesmo tempo, as dificuldades de fazê-lo, "pari passu" ao processo de confecção diária

do Jornal, parecem ter sido a origem, na redação estudada, da criação da função, a meu ver paradigmática, de uma espécie de "ombudsman interno". Trata-se de um profissional, contado entre os de chefia, cuja atribuição consiste, basicamente, em ler o Jornal completamente, e, a partir daí, proceder à sua crítica diária, que é transmitida a todos os terminais da redação para leitura dos responsáveis por cada matéria. Assim, no cotidiano dos profissionais, uma das primeiras coisas que se faz na chegada à redação é a checagem, no terminal de computador, dos recados e da crítica produzida diariamente por este profissional. Não raro esta espécie de controle a posteriori é capaz de gerar polêmicas e animosidades na redação, com as críticas sendo tomadas pessoalmente ou levantando debates de caráter ético profissional e/ou ideológico (o que, por outro lado, como veremos adiante, nos chama a atenção para o personalismo que parece inerente ao processo de trabalho estudado).

Percebe-se desse modo que o controle, tanto técnico quanto ideológico, parece deter um peso comparativamente preponderante na lógica de gestão do processo de produção do Jornal --- não se restringindo ao controle propriamente disciplinar da mão-de-obra, seus ritmos e intensidades de trabalho (tal como se pode notar em outras "manufaturas", de acordo com estudos já clássicos da sociologia do trabalho) --- peso este que parece crescer na mesma proporção em que --- ainda mais com o aumento da abrangência temática do Jornal --- crescem as dificuldades de previsão e, conseqüentemente, de rotinização da produção das matérias. Trata-se, na verdade, da exacerbção de uma espé-

cie de "controle de qualidade", a qual, em termos especificamente jornalísticos, se refere não apenas à manutenção e ao aprimoramento das propriedades mercadológicas de um produto como outro qualquer, vendido num mercado como outro qualquer, para um consumidor como outro qualquer; mas que diz respeito também à "responsabilidade" política do veículo diante dos grupos, em particular, e da sociedade, em geral, aos quais se destina e com os quais dialoga (o que, de resto, não precisa estar em contradição com preocupações eminentemente econômicas; dado que, ao menos supostamente, o público-leitor que "compra" e o mesmo que deve "ler" o que interessa aos diversos tipos de "anunciantes", sejam estes de produtos ou de discursos (46)).

O processo de produção do jornal, portanto --- analisado mesmo que brevemente, em apenas alguns dos seus aspectos (e, basicamente, do ponto-de-vista de sua gestão) --- delinea-se claramente enquanto um processo que se desenvolve com uma grande fluidez, necessitando sempre uma alta dose de controle; controle este que, ao contrário de outros processos de trabalho, não pode ser reduzido a rotinas impessoais e minuciosas (em suma, não pode ser burocratizado).

Venemos agora como, a partir de um outro ângulo deste processo --- o que contribui para uma configuração específica do mercado de trabalho jornalístico --- se estabelecem determinados referenciais a partir dos quais os indivíduos se situam em sua experiência profissional na redação.

4.3 - O mercado de trabalho, externo e interno: algumas propriedades decisivas:

Como podemos perceber, a partir da exposição acima, o processo de produção do jornal mantém-se firmemente ancorado na subjetividade dos atores que dele participam, o que, do ponto-de-vista da sua gestão, como vimos, implica numa exarcebada tentativa e mecanismos de controle sobre o produto final.

Assim, no processo de produção, tal subjetividade é objeto constante de tentativas de apropriação pelo "trabalhador coletivo", para utilização em proveito do discurso do jornal como um todo. Isto, por sua vez, chamou-nos a atenção também para a existência de uma autêntica "economia política do discurso público", na qual se insere o jornal, e que movimenta, entre outros, uma espécie particular de corretor (ou de aspirante a): o jornalista.

Evidentemente, todos estes fatores irão influenciar decisivamente a conformação do mercado de trabalho jornalístico (intra e extra-jornal). Por um lado, a indefinição quanto às competências específicas para dotação de sentido dos fatos dá aos jornais um poder de barganha considerável em suas transações com o público e as fontes. É o privilégio da mídia: ter, em geral, a iniciativa (quando não o controle) sobre o que pode ou não se tornar "notícia" e com que enfoques. Ou seja: dadas as circunstâncias, a fonte pode negar (ou impor) matéria-prima, assim como o público pode negar (ou impor) demandas; mas a "mídia" pode hoje se impor como meio legitimado e, praticamente, todo-

Poderoso: praticamente só é "fato" o que é veiculado por ela e, praticamente, só através dela se tem acesso aos "fatos". É a imprensa (entendida aqui, excepcionalmente, como o conjunto das mídias) o grande "gate-keeper" de todo o processo da informação social, mesmo que não possua todo o controle sobre a origem da matéria-prima ou sobre o resultado de sua difusão.

Por outro lado, o grau de acesso dos atores à participação personalizada na barganha na qual se envolve o jornal, embora evidentemente desigual para diferentes postos hierárquicos, não se encontra necessariamente definido, nem mesmo pelo aparentemente mais rígido quadro ou organograma funcional.

Pode-se perceber, com efeito, que as hierarquias formais e informais da redação inserem-se no contexto de um mercado de trabalho que, analiticamente (apenas) pode ser dividido em mercados interno e externo, mas que, em ambos os casos, não se refere apenas à alocação de mão-de-obra despersonalizada e classificada em termos de mera qualificação; mas sim diz respeito, também, às possibilidades de atualização do capital pessoal de aspirantes e profissionais da "correta" de "fatos" públicos. Assim, malgrado a divisão "manufatureira" da redação e a evidente concentração de poder (em seus vários desdobramentos, tal como já expomos), a inserção dos indivíduos nos mercados de trabalho jornalísticos é vivenciada ainda de modo bastante pessoal; nenhum jornalista se sente um número tal como os que aparecem nas pesquisas estatísticas e discursos do sindicato; todos são "profissionais", competindo num mercado restrito, em que as formas de recruta-

mento permanecem basicamente assistemáticas e personalizadas, onde os contatos pessoais e o "portfólio" adquirido são decisivos.

E' verdade que no próprio jornal estudado existe um mecanismo de recrutamento teoricamente impessoal: trata-se de um jornal das comunidades, que funcionaria como uma pequena escola de jornalismo para o aprimoramento de jovens egressos dos cursos de comunicação, os chamados "focas", selecionados através de exames. No entanto, mesmo que o processo de seleção tenha se dado com a maior imparcialidade e impessoalidade, uma vez aprovados os "focas" não tendem a ser contratados e recebidos de maneira equânime. Em pouco tempo surgem as diferenças de tratamento e o estabelecimento de redes de relacionamento profissional, embasadas em critérios altamente subjetivos e particularistas. Enquanto alguns "focas" ascendem rapidamente, passando inclusive a editorias de maior prestígio, outros permanecem marginalizados, às vezes por mais de um ano na situação contraditória de serem "fritas-fixos" (ou seja, nem verdadeiros "free-lancers", nem contratados; parece ser uma das fórmulas utilizadas para se burlar a legislação que proíbe o estágio em jornalismo). Quanto a tais critérios subjetivos, o seu conteúdo pode variar enormemente de acordo com o julgamento e interesses das chefias que possuem o poder de contratar, promover, propor a transferência, marginalizar ou simplesmente demitir qualquer subalterno, dentro de sua esfera de atuação política (que, obviamente, nem sempre também guarda os mesmos limites definidos formalmente na definição funcional do cargo de chefia; assim, por exemplo, o poder de um editor-de-setor pode transpor ou nem mesmo abranger os limites de sua

editoria). Desse modo, o que pode estar por trás de uma promoção pode ser tanto uma aposta no potencial de um novato, precocemente demonstrado, quanto interesses de caráter extra-profissional.

De qualquer forma, a princípio, o poder e a autonomia dos editores-de-setor, em suas editorias, é muito grande, principalmente no que tange a questões de pessoal. E é este o poder que, quantitativamente, parece deter maior significado para nossa análise, pois embora, ao menos teoricamente, tais editores-de-setor (e seus subordinados) estejam sob o poder dos chefes gerais, é nas editorias setoriais que se concentra não só a maior parte da produção jornalística como também a maior parte dos seus produtores diretos (repórteres e redatores). Assim, é basicamente no interior destes "feudos" que se concentram a maior parte da experiência, dos conflitos e das expectativas dos informantes.

Com efeito, de um certo modo, as próprias relações políticas no interior da redação lembram os antigos laços de vassalagem e de comprometimento pessoal entre os indivíduos (47). De um lado, a chefia toda-poderosa (do ponto de vista político-administrativo), com o controle de todos os mecanismos de pressão, do outro os produtores diretos da notícia com suas atribuições e responsabilidades e sua grande margem de iniciativa sobre o conteúdo de suas matérias. Não é à toa que uma das mais utilizadas formas de se distinguir as chefias do conjunto da redação é a categoria de "cargo-de-confiança"; é como se a "confiança" fosse uma das moedas correntes de maior valor na redação, definindo postos hierárquicos, privilégios e perspectivas, seja no re-

lacionamento da chefia com os proprietários do jornal, seja entre os primeiros e os seus subalternos.

Tal correlação de forças da margem da configuração de uma espécie de mercado interno de trabalho em que --- de acordo com (a) as oscilações de prestígio de setores e profissionais, (b) o caráter praticamente imprevisível das demandas temáticas do público, que frequentemente dão origem a novos cadernos e especializações (assim como extinguem outros), e (c) a grande rotatividade de mão-de-obra que parece marcar tão claramente o mercado jornalístico como um todo (48) --- é sempre plausível, para os atores, a crença na possibilidade de ascensão e/ou melhoria profissional, seja na mesma editoria ou fora dela. O caminho para tal ascensão e/ou melhoria, contudo, irá passar necessariamente através dos critérios subjetivos das chefias (de dentro e de fora do jornal), aos quais já fizemos referência.

É evidente que o "mercado de trabalho interno" assim constituído não possui as mesmas características de autonomia (em relação ao mercado externo de trabalho) e de sistematicidade exigidos pela definição de estudiosos das relações de produção, tais como Burawoy (49). No caso em questão, o "cacife" com que um ator conta no mercado externo é, em geral, decisivo para seu desempenho no mercado interno; como dizia um informante: "não escrevemos para o público e sim para o mercado". No entanto, creio que é lícito fazer a distinção entre mercados interno e externo de trabalho em função do fato de que, como pudemos demonstrar com nossa tipologia, o grau de direcionamento e de comprometimento das perspectivas e alternativas dos atores com um ou

ambos os mercados pode ser um indicativo decisivo e altamente discriminador de seu tipo de identidade (veja-se, por exemplo, a distinção entre o "que-veste-a-camisa" e o "homem-de-imprensa").

O fundamental é que o caráter fluido de ambos os mercados e o enorme grau de personalização de seus mecanismos de mobilidade --- aliados (como vimos) à situação de profundo descompasso quantitativo entre a oferta e a demanda de empregos no setor (em favor da 1a.) --- parecem contribuir muito para o desenvolvimento de estratégias profissionais de corte individualista e personalista.

Um exemplo de tais estratégias seria a existência na redação, de acordo com os informantes, de uma verdadeira institucionalização da prática do "lobby" para a "venda" de matérias. Quer dizer: os repórteres e redatores fazem pressão sobre seus chefes imediatos para que estes "comprem" idéias, pautas e matérias, para que permitam a assinatura de certas notícias, para que os escalem para determinadas tarefas, etc, enfim, para que lhes deem espaço seja no cotidiano da redação, seja nas próprias páginas da editoria (50). E o mesmo processo se verificaria num nível hierárquico superior, nas reuniões diárias em que a chefia geral e os chefes setoriais se reúnem para tomar as decisões principais de cada edição, as matérias da 1a. página, os destaques e o espaço de cada editoria, etc; desta vez o "lobby" seria feito principalmente pelos editores-de-setor.

Este jogo de investimentos pessoais e, obviamente, de tentativas de personalização da produção, do produto e das relações aí reproduzidas (51), acaba por, em contrapartida, implicar, da parte dos

indivíduos que o jogam, numa verdadeira incorporação de atributos genéricos, julgados favoravelmente pela empresa, e que tendem a reverter em proveito de seus discursos e de seus interesses. Pois o sucesso do "lobbista" só é obtido havendo alguma congruência entre seu discurso e os interesses e o discurso do Jornal (enquanto que a recíproca não é necessariamente verdadeira; ou seja: o sucesso do Jornal pode ser obtido independentemente dos eventuais discursos "personalizados" dos "lobistas").

De qualquer forma, as citadas características do mercado irão conformar um espectro limitado de alternativas de comportamento e de identidades para os atores aí envolvidos. De modo que, inclusive, em função mesmo dos pré-requisitos para o jogo de personalização ao qual fizemos menção, e dos atributos que assim são incorporados, novos referenciais irão compor decisivamente o quadro das "escolhas" individuais, demandando de tais atores novos posicionamentos. É o caso da chamada "ética jornalística", que examinaremos em seguida.

4.4 - A 'ética jornalística': "cidadania profissional"?

Os conteúdos da chamada "ética jornalística" podem receber várias formulações que, entretanto, dificilmente difeririam muito, no essencial. De acordo, por exemplo, com um texto intitulado "Para ser jornalista", escrito pelo jornalista José Silveira (SILVEIRA, 1988), e que procura alinhar o "que é necessário para ser jornalista, ho-

Je", encontraríamos os seguintes ideais, ou conteúdos, digamos, programáticos da ética jornalística: basicamente, o jornalista deve fazer de sua prática uma "busca constante da isenção", e da "precisão"; deve ter participação ativa na sociedade, sem, contudo, "fazer do veículo que o emprega instrumento de sua ação política"; e, conforme a função específica que desempenhe, deve possuir uma série de atributos: assim, o repórter (que é utilizado no texto como o arquétipo fundamental do jornalista) "para descobrir o que alguns querem esconder e que muitos precisam ou devem saber", precisa ter "vocaçãõ", "consciência", "inteligência e atualização", "curiosidade e perspicácia", "percepção", "imaginação", "memória", "deduçãõ e raciocínio", "método", "critério e sensibilidade", "atenção e interesse", "ecletismo", "espírito crítico e desconfiança", "isenção e pragmatismo", "prudência e lealdade", "coragem", "responsabilidade", "caráter e honestidade", "ética e compostura", e "humildade". O redator, por sua vez, nas 20 qualidades do repórter, deve somar "o domínio do idioma e da técnica que permita aplicá-lo ao jornalismo", devendo respeitar, também, as regras do "lead" (52), "produzindo textos limpos do supérfluo, do irrelevante, do redundante e do chulo". As mesmas regras valem, basicamente, para o repórter-fotográfico e para o editor que, além disso, precisa ter: "visão e conhecimento do conjunto das operações técnicas", "bom senso", "juízo", "segurança", "responsabilidade e coragem". Finalmente, conclui o autor, "é preciso ter diploma".

Este texto e suas propostas foram expostos à análise dos informantes ao final de cada entrevista. De maneira geral, se observou

de sua parte uma postura inicialmente crítica, e até mesmo severa, que condenava o idealismo, a obviedade e a redundância da maior parte das características listadas. O ideal de isenção e pragmatismo era criticado em geral com referência à realidade política e econômica interna da empresa. Alguns informantes argumentaram, por outro lado, que a maioria de tais qualidades não se deveria exigir apenas dos jornalistas mas sim de todos em nossa sociedade; o que, inclusive, nos permitiria até questionar a especificidade de uma ética jornalística (veremos isso mais adiante). Os mesmos informantes, contudo, concordavam, em geral, ao menos, com a idéia contida no texto de que os jornalistas deveriam estar especificamente capacitados a traduzir toda a espécie de informação, inclusive a mais técnica e especializada, a uma linguagem considerada acessível a um público maior e leigo.

De qualquer maneira, contudo, um exame mais apurado do conjunto das entrevistas (além de uma análise da crítica acerca da obviedade das características citadas no texto) nos permite, creio, perceber que o "ideal de serviço" (53), contido nas concepções de busca por uma de maior isenção, de maior precisão e de maior capacidade de tradução das informações, permanece bastante forte e atuante no imaginário dos informantes da pesquisa. Se tais qualidades são óbvias para os entrevistados é porque, de algum modo, eles as têm em vista, no seu cotidiano, com relativa frequência e intensidade (54). O mais decisivo, contudo, é que os jornalistas da pesquisa pareciam se atribuir sempre uma função de "vasos comunicantes" da sociedade (55) sempre que se pedia a estes que se auto-definissem, definindo também a indústria

em que trabalhavam. E como tais "vasos comunicantes" os Jornalistas teriam uma função específica, corporificada numa profissão regulamentada e defendida, e cujos "ideais de serviço" em nada teriam diminuída a sua força significativa e mesmo mobilizadora, a despeito de inúmeras dificuldades e contradições perfeitamente visíveis e instrumentalizáveis discursivamente.

Existiria, portanto, uma específica "ética Jornalística", um ideal de comprometimento primordial do jornalista com a "notícia", com o "fato". Este ideal poderia ser vivenciado de diversas maneiras, dando origem a vários tipos de identidade (como pudemos perceber em nossa tipologia), mas em nenhum caso deixaria de se colocar, para os Jornalistas, como um referencial normativo incontornável e que demanda frequentemente alguma espécie de posicionamento (mesmo que tal posicionamento seja a própria recusa, explícita e coerentemente formulada, em procurar segui-lo, tal como a "tradição" Jornalística o estabelece).

As "atualizações" do "poder significativo" de tal ética podem, com efeito, se dar de várias formas. É possível, por exemplo, que a ética aja no sentido de dissolver, ou melhor, suspender todas as mediações do indivíduo jornalista com seu meio ambiente imediato, de colegas, fontes e superiores, ligando-o ideal e diretamente à "opinião pública", a clientela à qual se dirige o "ideal de serviço" deste profissional, a despeito da complexidade de sua situação. Assim, mesmo a consciência de que tal função --- levar a informação ao público --- é frequentemente deturpada e desvalorizada pelos interesses maiores

da empresa, não impediria o jornalista de considerar o seu trabalho como algo útil e importante para o público (56). Um trabalho que deve ser desempenhado cotidianamente por alguém especialmente preparado para isso --- seja pela "tarimba" obtida através da experiência de anos de redação, seja pelo ensino superior (mesmo que reconhecidamente precário), seja pela própria biografia particular e/ou comprometimento com os ideais da profissão (e que, de algum modo, atestam a "vocação" do indivíduo para o "sacerdócio" jornalístico). Seria, portanto, o interesse maior da sociedade --- que mal ou bem "precisa" ser informada do que se passa --- o que também poderia justificar, apesar de tudo, a aceitação das condições impostas pelos interesses da empresa (mesmo quando flagrantemente contrários ao ideal de isenção no exercício da profissão) --- o que, no caso, mais até do que a simples submissão, significaria a efetivação de um comportamento estratégico cujas características principais seriam: (a) a busca da incorporação dos atributos julgados favoravelmente pela empresa (dedicação além do horário regulamentar, iniciativa na proposição de pautas, e criatividade e rapidez no desempenho das tarefas); e (b) a participação na competição individual pelas oportunidades de ascensão nas hierarquias de cargos, salários e prestígio, no "mercado de trabalho interno" do jornal. Desse modo, toda a espécie de competição interna poderia ser justificada por assim contribuir para a melhoria do produto final, o que seria de interesse do público consumidor.

Por outro lado, o mesmo "interesse maior da sociedade" poderia justificar, também, a manutenção do monopólio do mercado de traba-

lho da imprensa pelos portadores de diploma; pois que esse diploma, embora por si só pouco relevante para a maioria dos informantes --- "ninguém é jornalista porque tem um diploma", nos diriam alguns deles --- está intrinsecamente relacionado à idéia, sempre presente, de que não é qualquer pessoa que pode desempenhar a contento as funções jornalísticas; é necessário uma preparação, mesmo que, inicialmente, apenas de caráter cultural geral mais abrangente, que, segundo vários informantes, só o curso superior pode fornecer equalizadamente, e que, desse modo, justifica o monopólio do mercado, não exatamente para aqueles que, formalmente, detém o diploma, mas para aqueles que, de um modo ou de outro, estão mais capacitados para o exercício concreto da função/profissão (o que, logicamente, significa aqueles que comprovadamente foram preparados, ou seja, os que, mesmo não tendo ainda qualquer experiência, pelo menos, passaram pela universidade).

Além disso, os ideais de isenção no exercício da profissão podem, também, em determinadas circunstâncias, favorecer o surgimento de crises éticas, nas quais os atores perceberiam em sua condição de assalariados subjugados pela empresa, por vezes muito parcial no tratamento das notícias, a razão principal pela qual se vem impedidos de desempenhar a contento a sua função, com o conseqüente desprestígio de seu trabalho frente à sociedade (clientela ideal) e perda da dignidade profissional. Exemplo deste dilema teria acometido aos informantes desta pesquisa quando, em 1989, em função da cobertura das eleições presidenciais, o veículo onde trabalham (notório por sua parcialidade) e os próprios produtores do mesmo foram duramente criticados por um

outro órgão de imprensa. A crítica, segundo um informante, teria ensejado a mais controversa repercussão na redação "ofendida". Após calorosos debates decidiu-se pela elaboração de uma carta, em resposta aos críticos, cuja elaboração foi objeto de discussões ainda maiores e que por fim, acabou não sendo remetida. Segundo o mesmo informante, "a parte a contrariedade por se ver assim exposto ao público por 'colegas' --- que inclusive, segundo ele, também poderiam ser acusados, da mesma maneira, de serem coniventes com a parcialidade de sua empresa --- o que, entretanto, mais o teria constrangido, e a seus colegas, teria sido a admissão da propriedade da crítica, e conseqüentemente o complexo e, de certo modo, doloroso reconhecimento da contraditoriedade e precariedade de sua situação profissional frente as chamadas responsabilidades sociais da profissão.

Sejam quais forem as suas atualizações, seria talvez esta interação contínua com o 'Público' (ou suas representações) o que conferiria à ética dos jornalistas a sua especificidade e, ao mesmo tempo, a sua generalidade. Com efeito, a grande maioria dos atributos que se exigiria dos jornalistas pode perfeitamente constar de um programa ético adequado a qualquer cidadão de nossa sociedade --- que, como sabemos, parece ser dominada por discursos democratizantes e objetivistas. E no entanto, por se referenciar sempre a estes discursos, por tê-los sempre em 'pauta' como viés e matéria-prima de seu labor cotidiano (coisa que já não acontece com outros profissionais), os jornalistas encarnariam, também, uma espécie de 'cidadania profissional', o que lhes daria ensejo à incorporação e à formulação de uma ética

profissional específica que, no entanto, mais parece a exarcebção de uma ética cidadã geral. Ou seja: o jornalista, --- por ser um "formador e informador da opinião pública", como diria um informante da pesquisa --- deveria transformar em sua ética profissional aquilo que todo cidadão, independentemente de seu trabalho ou profissão, deveria ter como padrão geral de conduta pública. Não seria, portanto, mera coincidência o fato de que um grande material auto-referente escrito por jornalistas faça sempre menção às vicissitudes públicas do exercício da profissão, enfocando as questões recorrentes da "liberdade de imprensa" e das relações entre a imprensa, o público, o Estado e a sociedade, numa perspectiva que tende sempre a enfatizar o papel pessoal e indispensável de uma "imprensa livre" em nossa cultura (57). De um ponto de vista um tanto mais cínico se poderia até mesmo dizer que o jornalista moderno (assim como, talvez, o advogado, o político profissional e mesmo outras categorias) encarna um tipo peculiar de especialização, entre tantos outros de nossa sociedade: o do "cidadão profissional"; que faz seu ofício o exercício de cidadania que os outros potenciais cidadãos não conseguem (ou não se interessam por) efetivar, cada vez mais absorvidos que estão por suas necessidades e motivações privadas. Numa linguagem mais clássica, portanto, o jornalista seria aquele burguês, entre tantos outros, que exerceria profissionalmente, como alguns outros, o papel de cidadão.

O papel da ética jornalística seria, portanto, decisivo para a conformação e para a própria justificação de tal identidade. Um papel que provavelmente não se encontra na experiência de outras catego-

rias profissionais. Muito provavelmente, ao contrário, por exemplo, do médico que tem sua ética porque é médico, o jornalista é "jornalista", antes de tudo, porque tem ética. Ou seja: é um profissional da "Imprensa", e não um simples bisbilhoteiro ou ensaísta. Define-se por desempenhar uma função cujo exercício não depende de "conhecimento esotérico (58)", mas sim do domínio de técnicas de tradução e do comprometimento com um "ideal de serviço".

"Ideal de serviço" este que se encontra indissolavelmente ligado à ideia de cidadania e de construção e manutenção de uma ordem social liberal-democrática, através do recurso da 'publicidade': ou seja, com base na pressuposição de que, uma vez conscientes e informados a respeito dos "fatos objetivos" (fornecidos pela imprensa), os cidadãos racionais procurarão efetivar os seus interesses particulares e, em assim o fazendo, conjuntamente acabarão por (re)produzir o bem público.

A prática dos Jornalistas e seus tipos de identidade aparecem, portanto, configurados de acordo com toda uma história da profissão que não pode ser separada da própria história da mídia da qual se origina. Esta história, em seus desenvolvimentos, marchas e contramarchas, forneceu ao 'ethos' jornalístico uma série de componentes, que mesmo soando, em determinadas circunstâncias, profundamente contraditórios, e em outras até mesmo anacrônicos --- dadas as transformações estruturais pelas quais a imprensa passou --- não são por isso menos reais, ou melhor dizendo, atuantes.

Isto se deve menos, talvez, a uma simples permanência de tais componentes, enquanto idéias, ideais, imagens, e estereótipos manipuláveis aleatoriamente pelos atores inseridos em conflitos ideológicos --- que ordém, às vezes, estratégias liberais, de um lado, e corporativistas ou classistas, de outro --- do que ao fato de que a possibilidade mesma de uma tal manipulação, de modo eficaz, permanece dada vista a permanência de traços e repercussões desta história e de suas diferentes fases, nas estruturas que presidem, ainda hoje, o labor jornalístico.

Assim, a notícia permanece, enquanto "bem simbólico", um produto de muitas faces. A sua mais desembaraçada legitimação enquanto mercadoria, e mesmo a sua assumida manipulação enquanto objeto de consumo cultural apto a fundar distinções de caráter social, não eliminam de modo algum a sua dimensão política que permanece, talvez, de um ou-

tro modo, tão decisiva quanto na época do "Party Paper" ou da "Independent Press", quando o editorial e, posteriormente, a reportagem eram capazes de mobilizar a ação pública. Se a ditadura militar que censurou a imprensa há mais de 20 anos pode ser acusada de, entre outras coisas, superestimar o poder político dos jornais, o processo de abertura política que lhe sucedeu já nos deu sinais evidentes de que a palavra escrita (e, é claro, a difundida pelo rádio e tv, também) permanece como referencial incontornável dos cálculos políticos.

Por outro lado, o processo de produção da notícia --- a despeito das grandes mudanças tecnológicas que revolucionaram a gráfica e a distribuição, e do enorme esforço em racionalizar a atividade redacional, via manuais de redação e informática, por exemplo --- permanece em grande medida dependente da subjetividade de seus produtores diretos, num estágio que ainda lembra padrões manufatureiros e artesanais de produção.

Quanto ao mercado de trabalho, se ele evidentemente se resente do processo de concentração da produção e da oferta de empregos que se processou na imprensa brasileira no pós 64, e se a profissionalização crescente do setor passou (como veremos em breve) a contribuir para a conformação de novas auto-imagens por parte das novas gerações de jornalistas, diferentes das de um passado não tão remoto, nem por isso a pertença ao 'metier' deixou de ser vivenciada e decisivamente condicionada de modo ainda fortemente personalista. Como vimos, as sistemáticas de recrutamento, promoção e transferência de profissionais permanecem se dando basicamente através dos contatos personaliza-

dos. E o mesmo acontece (o que pode ser ainda mais decisivo) com a própria relação dos indivíduos com o produto direto de seu trabalho: o jogo da personalização, do acesso às benesses oferecidas pelo poder de barganha da mídia, e a cooptação permanecem como dantes no cotidiano da profissão (apenas, com se vera', a maior divisão do trabalho nas redações de hoje implica na internalização, dentro da empresa, de certos acessos que antes poderiam estar diretamente abertos ao jornalista).

Por último, mas não menos importante, hoje como dantes ninguém pode exercer o jornalismo sem se posicionar frente à ética da profissão. Se hoje, talvez, o empresariamento e a industrialização da mídia dão a este enfrentamento novos conteúdos, ou argumentos, o dilema, contudo, de "a quem servir" permanece tão intrigante quanto na época em que o jornalismo empresarial forjava a sua própria legitimidade. Pelo contrário até: é possível, como veremos logo, que a questão da ética venha hoje a ganhar contornos mais dramáticos do que antes, em função mesmo do próprio processo de (re)construção da democracia no país (um indicador desta tendência pode estar no crescente número de publicações, pesquisas e fóruns que a questão da ética jornalística vem suscitando nos últimos dois anos --- o marco histórico da eleição presidencial de 89 pode deter neste processo um peso simbólico importante).

Desse modo, se poderia falar efetivamente de um específico 'ethos' jornalístico, configurado em propriedades específicas da prática do 'metier'. Um 'ethos' que, contudo, possui uma natureza intrín-

secamente conflitiva: 1) porque suas propriedades são, além de contraditórias, verdadeiras potencialidades, nem sempre atualizáveis em seu conjunto; 2) porque dizem respeito a contradições que ao mesmo tempo se internalizam nas redações e as transcendem. Assim, "o jornalista", em termos absolutamente genéricos e' sempre, ao mesmo tempo, e ao menos em potencial, o "formador e informador da opinião pública", e o "operário da notícia"; "a testemunha ocular da história" e o "cidadão profissional/corretor dos fatos públicos".

Neste sentido, por um lado, a variedade tipológica e/ou topográfica de identidades revelada por este estudo de caso não faz mais do que listar as "alternativas" postas aos indivíduos por estas estruturas, alternativas de acordo com as quais as inclinações pessoais prévias e a experiência pessoal destes indivíduos irão se compor. Por outro lado, esta mesma variedade tipológica nos deve por de sobreaviso quanto aos riscos de se reificar este "ethos" e sua singularidade (a chamada "vocação", para o "sacerdócio" da imprensa) e hipostasiar uma pretensa identidade jornalística genérica, elevando-a à categoria de uma espécie de entidade metafísica que atuaria sobre (e através de) personalidades singulares, à revelia das distribuições históricas e dos monopólios do capital social.

E' necessário, em certos casos, tomar cuidados com relação à auto-imagem expressa pelos jornalistas quando ela se manifesta, por exemplo, do seguinte modo:

"Os entrevistados são categóricos em afirmar que a nova geração de

Jornalistas que esta' nas redações tem uma relação mais profissional e isenta com o poder do que a geração mais velha. Antigamente, declaram, o jornalista se confundia com o poder. Sem falar nos que tinham dois empregos: um no serviço público, muitas vezes em cargos políticos, e outro em jornal. Hoje isto e' bem mais raro" (TRAVANÇAS, 1991, pgs. 184 e 185).

Sem dúvida que hoje em dia assiste-se a uma grande profissionalização da mão-de-obra jornalística, e e' efetivamente menos frequente o caso do jornalista/funcionário público (embora segundo a revista "Imprensa", algo do gênero continue ocorrendo em centros como Belo Horizonte: segundo esta publicação, um estudo recente produzido pela Faculdade de Filosofia da UFMG, entre outros aspectos, descobriu que 10% dos quase 2 mil associados do sindicato local da categoria tinha emprego em algum órgão estatal, e esta porcentagem aumentaria ainda mais se restringida ao grupo dos especializados em cobertura política (ver Anexos)).

O fundamental entretanto, e' que esta profissionalização, ou melhor dizendo, esta especialização, separando o jornalista, de um lado, e o político profissional ou funcionário público, de outro, parece se dever tanto a um processo global de especialização em nossa socie-

dade (59), quanto (e isto é o mais decisivo) a uma subdivisão interna do processo produtivo do jornal, que leva, como já vimos, a que os benefícios do seu uso político se concentrem nos cumes hierárquicos, o que não impede as novas gerações de participarem, como dantes, de seu usufruto. Sem prejuízo do fato de que a maior parte da redação seja levada a ter uma "relação mais isenta com o poder", simplesmente por, independentemente de inclinações pessoais, não poder tê-la de outro modo, ou seja, por não poder, dada a sua posição subalterna, utilizar em seu proveito pessoal o prestígio político do jornal.

Os riscos decorrentes da reificação do 'ethos' jornalístico se colocam de várias maneiras. Mas o que importa aqui é que assim se pode perder a dimensão dos significados que a prática e as identidades dos jornalistas tem, também, para o conjunto dos não-jornalistas.

Orá, como vimos, se o jornal é um "delegado" com mandato do público-leitor, se o jornalista é um "cidadão profissional", a serviço dos "outros" burgueses imensos em sua vida privada, isto se deve ao fato de que, malgrado os evidentes exageros de sua ideologia auto-referente, o jornal (e, em potencial, os jornalistas) efetivamente detem um grande poder no jogo (ou conflito) de definição pública dos sentidos dos fatos. A posição privilegiada de "gate-keeper" dá a estas instituições (e a seus porta-vozes) um poder que se não é completo e absoluto (como certos mitos acerca da comunicação de massa propõem), não deixa de ser assim mesmo preocupante.

Assim, e' sempre plausível a efetivação, para os jornalistas, do papel de "mediador", de maneira análoga à que, segundo Zilda Kacelnik, se coloca para os publicitários:

"... a elaboração das mensagens pelos publicitários e a consciência que têm da sua atividade deve colocá-los numa posição estratégica no sistema de produção/distribuição/consumo do qual fazem parte" (KACELNIK, 1976, p.9).

O jornalista, enquanto "mediador" (e não mero "vaso comunicante"), poderia, também, ocupar uma posição estratégica num determinado "sistema de produção/distribuição/consumo". Trata-se aqui, no entanto, como já vimos, de um sistema específico, inserido numa espécie de "economia política do discurso público", parte de um "sistema de produção de bens simbólicos" maior, e que, portanto, não deve em nenhum momento ser confundido com --- ou reduzido a um papel "super-estrutural" de --- um sistema econômico mais abrangente ao qual se refere Kacelnik (embora não possa ser dissociado, na prática, deste último).

Assim, como nos mostra Bourdieu, em sua análise acerca do "mercado de bens simbólicos", retém a economia na qual se insere o jornalista uma autonomia relativa que é decisiva, e que se manifesta justamente na posição estratégica de controle que detem os jornais e seus principais manipuladores (60).

Dai' que o jornal não é um mero "instrumento nas mãos da classe dominante e seus interesses" (embora dificilmente deixe de, "naturalmente", agir neste sentido). E isso mesmo levando-se em consideração o caráter capitalista que define a sua forma de propriedade hegemônica, em nosso país.

A plena vigência desta autonomia relativa faz com que, neste caso, a distinção entre "agir por mandato", ou "agir de acordo com", não seja uma simples questão formal, sem maiores repercussões práticas. Quer dizer: mantidas as coordenadas básicas do regime democrático, a autonomia relativa (e apenas relativa) de que dispõem as mídias pode se tornar decisiva para que o conflito ético (que parece inerente ao jornal) entre o compromisso com a melhor transmissão possível da notícia e sua livre manipulação interessada não se resolva, em definitivo, em detrimento da primeira.

Não que se possa ainda acreditar na mágica da "publicidade crítica" e livre produzindo o melhor dos mundos racionais. Mas enquanto se mantiver o equilíbrio, mesmo que precário e não-harmônico, entre os chamados polos da notícia, permanece afastado o risco de monopolização na "economia política dos fatos públicos" e preserva-se esta fluida "esfera público/privada" de que nos fala Habermas em suas análises:

"Nos cem anos que se sucedem ao período áureo do liberalismo, num capitalismo que pouco a pouco se organiza, dissolve-se de fato a re-

lação originária entre esfera pública e esfera privada; decompõem-se os contornos da esfera pública burguesa. (...) Duas tendências, dialeticamente interrelacionadas, assinalam uma decadência da dimensão pública: ela penetra esferas cada vez mais extensas da sociedade e, ao mesmo tempo, perde a sua função política, ou seja, submeter os fatos tornados públicos ao controle de um público crítico. (...) A esfera pública parece perder a força de seu princípio, publicidade crítica, à medida que ela se amplia enquanto esfera, esvaziando, além disso, o setor privado" (HABERMAS, 1984, pgs.167 e 168).

Malgrado o evidente tom pessimista da formulação de Habermas, no que se refere especificamente à imprensa, enquanto "instituição por excelência da esfera pública", a interpenetração do público com o privado, longe de dar aos conflitos ideológicos da mídia uma resolução última (e fictícia), recoloca a questão recorrente acerca de quais devem ser suas "funções" (que de modo algum estão definitivamente "dadas" por esta ou outra "estruturação" (61)).

Assim, se não se pode cair no maniqueísmo ingênuo de se atribuir aos "mediadores" todo o controle (Porque, como já vimos, não existe, em nossa "sociedade aberta", monopólio real do controle de dotação de sentido aos fatos), não devemos também cair no extremo oposto, qual seja, de reificar o discurso dos ideólogos (Proprietários ou não) da imprensa, e apostar, como eles propõem, no equilíbrio harmônico entre os diversos polos da informação (fontes, imprensa, público) (62).

Dai' que a "unidade" e a "diversidade" do 'ethos' jornalístico, com suas distintas possibilidades de identificação (ou "identificação") pode bem espelhar, conflituosamente, ao mesmo tempo, esta autonomia relativa da "economia política dos discursos públicos" e sua internalização na própria redação do grande jornal industrial (que, paradoxalmente, permanece, em seu coração, uma "manufatura", ou nem isso). E neste sentido, a prática individual dos jornalistas, quer eles assim o queiram, ou não, por insignificante que seja, ou aparente ser, ganha uma dimensão "praxiológica" evidente, já que independentemente do que individualmente produzam, seja com que graus forem, de subjetivização, de personalização, o seu produto terá sempre alguma repercussão pública, mesmo que nos níveis mais rarefeitos da chamada "cultura geral", ou da prestação de serviços e formação de hábitos de consumo. Mesmo aí, nos recantos mais aparentemente privatistas do conteúdo jornalístico, a tensão entre a simples re-produção ou a "superação" do "modus vivendi" é sempre plausível. Não é, provavelmente, outro o motivo pelo qual, mesmo o mais cínico e cético "empregado-

como-jornalista" ou "em-fim-de-carreira" trai uma ponta de orgulho ao se identificar como jornalista: trata-se aí, também, da maior ou menor consciência desta dimensão "praxiológica" inerente à profissão, nos quadros da "sociedade aberta".

Do ponto de vista teórico sociológico, subjacente a esta pesquisa, a questão da mudança social, no que se refere especificamente, à prática (ou "praxis") dos jornalistas, permanece tão espinhosa quanto no que se refere a outras categorias. Como vimos, no que respeita especificamente à ação individual ou coletiva, não há uma única identidade profissional jornalística que possa servir, por si só, de substrato a uma previsão, mais ou menos unívoca, sobre prováveis formas de comportamento. Assim, por um lado, seria muita ingenuidade acreditar que a simples profissionalização, ou melhor, o simples assalariamento da maioria esmagadora dos jornalistas --- mesmo com o "reforço" ideológico de uma leitura classista da ética profissional --- seria suficiente para motivar a formação de uma identidade coletiva que se pusesse em marcha na busca da resolução de problemas tópicos ou mesmo das contradições básicas que afligem o exercício da profissão, ao menos na redação estudada. Por outro lado, seria também muito cinismo acreditar que, em quaisquer circunstâncias, o evidente personalismo e individualismo da categoria seja suficiente para inviabilizar qualquer forma de ação política mais consequente no sentido da resolução dos mesmos problemas. Tanto num como noutro caso, é justamente o peso das circunstâncias específicas --- a conjuntura histórica, os atores envolvidos, seus graus de organização, a presença e ação

de lideranças, a eficácia e as resultantes do debate ideológico, etc, entre vários outros fatores --- que, agindo sobre a base das identidades existentes (levando em conta, inclusive, as suas distribuições estatísticas) podera' forjar, ou não, solidariedades e antagonismos aptos a dar seqüência e desdobramentos aos processos de mudança.

O máximo que nos parece lícito afirmar (de acordo com as evidências obtidas) e' que, dado o desenvolvimento do processo de institucionalização da democracia e os debates atuais acerca dos papéis sociais e econômicos do Estado e da sociedade civil, em nosso país (que bem podem se inserir, de acordo com o marco teórico habermasiano, no processo de "mudança estrutural da esfera pública", com a cada vez maior interpenetração do público e do privado), o debate, intra e extra-redação, acerca de quais são e/ou devem ser os papéis ou funções da mídia, na nova sociedade em gestação, deve continuar ganhando fôlego.

Assim, o conflito ideológico que parece inerente ao Jornal, muito mais do que refletir e se reduzir a possíveis interesses de classe, se refere, portanto, a um conflito maior que transcende o Jornal --- e que, contudo, tem nos seus efeitos sócio-político-culturais, ou seja, na "Publicidade", um dos seus "locus" mais decisivos e, talvez, privilegiados --- a saber, o conflito entre diferentes concepções sobre a cidadania. Isto fica claro, por exemplo, quando nos atemos, de um lado, aos discursos auto-referentes da mídia (que seguem pregando a total autonomia e liberdade da imprensa), e de outro, à eventual ação classista e/ou corporativista da categoria, buscando sempre limitar a

autonomia administrativa dos proprietários (da qual a lei de regulamentação da profissão é um bom exemplo, malgrado o repúdio de que seus promulgadores são objeto, por parte da própria categoria).

Aqui, como alhures, a questão dos direitos sociais se coloca de modo decisivo, particularmente na discussão acerca do que seria o direito social à informação, que, se por um lado, mantém vivo, ao menos no imaginário dos "mediadores", o ideário liberal pioneiro da imprensa (por fazer eco à concepção da publicidade democratizante, à liberdade de imprensa), por outro lado, incorporado pelos "não-mediadores" (de dentro e de fora do jornal, ou seja, o público consumidor), se modifica e questiona a legitimidade do padrão vigente de apropriação dos meios de comunicação hegemônicos.

Como já vimos, não cabe aqui, agora, pensar em quais alternativas de ação social se colocam a partir de tal conflito ideológico e da correlação de forças de seus manipuladores. Muito menos pensar qual a viabilidade de qualquer uma delas.

Cabe-me apenas, por ora, finalizar dizendo que se, de algum modo, os ideais libertários do "jornalismo literário" ainda podem mobilizar --- a despeito de todas as transformações estruturais e históricas pelas quais o exercício da "publicidade" passou entre nós --- qualquer que sejam as soluções propostas para este conflito, elas terão de ser buscadas dentro (ou a partir) dos marcos institucionais dessa mesma "sociedade aberta" (o que bem pode significar que tal conflito não se resolva jamais ou que, no máximo, só chegue a se suavizar).

De qualquer modo, acho muito difícil que os jornalistas, sejam estes de que "tipos" for, assumam, "fria e calculadamente", outra bandeira.

Pois se existem profissionais que vivenciam diariamente (e com até' uma grande dose de prazer) o conflito de serem, ao mesmo tempo, e indissociavelmente, burgueses e cidadãos, certamente os jornalistas estão na linha de frente.

- Anexos:

- "Para Ser Jornalista", de Jose' Silveira:

"Os editores desta publicação pedem-me um texto sobre o que e' necessário para ser Jornalista, hoje. Poderia ficar na segunda linha: a única exigência e' ter diploma.

Otimista, no entanto, vou além: desencavo um memorando que enviei à direção a esta altura não sei se da "Folha de São Paulo" ou do "Jornal do Brasil". Dizia à época que "Por mais que a informação esteja sujeita à ótica de quem a testemunha, de quem a relata, de quem a redige e de quem a edita, o objetivo do Jornalista digno e' a busca constante da isenção, da precisão e da perfeição. Por mais que essa isenção conflite com suas opiniões".

Como hoje, insistia que "caráter e' fundamental". E que os Jornalistas nunca serão alienados, mas participantes ativos de sua época. Não podem, contudo, fazer do veículo que os emprega instrumento de sua ação política. Fazê-lo, além de prova de amadorismo, compromete a profissão e afeta o mercado de trabalho.

O repórter e' o Jornalista-símbolo, pois esta' em suas mãos, mais do que na dos proprietários, a construção da ima-

gem de Jornal respeitado. (Parte do princípio de que ninguém se interessara' de exercer a sua profissão em veículo des-creditado).

O aprimoramento técnico e' uma exigência do mercado e uma obrigação do profissional. Todos os envolvidos na produção intelectual de um veículo de comunicação usam a mesma matéria-prima: o talento.

Os repórteres tem que ver, ouvir e saber narrar o que viram e ouviram; os redatores tem que dominar o idioma e a técnica para melhor aproveitar o trabalho dos repórteres; e os editores tem que ter conhecimento técnico, informação, sensibilidade e segurança para avaliar e decidir como aproveitar o trabalho de fotógrafos, ilustradores, repórteres e redatores.

DEFINIÇÃO DE REPORTER - Função de confiança a ser exercida por jornalista que preencha uma serie de requisitos específicos. Sua missão consiste em obter notícias, por cuja veracidade e exatidão e' o único responsável.

Por iniciativa própria, ou por ordem, exercita todos os seus sentidos (audição, visão, tato e olfato), além de uma série de faculdades, atributos e qualidades para descobrir o que alguns querem esconder e que muitos precisam ou devem saber.

Ordena as informações e relata, hierarquicamente, o que viu, ouviu, sentiu, analisou, avaliou e conferiu. Encami-

nha as informações em forma de notícia escrita dentro de normas definidas, sem deixar nenhuma dúvida ou dado por conferir. São os seguintes os "requisitos específicos":

1. Vocação

definida como o conjunto de circunstâncias de ordem afetiva que somadas às aptidões naturais inclinam e predis põem para o exercício da profissão.

2. Consciência

de que a profissão é excepcional e exige tantas virtudes, características, propriedades, valores, obrigações e deveres que não vale a pena se não tiver o sentido de missão.

3. Inteligência e atualização

para aprender, apreender e compreender com rapidez tudo o que acontece na sua rua, na sua cidade, no seu país e no mundo, mantendo-se atualizado nas informações de todos os setores de atividade.

4. Curiosidade e Perspicácia

para ter o desejo ou a necessidade de ver, saber, informar-se e desvendar o que está à sua volta, com a certeza de que é a testemunha privilegiada da história.

5. Percepção

para descobrir e apreender intuitivamente os atos, os fatos e suas consequências.

6. Imaginação

para conceber e criar situações novas, fugindo da rotina e do banal.

7. Memória

Para fixar, conservar e reproduzir o que viu, ouviu e formar seu acervo de experiências.

8. Dedução e raciocínio

Para saber o certo partindo do geral para o particular, do princípio para as consequências, ligando e conjugando informações; para dialogar com qualquer especialista à procura de um ângulo que torne atraente e inteligível qualquer tema, ainda que árido.

9. Método

Para bem utilizar os processos de pesquisa e investigação e assim chegar à verdade.

10. Critério e sensibilidade

Para distinguir o falso do verdadeiro, o interessante do irrelevante, o agradável do desagradável, o bom gosto do mau gosto.

11. Atenção e interesse

Para se concentrar em objetivos determinados e, uma vez concentrado, ir até o fim na tarefa.

12. Ecletismo

Para se adequar às mais inesperadas situações; para sem ser especialista em nada, poder receber informação espe-

cializada, adaptá-la e transmití-la à compreensão de pessoas comuns.

13. Espírito crítico e desconfiança

Para só acreditar depois de analisar todos os elementos apurados; Para não ter sua boa fé utilizada por "fontes" e "informantes" interessados em desviá-lo do principal ou induzi-lo ao jogo de seus interesses.

14. Isenção e Pragmatismo

Para se engajar no trabalho com emoção mas sem tomar partido; Para tratar seu amigo ou desafeto com a mesma equidade; Para acatar o aproveitamento ou recusa de seu trabalho como ato normal; Pois nem sempre o critério editorial será coincidente com seu critério pessoal, além de seu material ser cotejado com outros igualmente importantes; Já que o espaço é finito não comportando tudo o que é produzido.

15. Prudência e lealdade

Para agir com moderação, sem se comprometer e sem comprometer, inutilmente, seus confidentes e entrevistados.

16. Coragem

Para enfrentar situações de risco e perigo como inerentes a seu dia a dia; Para não recuar diante dos poderosos.

17. Responsabilidade

para ter hora de entrada sabendo que a hora de saída é depois de cumprida a missão; Para se situar no processo industrial que depende do seu trabalho.

18. Caráter e honestidade

Para sustentar convicções, e para, em respeito aos colegas, não se apropriar de seus trabalhos, nem adotar como suas idéias alheias.

19. Ética e compostura

Para não se deixar envolver nas tentações do Poder (Governo, empregos, presentes) que comprometem a seriedade de sua missão. Para impor respeito como profissional e como tal ser respeitado.

20. Humildade

Para aceitar que quanto mais se aprende menos se sabe. Para, sendo famoso e experiente, não recusar a tarefa aparentemente pequena, cabendo-lhe engrandecê-la. E para saber que o fato de dispor de um instrumento capaz de comprometer reputações, empresas e governos não lhe dá nenhum privilégio e muito menos o direito de se julgar nem mais nem menos do que qualquer ser humano.

REDATOR - A primeira exigência para o exercício da função de redator é ser jornalista. Ser jornalista não é apenas ter diploma de. É reunir alguns dos vinte requisitos específicos do repórter. Seu grau de capacidade será medido

pela conjugação desses requisitos mais domínio do idioma e da técnica que permita aplicá-lo ao Jornalismo.

Sua preocupação básica sera' a verdade e a isenção. Não tem, portanto, direito de alterar o sentido original dos textos que manipula. Aplicara' as normas de redação, produzindo textos limpos do supérfluo, do irrelevante, do redundante e do chulo.

Não reescrevera' os textos apenas pelo gosto de reescrever. Mas também não os "penteará" para evitar de reescrevê-los. Ao fundir textos de varias procedências, hierarquizara' os assuntos de modo que o principal esteja no "lead" para o título sair, efetivamente, do principal.

Supondo-se que e' mais experiente que o repórter, deve interceptar os enganos e discrepâncias que, eventualmente, venham nas suas mãos. Tem, portanto, obrigação de alertar seu superior sobre o que esta' incompleto ou tem autenticidade duvidosa. A decisão sobre o aproveitamento ou rejeição de um texto, no entanto, não lhe cabe, mas ao editor.

REPÓRTER-FOTOGRAFICO - A primeira exigência para o exercício eficaz da função de repórter-fotográfico e' ser jornalista. Fotografa, valendo-se de iniciativa, conhecimento do assunto, senso de oportunidade, criatividade e técnica. Nunca montara' cenários para obter uma fotografia que seja dramática, mas não seja verdadeira.

EDITOR - A primeira exigência para o exercício eficaz da função de editor de uma publicação, qualquer que seja a editoria, é ser jornalista. Preencher, em grau elevado, os requisitos exigidos para o exercício da reportagem e da redação.

Como jornalista em função destacada, decide e executa no nível de sua competência a delegação do editor responsável e/ou da chefia da redação. Para tanto, acrescentem-se como requisitos essenciais ao desempenho da função:

- visão e conhecimento do conjunto das operações técnicas;

- bom senso para evitar o erro;

- Juízo para raciocinar julgar e decidir;

- segurança para optar com rapidez;

- responsabilidade e coragem para responder por seus atos e arcar com as consequências.

Simples, não? Ah! e ter diploma.

Jose' Silveira, gaúcho, 54 anos, dos quais 35 dedicados ao jornalismo. Nos últimos anos foi secretário executivo da redação do "Jor-

nal do Brasil" e membro
do Conselho Editorial
da "Folha de São Pau-
lo".

- REVISTA DE COMUNICAÇÃO; No.14; 1988; pág.7.

- "Políticos da Notícia: Uma Pesquisa compromete os Jornalistas mineiros"

Um estudo recente do Departamento de Comunicação Social da Faculdade de Filosofia da UFMG deixa bastante arranhada a imagem dos repórteres políticos mineiros, ao dissecar o seu dia-a-dia profissional e concluir que eles tem se reduzido à condição de "instrumento de pressão, de troca de favores na esfera da política institucional". 'Jornalistas políticos mineiros: Os Parlamentares da Notícia' é o título do trabalho dos Jornalistas (à época estudantes) Elton Antunes, Gustavo Paul Kurle e Rogerio Bernardes. A pesquisa cobre o período de março de 1985 a março de 1987 e abrange todos os jornais editados em Belo Horizonte.

A Assembléia Legislativa foi escolhida como o palco principal do levantamento. Ali, os pesquisadores descobriram que a fonte de notícias era uma só: a Sala de Imprensa. E afirmam: "A notícia publicada pelos jornais na maioria dos casos era a que chegava via 'releases', ou comentários políticos, naquela sala, enquanto considerável parcela dos jornalistas presentes contentava-se em ler jornais, conversar entre si e tomar cafezinho".

Ao longo de suas 241 páginas, o trabalho revela ainda o forte vínculo da imprensa local com o poder. No período do estudo, 10% dos quase dois mil associados do Sindicato tinha

emprego em algum órgão estatal, sem contar os que trabalhavam nos veículos de comunicação do Estado. Limitando a estatística aos envolvidos na cobertura política, o percentual assusta mais: 32% deles estavam lotados em órgãos públicos e, destes, 28% eram chefes. Se o universo for reduzido aos associados ao Centro de Cronistas Políticos (CePo), o percentual é preocupante: 59,2% deles ocupavam cargos no Estado.

- IMPRENSA; Ano IV, No.43; Março 1991, pág.27;

- Notas:

(1) De acordo com o Prof. Henrique C. de Lima Vaz,

"A primeira acepção do 'ethos' (...) designa a morada do homem (...). O 'ethos' é a casa do homem. O homem habita sobre a terra acolhendo-se ao recesso seguro do 'ethos'. Este sentido de um lugar de estada permanente e habitual, de um abrigo protetor, constitui a raiz semântica que dá origem à significação do 'ethos' como costume, esquema praxeológico durável, estilo de vida e ação. A metáfora da morada e do abrigo indica justamente que, a partir do 'ethos', o espaço do mundo torna-se habitável para o homem. O domínio da 'physis' ou o reino da necessidade é rompido pela abertura do espaço humano do 'ethos' no qual irão inscrever-se os costumes, os hábitos, as normas e os interditos, os valores e as ações. Por

consequente, o espaço do 'ethos' enquanto espaço humano, não é dado ao homem, mas por ele construído ou incessantemente reconstruído" (VAZ, 1988, pgs.12 e 13)

(2) O conceito de "campo" pode ser melhor compreendido a partir desta exposição que Bourdieu faz do "campo intelectual":

"Irredutível a um simples agregado de agentes isolados, a um conjunto aditivo de elementos simplesmente justapostos, o 'campo intelectual', da mesma maneira que o campo magnético, constitui um sistema de linhas de força: isto é, os agentes ou sistemas de agentes que o compõem podem ser descritos como forças que se dispõem, opõem e compõem, lhe conferem sua estrutura específica num dado momento do tempo" (BOURDIEU, 1968 (a), p.105)

(3) Adoto aqui a formulação de Charles Sabel --- elaborada a partir de Clifford Geertz ("A Interpretação das Culturas"), e de resto conforme a toda uma tradição sociológica --- segundo a qual, durante o chamado processo de socialização, nas palavras de Sabel,

"... we acquire a set of fears and hopes, visions of success and failure: an intuition of possibilities that defines at once our ambitions and our sense of social honor", (...)"... the set of hopes and fears, together with the map of the social world that it establishes, is called the world view (SABEL, 1987, pg.11)".

(4) De acordo com Bourdieu,

"As estruturas constitutivas de um tipo particular de meio (as condições materiais de existência características de uma condição de classe), que podem ser apreendidas empiricamente sob a forma de regularidades associadas a um meio socialmente estruturado, produzem 'habitus', sistemas de disposições duráveis, estruturas estruturadas predispostas a funcionar como estruturas estruturantes, isto é, como princípio gerador e estruturador das práticas e das representa-

ções que podem ser objetivamente "reguladas" e "regulares" sem ser o produto da obediência a regras, objetivamente adaptadas a seu fim sem supor a intenção consciente dos fins e o domínio expresso das operações necessárias para atingí-los e coletivamente orquestradas, sem ser o produto da ação organizadora de um regente" (BOURDIEU, 1983, pgs.60 e 61).

(5) A distinção entre os conceitos de "Prática" e de "Práxis" diz respeito à noção de que no 2o. existe um comprometimento explícito do ator com um ideal de "ser" ou de "dever ser" que não se encontra necessariamente no 1o.. Tive a oportunidade de desenvolver esta questão num trabalho não publicado sobre as concepções de História em Hegel e em Marx, em que utilizei basicamente os seguintes textos: Marx (1978), Hippolite (1983), Meszáros (1982), Lukács (1981) e Bobbio (1988).

(6) O que não quer dizer, portanto, não acessível às suas consciências, mas sim algo dado, pré-suposto, não-problemático.

(7) De uma apresentação do autor no XIVo. Encontro da ANPOCS, em Caxambú, MG, outubro de 1990, numa mesa sobre o processo de produção intelectual, da qual faziam parte, ainda, Sérgio Miceli, José Murilo de Carvalho, Ângela C. Gomes e Elisa Reis.

(8) De acordo com Alberto Dines, "os navegadores e comerciantes venezianos e holandeses desenvolveram no século XVI a primeira forma de informação periódica, impressa, os 'avvisi' ou 'news-letters'... (DINES, 1986, pgs.25 e 26).

(9) "The first newspapers, the news-letters, were not party papers. Political Journals began to supersede the news-letter at the beginning of the eighteenth century" (PARK, 1960, pg.13).

(10) Na definição de K.Bucher ("Die Anfänge des Zeitungswesens"; In: "Die Entstehung der Volkswirtschaft"; 10a. ed.; Vol.1; Tübingen, 1917, pp. 257), apud HABERMAS, 1984, pg. 217.

(11) "Ha' sessenta anos havia 1.200 cidades nos Estados Unidos com jornais diários, e 689 --- isto é, 57 por cento ---, tinham jornais diários operados por administrações concorrentes. Atualmente ha' 1.589 cidades com jornais diários. Destas, apenas 45 --- ou 3 por cento ---, tem administrações concorrentes, e metade dessas estão meio misturadas no sentido em que combinam seus ganhos, publicidade, vendas, produção e distribuição. Menos de doze cidades tem concorrência frontal na qual jornais emitidos por diferentes administrações são editados 'a mesma hora do dia" (BAGDIKIAN, 1973, pgs.189 e 190).

(12) O termo "indústria cultural" ficou célebre a partir dos trabalhos dos teóricos da chamada "Escola de Frankfurt": Adorno, Horkheimer, Benjamin, Marcuse, Habermas, entre outros.

(13) Em seu trabalho sobre o processo histórico de consolidação da mentalidade empresário-industrial no jornal "Folha de São Paulo", Gisela T. Goldenstein nos mostra que, até meados do século passado,

"a lógica que preside a confecção da mensagem (Jornalística) não é ainda a lógica da mercadoria. Isto pode ocorrer independentemente de tais jornais do século XIX já terem ou não uma rudimentar organização empresarial" (GOLDENSTEIN, 1986, p.7).

De modo que, inclusive, a autora contesta a interpretação de obras sobre a história da imprensa brasileira, como as de Nelson Werneck Sodre e Juarez Bahia, segundo as quais os anos 20 de nosso século seriam um momento em que os jornais já estariam organizados como empresas; segundo a autora, no momento de criação da "Folha da Noite" (primeiro título da cadeia jornalística estudada),

"as práticas mercantis não tinham sido totalmente sancionadas de um ponto de vista ético, e menos ainda quando referentes à mercantilização do trabalho intelectual" (Idem, p.16).

Seria apenas numa 3a. fase de gestão da empresa (de 1945 a 1962) que o jornal se apresentaria desembaraçadamente com preocupações de caráter mais empresarial, denotadas através da adoção de "medidas na parte editorial, sempre tendo em vista o aumento do mercado" (Idem,

pg.104), mesmo que, segundo a autora, tais medidas traduzissem uma concepção empresarial ainda muito empirista.

(14) "Após os anos 50, consolidada a radiodifusão, ampliado o mercado pela televisão e abertas oportunidades ao conglomerado de jornais e revistas, a pequena e diversificada imprensa de iniciativa individual, remanescente do jornalismo local de fins do século XIX e começo do século XX, se despede dos leitores" (BAHIA, 1990, pg.232).

(15) Veja-se a respeito das contradições de fundo que sempre acompanharam a trajetória da "Última Hora" de Wainer, as análises de Goldenstein (1986).

(16) Um pouco da história destes (e de outros) jornais do período pode ser encontrado no "Dicionário Histórico-Biográfico Brasileiro, 1930-1983" (FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS, 1984).

(17) É novamente o trabalho de Ortiz (1988) que nos fornece uma boa análise do desenvolvimento da indústria cultural sob a ditadura.

(18) Com efeito, uma pequena análise que realizei sobre o conteúdo das 1as. páginas de alguns jornais cariocas dos anos 50 e de hoje, mostra que, sob certos aspectos, houve uma involução de determinados índices de "objetividade" (LATTMAN-WELTMAN, 1991).

(19) O atual manual de redação do jornal "Folha de São Paulo", por exemplo, contém preceitos como este:

"Mandado do leitor: Nas sociedades de mercado, cada leitor delega ao jornal que assina ou adquire nas bancas a tarefa de investigar os

fatos, recolher material jornalístico, editá-lo e publicá-lo. Se o jornal não corresponde às suas exigências, o leitor suspende esse mandato, rompendo o contrato de assinatura ou interrompendo a aquisição habitual nas bancas.

"A solidez de um jornal repousa na solidez e na quantidade de mandatos que lhe são delegados"
(FOLHA DE SÃO PAULO, 1987, pg.33)

(20) Uma soma dos estágios que percorreu a regulamentação da profissão de jornalista, no Brasil, é fornecida por Medina (1982, pgs.44 a 84).

(21) Ver a este respeito, por exemplo, as considerações de Dines a respeito da questão do diploma (DINES, 1986, pg.156).

(22) Assim, concebo aqui o uso de "tipos ideais", na configuração da tipologia, tal como proposto por Bourdieu, segundo o qual,

"...the ideal type must be considered not in itself and for itself, like a revealing sample which discloses the truth of the whole collection, but rather as a 'particular case of the possible', as an element of a group of transformations, by referring it to all pos-

sible or real cases of the family of which the ideal type is a privileged case, and therefore taking it as revealing the structure of isomorphic cases" (BOURDIEU, 1968 (b), pgs.698 e 699).

(23) O que pode subentender, também, que,

"... a produção das identidades sociais implica a imbricação de dois processos: o processo pelo qual os atores sociais se integram em conjuntos mais vastos, de pertença ou de referência, com eles se fundindo de modo tendencial (processo de identificação); e o processo através do qual os agentes tendem a autonomizar-se e diferenciar-se socialmente, fixando em relação a outros, distâncias e fronteiras mais ou menos rígidas (processo de identificação)" (PINTO, 1991, pg.218).

(24) Neste ponto, estou, portanto, inteiramente de acordo com Adam Przeworski, quando afirma que

"as divisões sociais, a experiência da diferenciação social, nunca se

manifestam diretamente na nossa consciência. As diferenças sociais adquirem a condição de divisões em consequência de lutas ideológicas e políticas" (PRZEWORSKI, 1989, p. 89).

(25) Esta fluidez também pode ser entendida a partir da noção de que, "... as identidades sociais se constroem por integração e por diferenciação, com e contra, por inclusão e por exclusão, por intermédio de práticas de confirmação e de práticas de distinção classistas e estatutárias, e que todo este processo, feito de complementaridades, contradições e lutas, não pode senão conduzir, numa lógica de jogo de espelhos, a identidades impuras, sincréticas e ambivalentes. A construção de identidades alimenta-se sempre de alteridades (reais ou de referência) e por isso nunca exclui em absoluto convivências e infidelidades --- para desespero dos que nela querem ver o desenvolvimento

harmonioso e coerente de umas tantas substâncias essenciais" (PINTO, 1991, p.219).

(26) "Praticamente", aqui, possui, simultaneamente, dois sentidos: (a) o sentido de "organizado através de práticas concretas" e (b) "organizado quase que" \a revelia dos atores, que o "reproduzem" (como diria Bourdieu); "quase que" \a revelia, e, portanto, "quase que reproduzem" --- como talvez não o dissesse Bourdieu --- porque a prática dos atores não só se dá com uma relativa (e decisiva) auto-consciência, por parte destes, como também porque não necessariamente apenas reproduz o campo; daí que este campo pode ser, também, "superado", num sentido algo hegeliano do termo (o que, por outro lado, recoloca a questão de que a relativa auto-consciência a que fazemos referência pode não ter qualquer implicação necessária sobre tal "superação"; ou seja: obviamente, não é simplesmente porque são relativamente conscientes de seu papel reprodutor dos campos que os atores passam a poder "superá-los" --- este pode ser, contudo, teoricamente, um 1o. passo).

(27) Uma formulação da mesma questão, próxima a utilizada aqui, é nos fornecida também por Przeworski:

"as relações sociais --- econômicas, políticas ou ideológicas --- não são algo que as pessoas expressam em seu comportamento sob formas que refletem os lugares que ocupam; são, antes, uma estrutura de esco-

lhas dadas em um determinado momento da história" (PRZEWORSKI, 1989, pg.93).

(28) o termo "Juventude espiritual", tal como utilizado aqui, (como algures, neste trabalho), na falta (e na ausência de necessidade real) de um termo mais preciso, tem o mesmo carácter que por vezes possui nos discursos, evidentemente pré-conceituosos, do chamado "senso comum": a "Juventude" corresponderia, esquematicamente, a um estado de espírito marcado por qualidades tais como "inquietação", "inconformismo", "audácia", "disposição", etc; a "não-Juventude", logicamente, corresponderia à "acomodação", ao "conformismo", ao "desgaste", etc.

(29) Tendo passado, portanto, pelo "funil" do mercado de trabalho, como diriam alguns informantes.

(30) Desse modo, a ênfase que coloco no presente, na situação atual, não deve nos impedir de perceber que,

"...nenhum sistema de constrangimentos técnico-organizacionais impõe, no plano de construção de identidade, os seus efeitos, independentemente do feixe de trajetórias sociais e, portanto, do conjunto de habitus e projectos presentes no espaço social sui generis do trabalho" (PINTO, 1991, pgs.221 e 222).

(31) Assim, nos lembra Renato Ortiz,

"O habitus se apresenta, pois, como social e individual: refere-se a um grupo ou a uma classe, mas também ao elemento individual; o processo de interiorização implica sempre internalização da objetividade, o que ocorre certamente de forma subjetiva, mas que não pertence exclusivamente ao domínio da individualidade. (...) Dentro desta perspectiva, a história de um indivíduo se desvenda como uma 'variante estrutural' do habitus de seu grupo ou de sua classe; o estilo pessoal aparece como desvio codificado em relação ao estilo de uma época, uma classe ou um grupo social" (ORTIZ, 1983, pgs. 17 e 18).

Desse modo, compreendendo-se que o processo de (re)construção do habitus não se restringe ao tempo passado, remoto ou não, mas refere-se também ao "estilo da época, da classe ou grupo social" atuando no presente, pode-se compreender porque, como bem observou Isabel Travancas, em sua pesquisa antropológica sobre os jornalistas,

"... a mudança de editoria por parte de um repórter é rapidamente percebida através das alterações no vestuário" (TRAVANCAS, 1991, pg. 163).

São os "processos de identificação e de identização", de que nos fala Pinto, manifestos na adoção de signos e símbolos de distinção, agindo na produção de "variantes estruturais de um mesmo habitus". O mesmo se pode dizer da incorporação, por parte dos jovens jornalistas, de hábitos estereotipicamente atribuídos aos jornalistas (e que, mais uma vez, são bem percebidos por Travancas) como: consumo de fumo, de bebidas, vida boêmia, etc.

(32) Não espanta, portanto, que em seu trabalho, ao indagar sobre como se deu o início das trajetórias profissionais de seus informantes, Travancas tenha obtido como resultado que,

"... a ênfase dada nas relações sociais vai privilegiar, através de seus depoimentos, a escolha pessoal" (TRAVANCAS, 1991, pg.153).

Seria o "habitus" de classe se manifestando e, ao mesmo tempo ocultando as estruturas de distribuição do capital social que fazem com que a escolha profissional se apresente como manifestação de individualidades singulares, de inclinações pessoais, enfim, de vocações embasadas na personalidade única do optante.

(33) Esta subordinação de um mercado ao outro fica mais clara se levarmos em consideração que,

"... e' a partir dos recursos publicitários que se define o conjunto do orçamento de um jornal e principalmente seus encargos. E' em função do número de páginas publicitárias que se fixa o número de páginas redacionais. Assim, e este e' um ponto fundamental da economia, a publicidade vai comandar (salvo algumas exceções, sobretudo na imprensa diária) a redação" (TOUSSAINT, 1979, pg.86).

(34) Dados obtidos a partir da análise do material de STADNIK, (1991).

(35) Dados obtidos a partir de PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA, (1981).

(36) E' um dos aspectos do fato de que, os bens simbólicos se constituem em "realidades de dupla face", ao mesmo tempo mercadorias e significações (BOURDIEU, 1974, pg.102).

(37) Muito interessante a este respeito a declaração de Otávio Frias Filho ("Folha de São Paulo"), coletada por Goldenstein (1986), em sua tese:

"Temos combatido muito a idéia de que o jornalismo tem uma missão a cumprir, no sentido mais político-

partidário, ou romântico, meio místico, que existe em torno disso: a missão da imprensa. E a gente procura ver a imprensa como um serviço público prestado por particulares, daí a gente estar sempre procurando saber onde está o interesse do leitor, e vamos satisfazer esse interesse --- porque a gente quer fazer um jornalismo mais exato, mais agudo, mais agressivo, a gente quer vender mais jornal, subir sua circulação, etc" (GOLDENSTEIN, 1986, p.155).

(38) O que, por sua vez, nos libera de ter de utilizar mais esta variável no delineamento de nossa tipologia.

(39) Os exemplos acerca de tais distinções e favorecimentos podem variar desde a obtenção de pequenas regalias junto aos "clientes" da "concreta9em" (passagens e excursões de turismo --- obtidas junto a agências interessadas, por exemplo, numa determinada matéria turística), passando a formas de distinção pelo cultivo pessoal de fontes estrategicamente situadas (que, portanto, permitiriam a um determinado repórter acesso privilegiado a informações em "off"), e chegando até mesmo, de acordo com alguns informantes, a implicar na possibilidade

de existência de uma espécie de "caixa 2", da qual se beneficiariam certos "cargos-de-confiança".

(40) A idéia de "peso funcional" das diferentes instâncias no processo de produção de sentido dos fatos jornalísticos pode ser melhor compreendida através do uso que Bourdieu faz do conceito na análise do "campo intelectual",

"Se cada uma das partes do campo intelectual depende de todas as outras, nem todas dependem no mesmo grau: como num jogo de xadrez, onde a sorte da rainha pode depender do menor dos peões, sem que por isso a rainha deixe de ter um poder infinitamente maior que qualquer outra peça, as partes constitutivas do campo intelectual, colocadas numa relação de interdependência funcional, são, no entanto, separadas por diferenças de peso funcional e contribuem de maneira muito desigual para dar ao campo intelectual sua estrutura particular" (BOURDIEU, 1968 (a), p.126).

O mesmo, portanto, pode ser dito do peso funcional da imprensa, do público e das fontes no que poderíamos chamar de campo de

Produção do fato Jornalístico; se a imprensa detem o maior Poder, isso não exclui a sua dependência estrutural (mesmo que menor) das demais instâncias.

(41) Dai' que ha' um evidente exagero nas palavras de certo informante quando, em função do ritmo vertiginoso de produção na redação, afirma não poder "burilar o texto", concluindo que ele e seus companheiros são "operários fazendo produção em série". É claro, também, que este exagero não deixa de ser significativo; pode apontar, entre outros aspectos, para: (a) uma valorização do texto Jornalístico (e de seu ofício) em detrimento de outras formas de escrita (mais "buriladas"); (b) uma identificação (um tanto forçada, e' óbvio) de sua situação profissional com a do estereótipo clássico do proletário da era fordista — identificação que pode traduzir uma vontade (ou necessidade subjetiva) de auto-definição em termos classistas.

(42) O relato de Cremilda Medina também faz menção a este fenômeno, quando se refere "a "ditadura da forma" que se possa querer impor ao texto Jornalístico:

"A mobilidade das 'chaves' de edição é um desafio quase diário e incontrolável através de 'manuais' de regras. A ditadura da forma se desgasta rapidamente em um jornal pela dinâmica e contradição diária dos conteúdos da realidade espelhada" (MEDINA, 1982, pg.139).

(43) Como nos lembra Alberto Dines:

"No nível operacional, o jornalista se caracteriza pela permanente tomada de decisões. Mesmo sem o treino do rápido decision-making, está permanentemente tomando decisões em ritmo veloz. (...) Ao escrever, cada palavra é uma decisão, cada orientação, decisão. Durante todo o tempo de sua atividade diária (...) o jornalista seleciona e opta"
(DINES, 1986, pg.120)

(44) Outra ilustração a respeito deste grau de autonomia nos é fornecida pelo depoimento do jornalista Ricardo Kotscho, a respeito da cobertura de eleições (Kotscho trabalhou, em 1989, no PT, pela candidatura de Luis Inácio Lula da Silva à Presidência da República):

"Muito jornalista é mais realista do que o rei. E há variações muito grandes no trabalho de cada um, até dentro de uma mesma empresa. Isso eu vejo na campanha: dependendo do repórter que está cobrindo naquele dia, e do editor do dia, há uma diferença. Então, há um espaço grande para o profissional

trabalhar, se quiser. Não adianta a gente dizer só que a culpa é' do dono do jornal, do governo, da censura e tal. Nos meus 25 anos de profissão eu descobri que boa parte do aproveitamento do trabalho depende do profissional mesmo e não de quem está' acima da gente, mandando" (SINDICATO DOS JORNALISTAS, 1989, p.86).

(45) Novamente, de acordo com Dines,

"Jornal diário é' uma Gestalt, uma forma única que começa no primeiro dia de sua circulação e continua por sua vida afora. Assim como as seções devem aparecer em páginas determinadas, em cantos fixos, com formas próprias, assim também é' imprescindível que um jornal --- dentro de sua indispensável independência de opinião --- tenha uma linha de pensamento que em seus aspectos gerais seja homogêneo e coerente.

"A edição isolada não é um produto em si. O conjunto das edições --- e sua unidade --- é que compõe o produto" (DINES, 1986, pg.48)

(46) Isto, portanto, não tem nada a ver com a contradição apontada por Medina quando diz que,

"... as razões econômicas da empresa nem sempre caminham de mãos dadas com as razões ideológicas de seus proprietários. Estes, como bons capitalistas, pensam várias vezes antes de interferir na leitura de um jornal que esteja conquistando audiência e anunciantes, por não concordarem com a 'linha' imprimida pelos profissionais que fazem o veículo" (MEDINA, 1982, pg.282).

Em 1o. lugar, ao menos no Brasil e no que se refere à grande imprensa, é muito difícil distinguir o que seriam especificamente as "razões econômicas da empresa" das específicas "razões ideológicas de seus proprietários"; de modo que o agenciamento de fatos públicos ao qual faço referencia esta', em geral, de acordo seja com as razões "econômicas", seja com as "ideológicas" dos donos de jornal. Em 2o.

lugar, não parece haver grandes problemas econômicos decorrentes da "interferência ideológica" pois que a "linha" dos jornais, por mais particular que seja, tende sempre a permitir uma margem muito grande de manipulação conteudística do noticiário (o que, neste caso, não se dissocia dos aspectos formais de apresentação da notícia, enquanto unidade informativa), desde que mantidas, e' claro, as características formais genéricas das páginas e da linguagem jornalística utilizada; ou seja, das características "gestálticas" do jornal --- como sugere Dines, (nota 45); (veja-se, portanto, que e' possível distinguir vários elementos constituintes da notícia e da página que a contem. Entre estes eu destacaria: 1) o conteúdo, digamos, fático da notícia e seus enfoques (as respostas às perguntas clássicas de Rudyard Kipling: "o que", "quem", "quando", "como", "onde" e "porque"); 2) a forma de apresentação da notícia (que na verdade só analiticamente pode ser separada do conteúdo e seus enfoques); 3) a linguagem que preside o noticiário e que, embora diga respeito também aos fatores anteriores, guarda uma certa autonomia com relação a eles em função das necessidades de especificação de linguagem de cada jornal; 4) a estrutura da paginação, que inclui a diagramação propriamente dita. Embora todos estes elementos digam respeito à identidade permanente do veículo perante o público, o grau de liberdade com que podem ser manipulados varia diferentemente, privilegiando os primeiros, conteúdo e forma, em detrimento da linguagem e da diagramação, que permanecem mais decisivas à manutenção da continuidade "gestáltica" do produto).

(47) Muitos informantes, talvez num sentido próximo ao utilizado aqui, se referiram ao jornal como sendo uma "empresa familiar, feudal".

(48) A questão da grande rotatividade da mão-de-obra jornalística é muito instigante e por si só mereceria uma pesquisa (talvez de caráter comparativo). Uma pista, entretanto, nos é fornecida por Medina quando lembra que,

"Um jornalista e escritor brasileiro consagrado, Otto Lara Resende, costuma dizer que o profissional de imprensa é um nômade em busca de melhores condições de trabalho. Essas condições começam na escolha de uma profissão nem sempre reconhecida, respeitada e dignamente remunerada, continuam nos conflitos internos da competição e/ou exploração porque seu trabalho passa, seguem na exposição das tensões sociais que cobre diariamente em sua reportagem e terminam --- às vezes em modelos tecnologicamente avançados --- no aviltamento ou rebaixamento de seu produto de trabalho diante de outros tecnocratas bem cotados da empresa alimentada por

sua informação" (MEDINA, 1982, pg. 29).

Tomando-se o trecho menos como uma descrição exterior e mais como um depoimento, pode-se sem dificuldade perceber que num sentido amplo, sem maiores referências a especificidades conjunturais, a rotatividade (ou "nomadismo") dos Jornalistas seria a resultante das incongruências estruturais entre a auto-imagem e os projetos clássicos do Jornalista, de um lado, e, de outro, a estrutura objetiva do seu mercado de trabalho. A incongruência entre o potencial das propriedades do 'ethos' e suas efetivas atualizações.

(49) De acordo com o sociólogo Michael Burawoy,

"We speak of an internal labour market when the distribution of employees within the firm is administered through a set of rules defined independently of the external labour market. (...) An internal labour market presupposes not only some criteria for selection among bids (...) but also some hierarchy of jobs based on basic earnings and looseness of piece rates. Otherwise, workers would be in constant motion" (BURAWOY, 1985, pg.133).

(50) Nas palavras de um informante, "é uma briga de foice pelo espaço".

(51) Que se traduz, entre outras manifestações, na busca, pelo jornalista, da afirmação de seu "estilo pessoal"; imagem à qual frequentemente os informantes se referem.

(52) "Lead": palavra inglesa que no jargão da imprensa significa o primeiro parágrafo da notícia, onde, em pouco mais de cinco linhas, deve constar toda a informação indispensável sobre um determinado fato ou evento; basicamente na fórmula: "quem" fez "o que", "onde", "quando", "como" e "por que".

(53) "Ideal de Serviço": o termo, aqui utilizado livremente, numa acepção distinta do original, foi retirado de Willensky (1964).

(54) De acordo com os informantes, no cotidiano da redação, qualidades nomeadas como "objetividade" e "concisão" são muito enfatizadas pelas próprias chefias. Seja qual for o significado específico que tais termos possuam no discurso dos chefes (compromisso com a verdade e/ou poder de síntese e rapidez na exposição dos fatos, etc) o seu poder significante pode ser muito mais abrangente, dando margem a interpretações e comprometimentos diversos, porém sempre balizados, negativa ou positivamente, em termos éticos, ou seja, do 'dever ser' da notícia.

(55) De acordo, por exemplo, com Medina, a função do jornalista é'

"... estabelecer pontes na realidade dividida, estratificada em grupos de interesse, classes sociais, extratos culturais e faixas ate'

mesmo etárias. O que Abraham Moles muito propriamente definiu como varso comunicante. A intermediação desses focos --- ora em conflito deflagrado ora em absoluta ignorância uns dos outros --- e' a tarefa que sublima a imperfeição do dia-a-dia da imprensa" (MEDINA, 1982, p. 22).

(56) De acordo com alguns informantes, durante a última greve da qual tinham participado, os chefes da redação divulgaram nota criticando os grevistas por terem deixado a população desassistida.

(57) Veja-se, a este respeito, por exemplo, o facto material disponível na já citada "Revista de Comunicação", tais como os artigos dos Jornalistas Jânio de Freitas (No.7, pá9.21, 1986), Moacir Werneck de Castro (No.8, pá9.21, 1986), Luciano Ornelas (No.9, pá9.8, 1987), Barbosa Lima Sobrinho, Presidente da ABI, (No.11, pá9.10, 1987), Carlos Heitor Cony (No.11, pá9.12, 1987), Gualter Mathias Netto (No. 11, pá9.18, 1987), Clecy Ribeiro (No.12, pá9.26, 1987) Cordeiro de Oliveira (No.21, pá9.22, 1990).

(58) Conhecimento esotérico que seria decisivo para a configuração de uma profissão enquanto especialização apta a regular o seu monopólio de mercado de trabalho, independentemente de sanção oficial (cfr Marinho, 1986, pá9.109).

(59) Processo ao qual já Max Weber faria menção no clássico "A Política Como Vocação" (WEBER, 1982).

(60) Isto fica particularmente claro em sua análise do "campo intelectual":

"Os acontecimentos econômicos e sociais não podem afetar sequer uma parte desse campo, indivíduo ou instituição, a não ser segundo uma lógica específica, porque, ao mesmo tempo que se reestrutura sob sua influência, o campo intelectual o faz sofrer uma conversão de sentido e de valor, transmutando-os em objetos de reflexão ou de imaginação" (BOURDIEU, 1968 (a), p.145).

(61) Desse modo, estou totalmente de acordo com Przeworski quando ele nos diz que,

"... embora as relações sociais constituam uma estrutura de escolhas segundo a qual os agentes fazem sua opção, essa opção pode ser alterar as relações sociais. Estas não são independentes das ações humanas. Não é neste sentido que são 'objetivas'. São objetivas, indis-

Pensáveis e independentes da vontade individual apenas no sentido de constituírem as condições sob as quais as pessoas lutam sobre transformar ou não suas condições" (PRZEWORSKI, 1989, pg.118).

(62) Como nos lembra Bourdieu, a respeito do "mercado de bens simbólicos",

"O modelo da concorrência pura e perfeita é' inreal tanto aqui quanto alhures e o mercado de bens simbólicos tem também seus monopólios e suas estruturas de dominação" (BOURDIEU, 1983, pgs.52 e 53).

- Bibliografia Consultada:

- BAGDIKIAN, Ben H.; "Máquinas de Informar"; Civilização Brasileira; Rio de Janeiro; 1973.
- BAHIA, Juarez; "Jornal, História e Técnica: História da Imprensa Brasileira"; Ática; São Paulo; 1990.
- BOBBIO, Norberto; "Estado, Governo e Sociedade"; Paz e Terra; Rio de Janeiro; 1988.
- BOURDIEU, Pierre; "Campo Intelectual e Projeto Criador"; in: "Problemas do Estruturalismo"; Zahar; Rio de Janeiro; 1968 (a).
- ----- ; "Structuralism and Theory of Sociological Knowledge"; in: "Social Research", Vol.35, No.4; New York; 1968 (b).
- ----- ; "Economia das Trocas Simbólicas"; Perspectiva; São Paulo; 1974.
- ----- ; "Esboço de Uma Teoria da Prática"; in: Renato Ortiz (org), "Pierre Bourdieu - Sociologia"; Ática; São Paulo; 1983.
- BURAWOY, Michael; "The Politics of Production"; Verso; London; 1985.
- CHARGEL, Fichel Davit & AZEDO, Maurício; "Estrutura do Mercado de Trabalho e Perfil Salarial dos Jornalistas do Município do Rio de Janeiro"; Sind.Jornalistas Profissionais Munic. Rio de Janeiro; Rio de Janeiro; 1982.
- DINES, Alberto; "O Papel do Jornal: Uma Releitura"; Summus; São Paulo; 1986.

- FOLHA DE SÃO PAULO; "Manual Geral da Redação"; 2a. Edição; Folha de São Paulo; São Paulo; 1987.
- FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS - CPDOC; "Dicionário Histórico-Biográfico Brasileiro 1930-1983"; Israel Beloch & Alzira A. Abreu (coords.) FGV/Forense; Rio de Janeiro; 1984.
- GOLDENSTEIN, Gisela T.; "A Indústria Cultural Revisitada"; in: "Revista de Cultura Política", No.7; Cortez/Cedec; São Paulo; 1981.
- -----; "Folhas ao Vento - Contribuição ao Estudo da Indústria Cultural no Brasil"; Tese Mestrado em Sociologia/USP; São Paulo; 1986.
- HABERMAS, Jürgen; "Mudança Estrutural da Esfera Pública"; Tempo Brasileiro; Rio de Janeiro; 1984.
- HYPPOLITE, Jean; "Introdução Na Filosofia da História de Hegel"; Setenta; Lisboa; 1983.
- IMPRENSA; "Políticos da Notícia"; Ano IV, No.43; Março, 1991; pg. 27; São Paulo.
- LATTMAN-WELTMAN, Fernando; "A Imprensa Carioca dos Anos 50: O Registro dos 'Anos Dourados'"; mimeo; apresentado no "Colóquio: A Imprensa e a História"; IFCS/UFRJ; Novembro, 1991.
- LUKÁCS, Georg; "O Marxismo Ortodoxo"; in Florestan Fernandes (org), "Lukács - Sociologia"; Ática; São Paulo; 1981.
- MARINHO, Marcelo J.M.C.; "Profissionalização e Credenciamento: A Política das Profissões"; Senai; Rio de Janeiro; 1986.
- MARX, Karl; "Para a Crítica da Economia Política"; in: "Marx - Os Pensadores"; Abril; São Paulo; 1978.

- MEDINA, Cremilda; "Profissão Jornalista: Responsabilidade Social"; Forense-Universitária; São Paulo; 1982.
- MELO, Jose' Marques de; "Comunicação Social - Teoria e Pesquisa"; Vozes; Petrópolis; 1970.
- MESZAROS, Istvan; "Marx 'Filósofo'"; in Eric Hobsbawn (org), "História do Marxismo"; Vol.1; Paz e Terra; Rio de Janeiro; 1984.
- ORTIZ, Renato; "A Procura de Uma Sociologia da Prática"; introdução a Pierre Bourdieu; "Pierre Bourdieu: Sociologia"; Ática; São Paulo; 1983.
- ----- ; "A Moderna Tradição Brasileira"; Brasiliense; São Paulo; 1989.
- PARK, Robert; "The Natural History of the Newspaper"; in: Wilbur Schramm (org); "Mass Communication"; University of Illinois Press; Urbana; 1960.
- PINTO, Jose' Madureira; "Considerações Sobre a Produção Social da Identidade"; in: "Revista Crítica de Ciências Sociais", No.32; 1991.
- PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA, Gabinete Civil; "Mercado Brasileiro de Comunicação"; Brasília; 1981.
- PRZEWORSKI, Adam; "Capitalismo e Social-Democracia"; Companhia das Letras; São Paulo; 1989.
- ----- ; "Marxismo e Escolha Racional"; in Revista Brasileira de Ciências Sociais, Vol.3, No.6; São Paulo; 1988.
- REIS, Fabio Wanderley; "Identidade, Política e a Teoria da Escolha Racional"; in Revista Brasileira de Ciências Sociais, Vol.3, No.6; São Paulo; 1988.

- ; "Mudança, Racionalidade e Política"; in Bolivar Lamounier (org), "A Ciência Política nos Anos 80"; UnB; Brasília; 1982.
- SABEL, Charles; "Work and Politics"; Cambridge University Press; 1987.
- SANTOS, Reinaldo; "Vade-Mécum da Comunicação"; Trabalhistas SA; Rio de Janeiro; 1984.
- SCHUTZ, Alfred; "El Problema de la Realidad Social"; Amorrortu; Buenos Aires; 1974.
- SILVEIRA, Jose'; "Para ser Jornalista"; in: "Revista de Comunicação", No.14; Agora; Rio de Janeiro; 1988.
- SINDICATO DOS JORNALISTAS PROFISSIONAIS DO MUNICÍPIO DO RIO DE JANEIRO; "Jornalistas Para Que? Os Profissionais Diante da Ética"; Cadernos de Jornalismo do SJPMRJ; Rio de Janeiro; 1989.
- SODRE', Nelson Werneck; "História da Imprensa no Brasil"; Civilização Brasileira; Rio de Janeiro; 1966.
- STADNIK, Celia; "O Coronelismo Eletrônico"; Curso de Jornalismo - Famecos, PUC/RS; Porto Alegre; 1991.
- TOUSSAINT, Nadine; "A Economia da Informação"; Zahar; Rio de Janeiro; 1979.
- TRAVANCAS, Isabel Siqueira; "O Mundo dos Jornalistas: Um Estudo Antropológico sobre Identidades e Carreira em Camadas Médias"; Tese de Mestrado, PPGAS/Museu Nacional/UFRJ; Rio de Janeiro; 1991.
- VAZ, Henrique C. de Lima; "Escritos de Filosofia - II"; Loyola; São Paulo; 1988.

- WEBER, Max: "Ensaio de Sociologia"; Zahar; Rio de Janeiro; 1982.
- WILLENSKY, Harold: "The Professionalization of Everyone?"; University of California; Berkeley; 1964