


MODELO
 DE
 LEGITI-
 MIDADE
 ALTER-
 NATIVA
 (O DA
 TV)
 ↓
 CONSA-
 GRADO
 PELA
 AUDIÊNCIA

emergindo de um mercado de revistas em pleno crescimento, para ligar essa constatação de um jornalismo sem fibra às pressões das receitas de marketing. É também por meio da televisão e de suas estrelas que se afirma um modelo de legitimidade alternativo. Ele invoca de bom grado os valores do antigo modelo, mas sobrepõe a ele novas formas de excelência. O grande profissional se mede então por sua capacidade de gerar audiência, de trabalhar ao vivo, de expressar a atualidade na linguagem do emocional e até do sensacional. A não ser por tomar o confidencial como garantia de profundidade e de virtude, essa consagração pela audiência não é em si escandalosa. Ela convida ao debate quando a capacidade de antecipar os veredictos do mercado e de valer-se do sucesso programado torna-se a principal qualidade jornalística, ou quando, segundo um artifício agora rotineiro, a audiência é apresentada como o equivalente funcional do voto universal (LE DIBERDER e COSTE-CERDAN, 1988; CHAMPAGNE, *in Actes*, 1994).



Jornalistas no trabalho

A ATENÇÃO ÀS INTERAÇÕES ROTINEIRAS
 DAS REDAÇÕES: MEIO FECUNDO DE COMPREENDER
 AS REALIDADES DO TRABALHO JORNALÍSTICO

Longe de ficar no anedótico, a atenção às interações rotineiras das redações ou às relações com as fontes constitui um dos meios mais fecundos de compreender as realidades do trabalho jornalístico. A bibliografia final sugere (símbolo ) alguns textos particularmente propícios a aprofundar no exame dessa questão, como o livro de Laurence Lacour (1998) a respeito de sua experiência como repórter, sobre um célebre fato de crônica do assassinato de uma criança, conhecido como o caso “petit Gregory”, ou o diário de um repórter cinematográfico da televisão pública (BALBASTRE, *in ACCARDO*, 1995). A exploração proposta aqui se organiza em três grandes momentos: parte de uma evocação das interações dentro de uma redação, fixa-se em seguida no aparente paradoxo do jornalismo como trabalho de rotinas e, finalmente, aborda as relações com as fontes de informação.

Quadros e pressões organizacionais

Parte das falsas percepções sobre o trabalho jornalístico se deve à visão individualista que identifica o jornalista com um profissional liberal da informação. Mais vale, então, focalizar a problemática a partir da visão da sociologia do trabalho e das organizações. O que está em jogo nesse deslocamento do olhar não é negar as competências específicas de cada profissional nem fazê-lo peça passiva do maquinário da informação. Mas as habilidades de todo jornalista se desenvolvem e se constroem dentro dos limites de uma estrutura de interdependências com sua hierarquia, seus colegas e suas fontes que nenhuma conversa fiada sobre a liberdade do autor pode magicamente dissipar.

JORNALISMO EDITORIAL

EMPRESA

AS HABILIDADES DE TODO JORNALISTA SE DESENVOLVEM

O maquinário redacional

E SE CONSTRUEM DENTRO DOS LIMITES DE UMA ESTRUTURA DE INTERDEPENDÊNCIAS

Como inúmeras outras atividades sociais, o jornalismo ilustra as problemáticas weberianas da racionalização burocrática. A produção cotidiana ou semanal de uma publicação ou de um boletim de informação requer, para transformar as contribuições de serviços e profissionais muito diversos em um todo coerente e organizado, uma coordenação tão elevada que a atividade jornalística é também definida como uma relação tensa com o tempo, que proíbe as deliberações prolongadas. A ossatura desse enquadramento se materializa numa hierarquia organizacional e numa rigidez de seqüências temporais.

A leitura de um "expediente" (organograma que figura em toda publicação) faz surgir a estrutura hierárquica de uma redação. O do *Le Monde* menciona um diretor da publicação, um diretor da redação e seus adjuntos, chefes de editoriais espe-

cializadas (Empresas, Internacional), um secretário de redação, um *ombudsman*. Os títulos das funções podem variar, mas os princípios de estruturação são bem constantes. A descrição de alguns cargos permite dar uma idéia do funcionamento de uma redação. O diretor de redação exerce uma gerência que se pode qualificar de política, no sentido de que ele define (sob o controle dos acionistas, de um diretor ou de uma sociedade de redatores) a linha editorial da publicação. Ela pode residir num posicionamento político no sentido amplo, na escolha do tipo de informação e do tratamento do fato que a publicação privilegiará. Ela se traduz em cada edição na escolha dos acontecimentos a ser valorizados, ao ângulo sob o qual os cobrir: é preciso dar a "primeira página" à queda de um Concorde ou não? Valorizar a emoção ligada ao drama ou propor um comentário distanciado sobre a segurança do transporte aéreo e a saturação dos aeroportos parisienses?

Segundo personagem-chave, o secretário de redação é antes de tudo o gestor das pressões que resultam em orientações da informação jornalística e dos julgamentos que nascem do fluxo da atualidade. Ele tem de traduzir em fatos as escolhas realizadas em reunião de pauta. Seu trabalho, ingrato e essencial, consiste em gerar a repartição do espaço jornalístico, acompanhar o retorno das matérias dentro dos prazos, controlar seu tamanho e sua qualidade, enfrentar os imprevistos decidindo as mudanças de uma página diante da sobrecarga da atualidade ou, ao contrário, preenchendo na última hora um espaço deixado em branco pela queda de uma matéria.

Os procedimentos de escolha das prioridades e de atribuição dos espaços fazem intervir um terceiro tipo de protagonista: os editores. Responsáveis por um caderno especializado, eles

RELAÇÕES DE FORÇA E ATO DE CONFLITO ENTRE COMPONENTES DA REDAÇÃO E FRONTEIRAS ENTRE OS PAPEIS

dirigem um grupo de jornalistas e explanam, durante as reuniões de pauta, as propostas de sua equipe: número de páginas, necessidade de espaço, novidades que possam justificar a “primeira”.

Em certos casos, não se deve menosprezar um quarto personagem, que pode desempenhar um papel-chave no processo: o “diretor comercial”, que pode não só ser o responsável pela empresa no sentido de unidade econômica, mas também exercer uma influência efetiva sobre os conteúdos jornalísticos (Jimmy Goldsmith, em sua passagem pelo *L'Express*).

As relações de força, e até de conflito, entre componentes da redação e as fronteiras entre os papéis evocados aqui variam de uma publicação para a outra (secretário de redação mais “técnico” ou dotado de mais influência sobre a linha editorial), mas de toda maneira fazem surgir relações de trabalho das quais os testemunhos dos jornalistas ilustram bem a grande diversidade (SIMONNOT, 1997; BERGER, 1992).

Uma forma menos abstrata de perceber o maquinário organizacional de uma redação é entrar nela, como faz Michel Mathien (1992), com sua descrição de um ciclo temporal. Este começa, para um diário matinal, no início do dia, pela comparação entre a edição da véspera com as da concorrência, pelo acompanhamento dos fatos via consulta às outras mídias e pela análise dos fatos do dia a cobrir, que terão sido pré-selecionados a partir de mensagens enviadas por assessores de imprensa. As discussões nas editorias e entre os editores permitem, depois de uma primeira reunião de pauta no fim da manhã, elaborar um “espelho” (previsão de preenchimento das páginas), enviar os repórteres a campo, sugerir-lhes ângulos de cobertura. Matérias e reportagens retornam depois, num espaço de tempo muito reduzido, para as torres de controle que

Emprego do tempo e tarefas

Um diretor de redação de um diário londrino (TUNSTALL, 1996)

Desde as 7 horas, ele ouve as informações na BBC e folheia os diários da manhã. Às 8, ele questiona de sua casa alguns editores sobre seus projetos para a edição do dia. Chega ao escritório às 10 e passa a manhã discutindo com os editores a composição de suas páginas e o balanço da edição publicada naquela manhã. No fim da manhã, a reunião de pauta define as demandas das editorias e esboça um espelho. O início da tarde lhe permite decantar o conteúdo das páginas de *hardnews* circulando nas editorias em questão. Ele escolhe também, entre as ofertas dos caricaturistas, as charges que serão publicadas. Às 6 da tarde, a segunda reunião de pauta estabelece o conteúdo definitivo da edição. No fim da tarde, ele trabalha na “primeira” com seus assistentes, relê as provas, verifica os títulos. Se a atualidade é quente, ele pode ficar até as 9 da noite. Na volta à sua casa, liga diversas vezes para o jornal até a meia-noite para se assegurar de que o fechamento vai bem.

Num canal de televisão local das Midlands (COTTE, 1993)

O redator-adjunto chega às 7 da manhã e lê a agenda, recortes de jornais, *press releases* de assessores de imprensa, a lista de acontecimentos a ser cobertos e mensagens deixadas pela equipe da noite. Ele consulta o sistema informatizado que registra as matérias de agência e a pauta dos acontecimentos programados pela redação. Telefona à polícia e aos bombeiros. Às 7 e meia, o diretor de redação chega e consulta televisão, rádio, *clippings*, matérias de agências. A redação se enche, com o barulho de fundo das televisões que veiculam diversos programas de informação, os jornalistas se dedicam ao boletim de informação da manhã, acertado na véspera. O começo da manhã é particu-

larmente agitado: análise minuciosa da imprensa, acompanhamento das informações audiovisuais, barulho das impressoras de onde saem os temas das reportagens e das páginas programadas pelo sistema computadorizado, conversas entre jornalistas. A reunião de pauta da manhã permite dividir as reportagens e as notas a ser preparadas; o diretor de redação também pode sugerir, com algumas frases, o ângulo de cobertura. O responsável pelo programa chama a atenção para os assuntos delicados que podem originar controvérsia ou despertar polêmicas. A discussão raramente se refere à hierarquia das prioridades, mais freqüentemente é sobre questões de logística (disponibilidade de equipes com câmeras) ou sobre os desenvolvimentos previsíveis de tal acontecimento. Cada repórter deve cobrir um ou dois assuntos. Na sala de redação, o dia se desenrola na agitação: os editores desenham suas páginas e confrontam suas prioridades, o fluxo do correio e dos comunicados é examinado — a maior parte vai para o lixo. O secretário de redação acompanha o retorno dos textos. Os repórteres que voltam escrevem suas matérias diretamente no sistema informatizado. O apresentador prepara seu jornal da noite. A redação atinge seu pico de atividade perto das 4 da tarde, quando é fechado o jornal do fim da tarde e feito o espelho do da manhã. Depois, a redação se amontoa em frente a uma televisão para assistir ao jornal e comentar os defeitos técnicos.

são os editores e o secretário de redação, atentos aos horários e aos formatos, e encarregados de improvisar as mudanças que um acontecimento exige. As ferramentas de computador permitem também selecionar as fotos, aprontar os títulos. O desenvolvimento de sistemas informatizados integrados oferece ao secretário de redação a possibilidade de um acompanhamento ao mesmo tempo global e mais instantâneo do tra-

balho dos integrantes da redação cujos textos e cuja paginação surgem, simultaneamente, em seu local de trabalho.

Uma segunda reunião de pauta no fim da tarde termina com as decisões tomadas, com a composição da “primeira” e com o fechamento da paginação. Se o trabalho jornalístico *stricto sensu* termina nesse instante, é preciso, contudo, observar que as pressões temporais que pesam sobre a redação são inseparáveis de um aval da produção da informação: horários de mandar para a impressão, distribuição dos exemplares terceirizada ou por caminhões da empresa, remessa dos exemplares desde as 5 da manhã para entrega aos assinantes, efetuada em domicílio.

Peças e clivagens

Num estudo muito detalhado sobre o trabalho de repórteres cinematográficos na televisão, Jacques Siracusa (2001) se posiciona contra o simplismo que consiste em perceber uma reportagem como um tipo de resumo da realidade, fruto exclusivamente das escolhas da equipe que a produziu. Isso seria esquecer a cadeia de produção em que a reportagem é formada pelo comando da redação, os recursos disponíveis nos departamentos de pesquisa e de arquivo, a disponibilidade e a qualidade da imagem das fontes possíveis. Seria omitir que as imagens mais “verdadeiras” são às vezes as mais artificiais, como quando um artesão é convidado a simular seu trabalho numa posição tecnicamente impossível, mas na qual seu vitral capta melhor a luz. Seria esquecer ainda que aqueles que acessam a matéria-prima da reportagem só controlam parcialmente sua interpretação (montagem, sons acrescidos, comentários). O binômio jornalismo e sua “obra” precisa ser substituído pela ação

de um complexo de “pequenas máquinas” (profissões, dispositivos técnicos, normas profissionais, hierarquias), frequentemente invisíveis ao público.

Essa divisão do trabalho remete às especializações temáticas e funcionais. Uma primeira diferença opõe aqueles que Tunstall (1971) chama de *processors* e *gatherers*, que em português se dividiria em redatorial (em francês *assis*, sentado) e investigativo (em francês *debout*, de pé). Os *gatherers* são os repórteres, que têm por função principal a coleta da informação, a ida a campo, de onde eles retiram a matéria-prima da informação; essa função não os exime também de um trabalho estritamente redatorial. Jornalistas redatoriais, os *processors* têm como função o tratamento de um material informacional que não produziram (no Brasil, são conhecidos como “a cozinha” do jornal). Essa missão pode decorrer de suas funções, dirigidas para a tarefa de dar coerência aos conteúdos jornalísticos (secretário de redação), mas pode também ser consequência de uma posição hierárquica que lhes dá uma forma privilegiada de produção de um metadiscurso de comentário ou editorial, libera-os das tarefas ordinárias e obrigatórias para restringir suas atividades ao contato com interlocutores prestigiados. A oposição feita por Tunstall deve então ser tomada como um cursor aplicável a cada jornalista, uns estando mais orientados para as fontes, outros mais centrados na coerência do produto final, sua adaptação ao público, mais interessados numa dimensão de comentário que de coleta da informação.

Como Tunstall conclui (1996), essa oposição é enfadonha. A amplitude da instabilidade e a organização mais hierárquica das redações permitem aos *processors* formatar, em função de verdadeiros comandos, a natureza das reportagens. O instrumento

COLETORES
DE
INFORMAÇÃO

POSICÃO
HIERAR-
QUICA
PRIVILE-
GIADA:
PRODUTOS
DE META-
DISCURSO
DE COMEN-
TÁRIO OU
EDITORIAL

COMENTARISTAS

FRONTEIRA COLETA X TRATAMENTO DA INFORMAÇÃO CADA VEZ
MAIS IMPRECISA NO CONTEXTO DE UM JORNALISMO
CADA VEZ MAIS "SENTADO"

informatizado, com seus modelos obrigatórios (volume, paginação), força também o jornalista a ajustar seu texto às expectativas de sua hierarquia. Enfim, a onda crescente de informação produzida pelas fontes, a enorme quantidade de produtos oferecidos pelas agências de notícias levam para o escritório dos *processors* todo um material pronto para publicar. Sem eliminar as diferenças, esse processo deixa a fronteira coleta/tratamento da informação mais imprecisa no cenário de um jornalismo cada vez mais “sentado”.

Estudar a divisão de tarefas numa empresa de comunicação conduz a observar que ela se compõe não só de jornalistas como também de um departamento financeiramente estratégico: a administração publicitária. O espaço disponível é alvo de disputas diárias entre departamentos de publicidade e redação, a ponto de certa editoria poder se ver reduzida para dar lugar a uma publicidade rentável. O departamento jurídico também pode ter seus pareceres se imaginar que certo artigo vai dar espaço a um direito de resposta, ao risco de processo por difamação ou atentado à privacidade (DERIEUX, 1998). Os serviços não-jornalísticos de uma publicação são também aqueles destinados a estudos de audiência e ao marketing. O conhecimento das práticas de leitura produz efeitos palpáveis sobre o perfil das publicações, nas quais o peso das editorias e o estilo visual se encontram formatados em função de análises do comportamento dos leitores (BARBIER-BOUVET, 1994).

As editorias

A existência de editorias, com seus especialistas, e frequentemente com o espírito-de-corpo de seus componentes,

constitui um último elemento essencial da divisão do trabalho entre jornalistas. A especialização nasceu com a profissionalização do jornalismo (FERENCZI, 1993) e não parou de se desenvolver (Réseaux, 2002). Às especializações tradicionais (jornalismo político, social, esportivo, judiciário), se somaram ao longo dos anos 1970 novas editorias (saúde, educação, comunicação), ao mesmo tempo em que outras (como economia) se dividiram em subespecializações. Se, segundo Mauriac, "um jornal é uma fôrma", uma máquina que concretiza um acontecimento num modelo interpretativo, não seria inconveniente refletir sobre os efeitos das editorias.

Elas funcionam primeiramente como um instrumento de percepção da realidade, e o processo não é evidente. Isso ocorre pela divisão de competência que elas consagram: a cobertura do sucesso da seleção francesa na Copa do Mundo de futebol de 1998 não será tratada da mesma forma nas editorias de esportes e sociedade; a análise de grandes obras da gestão Mitterrand será abordada diferentemente se a publicação a atribuir a um especialista em arquitetura ou encarregar do trabalho sua editoria de política. A editoria funciona também como filtro em função das definições implícitas e explícitas que os jornalistas fazem de "seus" assuntos. É preciso compreender simultaneamente o que uma editoria organizada valoriza e o que ela proíbe (COOK, 1998). O tropismo dos jornalistas políticos em direção às instituições representativas, aos partidos, às disputas eleitorais não está por acaso na subcobertura durável dos movimentos sociais ou na pouca atenção dada à elaboração e aos impactos concretos de diversas políticas públicas (BENNETT, 1996).

O aumento do número de jornalistas especializados ameaça multiplicar feudos rivais, dentro das redações, em defesa de seus assuntos

EDITORIA
COMO
FILTRO
EM
FUNÇÃO
DAS
DEFINIÇÕES
IMPLÍCITAS
E
EXPLÍCITAS
QUE
OS
JORNALISTAS
FAZEM
DE
"SEUS"
ASSUNTOS

o que valoriza
o que proíbe

Estruturas e estilos jornalísticos

Um estudo de Frank Esser (1998) sobre os diários regionais alemães e ingleses destaca os efeitos da organização das redações sobre seu funcionamento. Os dois mundos jornalísticos se opõem em quase tudo: as redações inglesas são em geral concentradas e cheias, a organização horizontal e sem divisórias dos escritórios sugere uma estrutura fortemente unificada; na Alemanha, a multiplicidade dos pequenos jornais resulta na existência de microrredações mais fortemente divididas, em que a unidade espacial é o escritório compartilhado por dois ou três jornalistas.

Na Alemanha, a oposição entre *processors* e *gatherers* faz pouco sentido. Os jornalistas alemães que compartilham a publicação do *Redakteur* dispõem de uma grande autonomia. Numa prática global da profissão, cada um assume ao mesmo tempo as tarefas de reportagem, redação e também a gestão de planejamento, de acompanhamento da paginação, a ponto de se poder construir a equação: um redator = uma página do jornal. Na Inglaterra, a especialização das tarefas é muito forte, são necessários mais de cinco ou seis termos para distinguir os estratos hierárquicos (editor, subeditor, *copy-reader* etc.). Ao funcionamento centrífugo de uma redação alemã se opõe um sistema sofisticado de releituras e reescritas em cadeia que pode consumir a metade do tempo de trabalho da redação.

A oposição das lógicas de organização conduz a práticas distintas de jornalismo. A especialização é mais desenvolvida na Inglaterra, a existência de jornalistas investigativos facilita o trabalho de reportagem. O controle jornalístico sobre a coerência das páginas e sua objetividade é desempenhado mais facilmente. Mas o sistema, que determina a releitura de cada texto pelo menos cinco vezes, é também um devorador do tempo e ameaça cortar reportagens e leitores, os subeditores são condenados a um trabalho de "toupeira". A maior polivalência das tarefas na Alemanha

gera em geral sensação de independência aos jornalistas. Ela os deixa também menos disponíveis para investigar e estimula um jornalismo mais interpretativo, que valoriza mais o comentário, eventualmente a expressão de pontos de vista pessoais, à medida que a centralização hierárquica é mais limitada.

respectivos territórios. A Guerra do Golfo, por exemplo, deu lugar no *Le Monde* a algumas brigas entre os cadernos (SEGAUNES, 1991). O especialista em questões militares teria bloqueado um artigo produzido em “economia” que conteria informações inexatas sobre as vendas de armas para o Iraque. A “pesquisa” precisou insistir para ser integrada ao caderno “Golfo”, em que dominava o “internacional”. Cioso de suas prerrogativas, esse último caderno não viu com bons olhos a chegada à Arábia dos “grandes repórteres”, pouco familiarizados com a região. A propensão das editorias especializadas a assegurar, como toda instituição, sua perenidade se torna problemática, já que mudanças sociais deixam seus assuntos pouco precisos, mais soltos. O *Ouest-France* teve de repensar o papel de sua editoria agrícola, que se tornou supervalorizada em relação ao número de agricultores entre seus leitores. Uma integração entre os cadernos de economia e sociedade permite hoje aos jornalistas agrícolas intervir sobre uma gama maior de questões (segurança alimentar etc.). Essa estratégia de abertura das editorias em torno de alguns grandes pólos temáticos também foi utilizada pelo *Parisien* (TASLÉ D'HELIAN, 1990). Ela pode se combinar, não sem dificuldade, com a criação de editorias inéditas para assuntos com déficit de competências (criação de editorias sobre Internet nos diários).

A trama das rotinas

Associar o jornalismo às rotinas, com o que elas sugerem de monotonia, parecerá chocante. O cotidiano de muitos jornalistas desmente semelhante associação. A amplitude dos horários de trabalho é freqüentemente considerável, a ponto de ser devastadora para a vida familiar. Direcionado para o acontecimento, o jornalista é também seu prisioneiro: se um atentado estiver ligado à Rede Expressa Regional de trens é preciso imediatamente estar no local, coletar os depoimentos, enviá-los com urgência à redação. A evolução, promovida pelo audiovisual, da noção da informação em direção à cobertura de fatos que estão acontecendo no momento, e o ganho em velocidade permitido pelo uso de redes de informática acentuaram essa pressão. Como mostra Patrick Rozenblatt (1995), a urgência constitui uma relação permanente com o tempo, que impõe o funcionamento de uma organização do tratamento das notícias rápida e racional, a antecipação até de falhas técnicas ou humanas ou a adaptação à irrupção do imprevisível. “O que dá charme a essa profissão é o lado estressante. Todo mundo olha a hora: eu tenho relógios em todas as peças da casa, a gente vive o tempo todo com os ponteiros na cabeça. Ninguém pode se desligar do ritmo imposto pela fabricação do jornal.” Os interlocutores de Rozenblatt ilustram a ambivalência dessa relação com a urgência que é inseparavelmente um fator de estresse e de satisfações possíveis da profissão, até se tornar uma mitologia (outras profissões — caminhoneiros, médicos de emergências — vivem uma relação com o tempo comparável sem que façam dela objeto de evocações épicas).

ALUNO TEMPO E
C/O A URGÊNCIA → OBJETO DE
EVOCAÇÕES ÉPICAS

O peso dos acontecimentos rotineiros

Harvey Molotch e Marilyn Lester (*Réseaux*, 1996) propõem uma tipologia dos acontecimentos combinando dois critérios. Um reside no caráter intencional (comunicado de imprensa) ou não (acidente de uma central nuclear) do fato gerador da informação. O outro está ligado às diferenças de identidade entre o autor e o promotor da informação; é o caso, por exemplo, da diferença entre o anúncio de uma candidatura numa eleição e a revelação, por um tribunal de contas regional, dos roubos de um político. Esse esquema destaca quatro tipos de acontecimentos públicos. Uns penetram o espaço público pela ação voluntária das fontes: um acontecimento de rotina como a coletiva de imprensa, em que a fonte promove “sua” informação ou “escândalo”, tornando pública uma informação envolvendo outros, que não estão na origem do fato divulgado. Dois outros tipos de acontecimento penetram no espaço público por algum tipo de ruptura. O “acidente”, como a explosão da nave Challenger, é um acontecimento não-intencional promovido nos meios de comunicação por outros que não são o seu autor. Finalmente, o efeito “Serendip” (a noção remete à idéia de um resultado atingido por acaso ou erro) é um fato que, como o acidente, não é previsto, mas se torna público por meio de seu autor. Pode-se pensar nos casos em que uma autoridade pública profere propostas impróprias acreditando que o microfone está desligado.

Se o cenário teórico de Molotch e Lester permite desenvolver uma reflexão global sobre a noção de acontecimento (*Réseaux*, 1996), a análise será restringida aqui ao acontecimento rotineiro. A tipologia proposta valoriza um critério de

A MAIORIA DOS ACONTECIMENTOS RELATADOS POR JORNALISTAS SÃO ROTINEIROS, PREVISÍVEIS

! COTAÇÃO BOLSA
REUNIO MINISTROS
MODADA T.M DE SEMANA

Jornalistas no trabalho 89

intencionalidade. Reintroduzindo um critério de previsibilidade, chega-se a um enunciado paradoxal, mas esclarecedor: a maioria dos acontecimentos relatados pelos jornalistas são rotineiros, previsíveis. Mesmo que a atualidade mais quente determine que uma cobertura importante seja feita de acordo com fatos relevantes do tipo escândalo (revelação de um “esquema”) ou acidente (catástrofes, assassinatos), a ocorrência mais freqüente no trabalho jornalístico é o acontecimento rotineiro previsível. A vida social é constituída de uma seqüência de datas que torna previsível o retorno cíclico de fatos desse tipo: cotações cotidianas na Bolsa, competições esportivas no fim de semana, Conselho de ministros que se reúne toda quarta-feira, torneios de tênis, retomada dos trabalhos parlamentares, coleções de moda a cada estação do ano.

O trabalho das fontes de informação consiste também em oferecer aos jornalistas essa cooperação interessada que é a antecipação: anúncio de uma coletiva de imprensa muitas semanas antes. Essa malha de rotinas se observa facilmente numa redação local, onde o diretor de redação começa o dia lendo a compilação de informações chegadas à redação (às vezes chamada, na França, de “bíblia”) para despachar um jornalista ao local de uma quermesse paroquial, depois para assistir ao despejo de trutas no clube de pesca. A competência profissional dos jornalistas consiste também na habilidade de antecipar, pelo menos parcialmente, o imprevisível. A maior parte das redações organiza suas reuniões com vistas a antecipar a atualidade previsível dos próximos quinze dias, dispondo de uma reserva de matérias necrológicas — chamadas de “obituários” — que permitem reagir sem atraso a uma morte repentina. A antecipação consiste também, para as redes de televisão, em ter

COMPETENCIA DE ANTECIPAL

O IMPREVISÍVEL

um estoque atualizado de imagens que permitam comentar, por exemplo, sobre um fundo de imagem de instalações petrolíferas, uma decisão repentina da Opep.

O sentido da noção de rotina jornalística se esclarece. O termo não visa ocultar o ritmo, o estresse, o imprevisto. Ele traz dois contrapontos importantes. Um é tornar visível o peso de uma matéria-prima programável antes do fluxo dos acontecimentos. O outro é enfatizar que uma competência do jornalista — sem jamais poder “extinguir o acaso” — é também antecipar o imprevisto.

Sentir o valor da informação

Domesticar o imprevisto com a ajuda de rotinas é também levar em consideração uma competência intuitiva e eficaz em termos de triagem no fluxo de informações, detectar o valor de informação (newsworthiness) de uma pauta, de uma proposta, de um fato, sua capacidade de se transformar em acontecimento (Réseaux, 1996). O realismo do bom senso sugere que o valor de informação pode ser objetivo, baseado em princípios simples como, por exemplo, a máxima de que trens que chegam na hora não representam um acontecimento ou a lei do “morto por quilômetro quadrado” (300 mortos em Kampala pesam menos do que 10 em Fortaleza), ou ainda parâmetros como a singularidade de um acontecimento, sua carga emocional, suas consequências. E, no entanto, nada disso dá uma “fórmula” simples do valor de informação de um fato.

Numa contribuição que se tornou clássica, dois pesquisadores noruegueses, Johan Galtung e Mari Holmboe Ruge (1965),

ajudam a compreender ao mesmo tempo a existência de tais critérios e a grande dificuldade de se desenvolver um instrumento de prognóstico confiável a respeito da *newsworthiness* de um acontecimento. Sua análise, centrada na editoria “internacional”, identifica mais de doze variáveis que contribuem para dar a um acontecimento chances de ser promovido à condição de “notícia”. Comparando a cacofonia dos acontecimentos ao sintonizador dos antigos aparelhos de rádio, nos quais era preciso sintonizar delicadamente a agulha para não ouvir duas ou três emissoras ao mesmo tempo, eles tiram da analogia uma primeira série de critérios. Para chamar a atenção, ser ouvido e escutado, o acontecimento precisa ser forte, claro, inesperado e fazer sentido no cenário de uma cultura. A probabilidade de um acontecimento internacional chamar a atenção, então, vai se dever ao fato de que afete uma nação considerada “importante” ou elites sociais, à importância de suas consequências e à possibilidade de ligar personagens aos fatos. Será, então, inexato supor que o acesso de um fato às páginas do jornal ou à tela de televisão é arbitrário e inexplicável. Mas eles observam que, se seis de doze critérios são suficientes para fazer de um fato uma notícia, temos então 924 combinações diferentes entre os critérios que podem produzir esse resultado.

O trabalho do jornalista consiste assim em se dotar de rotinas, de automatismos de classificação, de um senso prático proveniente da experiência que lhe permitam hierarquizar rapidamente o caos da informação (GANS, 1980). Inserida numa redação americana, Marilyn Lester admira a intuição de seus colegas. Eles escolhem com velocidade e segurança, dentre o fluxo de pautas, aquelas que alimentarão a edição do dia. Mas, assim que pede a eles que explicitem seu trabalho, ela não ob-

O TRABALHO DO JORNALISTA
 ↳ DOTAR-SE DE ROTINAS
 ↳ AUTOMATISMOS DE CLASSIFICAÇÃO
 ↳ SENSO PRÁTICO E RÁPIDA HIERARQUIZAÇÃO

JORNALISMO E O SENSO PRÁTICO, SUJEITOS IMPERFEITAMENTE VERBALIZÁVEIS

↳ SAVOIR-FAIRE

têm nada além de fragmentos de explicação *ad hoc*, sem teoria. É que, como em outras tantas atividades humanas, atuam aqui um senso prático, um saber imperfeitamente verbalizáveis. Lester (1980) convida então a observar três sistemas de rotinas que são os suportes dessa competência prática.

O primeiro está ligado à organização. A divisão em editorias ainda manifesta aqui sua importância: um fato terá mais chances de ser promovido a acontecimento se fizer sentido para uma editoria, se encontrar nela um ponto de ancoragem institucionalizada. A lenta penetração das questões ecológicas na imprensa se explica, assim, em parte pela ausência durável de uma editoria *ad hoc* (VERON, 1981; SAINTENY, 1994). Um segundo sistema remete à idéia de linha editorial. A rotina consiste aqui numa seleção baseada na interiorização, nem sempre explícita, das normas da publicação: primado dado ao emocional ou rejeição ao fato sórdido, transfiguração de um fato da sociedade em instrumento de acusações contra um governo. Pensa-se na maneira como o jornal televisivo da uma da tarde, do canal TF1, valoriza a informação sobre as tradições regionais (LE ROUX e TEILLET, 2001). Um terceiro sistema concerne à suposta capacidade do fato de ser restituído de forma inteligível, ser relatado para o público-alvo. Se precisa de explicações técnicas muito longas, se não se abre a nenhum ângulo capaz de narrá-lo, ele está ameaçado de ser reduzido a uma nota.

A força das rotinas é exercida, então, no coração da atividade jornalística: a definição do acontecimento. A eficácia desse *savoir-faire*, tanto para gerar o fluxo informativo em situação de urgência como para produzir um conteúdo que encontre a adesão do consumidor, não deve, contudo, impedir de lhe reservar algumas dúvidas. Qual é o custo, em termos de

SUPORES DA COMPETÊNCIA PRÁTICA ← EDITORA LINHA EDITORIAL INTELECIBILIDADE } ADE QUANDO DO FATO A CÉLULAS TRÊS FATORES

inteligibilidade do mundo social, dos processos de triagem que privilegiam freqüentemente a fragmentação do acontecimento em detrimento das evoluções sociais em profundidade e o emocional em detrimento de um distanciamento analítico?

A circulação circular — INTERTEXTUALIDADE MIDIÁTICA

A definição de um valor de informação conduz a outro aspecto central das rotinas jornalísticas, que é uma prática constante da intertextualidade midiática. A importância de uma informação vem também do que as outras publicações falam dela, tornando às vezes inconcebível não fazer sua cobertura pelo simples fato de o veredicto das grandes publicações ser uma forma profissional de sufrágio censitário. As conseqüências de “sucesso” de bens culturais (filmes, livros) deixam visíveis esses jogos miméticos, como ilustraram sucessivamente a cobertura midiática do romance *As partículas elementares*, em 1998, e a onda de matérias publicadas em torno do *loft*¹ do canal M6 em 2001.

Essa “circulação circular” da informação (BOURDIEU, 2001) deve-se a um dado básico da profissão expresso por um jornalista da BBC: “Uma parte da ética da profissão é comer e beber a informação” (SCHLESINGER, 1987). As rotinas cotidianas são feitas da análise rápida de revistas, da atenção aos boletins de informação nas rádios durante o deslocamento no trânsito, do televisor ligado num canal de informação. Se essa circulação faz sentido como vigilância cruzada entre concorrentes,

1. Versão francesa do programa Big Brother.

SUPERCONSUMO MIDIÁTICO → EFEITO DO CAMPO → PODER DE INVESTIMENTO NA PROFISSÃO

esse superconsumo midiático dos jornalistas é tipicamente um efeito de campo, que manifesta o poder de um investimento na profissão. Ele pode expressar uma forma de rigor profissional. Ele produz também efeitos dos quais o mais evidente é um funcionamento em coro da imprensa, polarizado sobre os mesmos temas, superpondo as mesmas temáticas e produzindo por isso um retraimento do espaço de questões dignas de cobertura. A noção de campo ilustra aqui sua utilidade. O mimetismo não funciona de fato de forma aleatória, mas seguindo as linhas de força do campo. As publicações mais poderosas do ponto de vista intelectual e (cada vez mais) no aspecto comercial são os pontos de partida para a reação em cadeia (MARCHETTI, 1998). O fenômeno ilustra uma propriedade dos campos: o poder de "deformar o espaço", de aspirá-lo na direção de seus agentes dominantes, a ponto de, no caso presente, levar por mimetismo a uma crença cínica na eficácia comercial ou à adesão ressentida dos jornalistas aos veredictos dominantes de publicações que os submetem a tratar de temas que lhes teriam parecido indignos de atenção. Esse poder pode ser ilustrado pela cobertura, considerável mesmo que pouco eufórica, dada pelas páginas literárias da imprensa aos dez livros de uma jovem romancista conhecida sobretudo por ser filha ilegítima de um falecido ex-presidente francês.

O jornalista e suas fontes

A metáfora da fonte de informação é cheia de mal-entendidos. Ir à fonte sugere um comportamento ativo para se abastecer de um produto (água ou informação) naturalmente disponível.

* FUNCIONAMENTO EM CORO DA IMPRENSA → POLARIZADA SOBRE OS MESMOS TEMAS → RETRAIMENTO DO ESPAÇO DE QUESTÕES DIGNAS DE COBERTURA

PROFISSIONALIZAÇÃO

DAS FONTES = RACIONALIDADE ESTRATÉGICA BASEADA NA ANTECIPAÇÃO DE ROTINAS

Esse jogo de conotações combina com as imagens do jornalista curioso e investigador. Ele induz a erro, não porque os jornalistas sejam desprovidos de espírito de iniciativa e habilidades para acessar a informação escondida, mas porque as fontes são hoje fundamentalmente ativas. Se uma metáfora aquática pode fazer sentido, é a de jornalistas submersos num dilúvio de informações oferecidas pelas fontes.

FONTES HOJE SÃO FUNDAMENTALMENTE ATIVAS

A profissionalização das fontes

Deve-se a Philip Schlesinger (1992) o retorno da discussão sobre a falha "midiacêntrica" dos estudos espontaneamente centrados na visão do jornalista como único protagonista ativo da produção da informação. Schlesinger convida a pensar a profissionalização das fontes e sua capacidade de desenvolver uma racionalidade estratégica baseada na antecipação das rotinas e das práticas dos jornalistas para abastecê-los com material pronto para publicar ou veicular. O Greenpeace tornou-se mestre no assunto, oferecendo às televisões imagens chocantes, transmitidas de embarcações, de militantes se interpondo entre baleeiros e cetáceos (ANDERSON, 1997).

Essa profissionalização se expressa na decolagem dos efetivos de pessoal encarregado, nas diversas instituições, de promover sua comunicação. Mais de 40 mil assessores de imprensa operam na França, cifra superior à dos jornalistas e que não inclui a população dos "diretores de comunicação" (DAVIS, 2002) ou a dos especialistas em *lobbying*. Formados em escolas especializadas, vindos também do jornalismo, esses profissionais da comunicação dispõem de um conhecimento dos métodos de trabalho dos jornalistas bastante preciso para poder antecipar

MIMETISMO → NÃO FUNCIONA DE FORMA ALEATÓRIA, MAS SEGUINDO AS LINHAS DE FORÇA DO CAMPO → AGENTES DOMINANTES E SEU PODER DE DEFORMAR O ESPAÇO

suas necessidades e expectativas. Como ilustra Jean Charron num estudo sutil sobre as relações entre jornalistas políticos e parlamentares do Quebec (1994), as estratégias das fontes são múltiplas. Se os velhos rituais da coletiva de imprensa ou do *press release* perduram, a onda de textos-convite que caem sobre as redações enfraqueceu sua eficácia. O trabalho de comunicação passa hoje pela produção de relatórios com impressão em quatro cores. Ele pode utilizar práticas de sedução das quais o limite é a corrupção. Ele se baseia também na criação de acontecimentos emocionantes ou espetaculares, arte na qual certos organizadores de manifestações se tornaram mestres (CHAMPAGNE, 1998). Bem freqüentemente, os jornalistas não retribuem as atenções das quais eles são objeto, nem aos *happenings* montados para chamar sua atenção. E sua irritação diante de um exército de comunicadores, percebidos como manipuladores, está na origem do desenvolvimento de uma forma inédita de metajornalismo — bem visível na política — cuja receita é falar menos do acontecimento do que de seus usos interesseiros e midiáticos. A cobertura das manifestações contra o PACS (contrato de união entre duas pessoas, do mesmo sexo ou de sexos diferentes, instituído por lei na França) de janeiro de 1999 pelo *Libération* foi largamente dedicada à forma como seus instigadores tinham programado uma estratégia de comunicação capaz de atenuar a calamitosa imagem dos manifestantes de 1998 contra o aumento dos subsídios familiares.

Essa postura crítica não deixa as fontes automaticamente ineficazes. Sua preparação de uma informação pronta para publicar pode ser de utilidade para um jornalista sobrecarregado. O medo de ver o concorrente cobrir uma informação fabricada

suscita o reflexo de mencioná-la. Controlar a influência das fontes supõe também dispor materialmente de meios financeiros e humanos para coletar uma informação original. Como mostra Legavre (1992), a lógica do dom e do contradom está também no princípio da eficácia das assessorias de imprensa. A função supõe uma forma obrigatória de duplicidade estrutural. O assessor eficaz não é nunca a voz dogmática de sua instituição. Ele deve gerar para os interlocutores que considera importantes uma postura de traição controlada: dar o *off*, divulgar uma informação que, sem poder se tornar pública, ajudará o jornalista a compreender uma situação. É assim que se inicia o ciclo do contradom sob a forma de uma página, de uma entrevista.

ASSESSOR EFICAZ E A POSTURA DE TRAIÇÃO CONTROLADA
Qual o poder dos "definidores primários"?

↳ FONTES PREFERENCIAIS, AS PRIMEIRAS A SEREM PROCURADAS
O peso das mais importantes fontes institucionais (governo, grandes empresas) surge como considerável facilitador da profissionalização, que se combina com o reflexo espontâneo dos jornalistas de se dirigir à autoridade. Diversos trabalhos evidenciaram o privilégio de autoridade — de "indexação", para a sociologia americana — de que dispunham os pontos de vista oficiais, fossem eles de dirigentes políticos (BENNETT, 1996), do ministério britânico do Interior (SCHLESINGER e TUMBER, 1995), do Departamento de Estado americano (ZALLER e CHIU, 1996) ou mais amplamente das elites sociais (RIEFFEL, 1984). Foi a partir dessa constante que uma equipe britânica, liderada por Stuart Hall (1978), propôs, a partir de um estudo sobre a cobertura da delinquência de rua, o conceito de "definidor primário". A noção sugere que, em todo domínio da vida social, existem de fato fontes particularmente reconhecidas por causa

de sua representatividade e de seu *status* institucional. Pode se tratar do presidente do Movimento das Empresas da França para os chefes de firmas ou do ministério do Interior sobre a delinquência. As rotinas jornalísticas impelem a imprensa a procurar primeiro a informação com essas fontes, que dispõem a partir daí do poder de “definir” a situação, de “enquadrá-la”. No estudo de Hall, a polícia e o Home Office, chamando a atenção para o que eles descrevem como um aumento dos roubos na via pública — delitos freqüentemente imputados aos imigrantes —, criam uma definição da situação que se torna o cenário a ser repetido pela imprensa. Os definidores secundários (associações, porta-vozes de comunidades imigrantes, pesquisadores) se caracterizam aqui por sua marginalidade e seu pouco peso social, que limitam o espaço dado pelas mídias aos argumentos que eles desenvolvem para contestar a definição do problema como foi feita.

Intervindo quinze anos mais tarde sobre esse mesmo terreno do jornalismo e da delinquência, Schlesinger e Tumber (1995) trarão uma crítica estimulante da problemática da equipe de Birmingham. Sua proposta não é contestar a existência de definidores primários, mas convidar a uma visão mais dinâmica. Ser definidor primário constitui mais o resultado instável de um processo que um estatuto garantido. A análise de Hall supõe que o definidor primário fale com uma só voz e possa prevenir em sua instituição todo vazamento ou toda proposta dissonante. Ela parece excluir a possibilidade, para os jornalistas, de se comportarem eles mesmos como definidores primários, transformando fatos sociais em problemas ou acontecimentos. Ela supõe, a partir de um caso, a impotência dos definidores secundários de se fazerem ouvir e a impossibilidade

DEFINIDOR
PRIMÁRIO;
RESULTADO
INSTÁVEL
DE
UM
PROCESSO
E NÃO UM ESTATUTO GARANTIDO

Algumas estratégias das fontes

Modelo 1: Controlar

O jornalismo japonês é marcado por uma instituição original: os clubes de imprensa. Nascidos no fim do século XIX, eles funcionam segundo uma lógica de crédito dos jornalistas encarregados de cobrir uma instituição (parlamento, ministério). O pertencimento ao clube permite assistir aos encontros de imprensa regulares que a instituição organiza. Ela dá acesso aos locais (sala de imprensa, *club-house*) nos quais se desenvolve uma sociabilidade entre autoridades e jornalistas. Depois da Segunda Guerra Mundial, esses clubes se multiplicaram (empresas, administrações). O número passa de mil. Três dados explicam o motivo por que esses clubes se tornaram instrumentos eficazes e contestados de produção de um “jornalismo de comunicados oficiais” complacente. O acesso a eles é seletivo e a perda de crédito equivale a uma morte profissional. A participação supõe a aceitação de todo um conjunto de regras do jogo que restringem o poder de investigação dos jornalistas (como o embargo a informações dadas em *off*). Além disso, esses clubes, que podem organizar até quatro encontros de imprensa por dia, afogam literalmente os jornalistas num fluxo de documentos oficiais, de *kondan* (conversas cordiais) e reuniões que vêm contribuir para a autocensura instituída com uma disponibilidade restrita para tentar confrontar o discurso oficial com outras fontes.

Fonte: LANGE, 1998

Durante a guerra civil em El Salvador, a primeira fonte de informação do “corpo expedicionário” de jornalistas (essencialmente norte-americanos) era a embaixada dos Estados Unidos. Convivência patriótica ou ideológica? Não, muitos correspondentes são críticos ao engajamento americano. Mas a embaixada ofe-

rece os serviços de uma verdadeira agência de notícias, organiza uma reunião de imprensa diária. Ela sabe também se queixar diretamente aos meios de comunicação norte-americanos dos “maus” jornalistas — cuja maioria é de *stringers* (*freelancers*) em posição instável — que publicam matérias muito críticas. Além disso, o acesso a uma informação vinda da guerrilha é difícil. Por razões de “segurança”, o acesso às zonas de combate demanda um salvo-conduto, distribuído com parcimônia. Uma passagem ilegal pode custar a expulsão ou mais simplesmente fazer perder muitos dias de reuniões de imprensa e a possibilidade de enviar as matérias para o fechamento. Na capital, o desequilíbrio entre a organização artesanal das associações de caridade e dos oponentes à guerra e ao profissionalismo do governo local é também enorme. Uma representante do partido no poder aloja, por exemplo, no hotel um grupo de jornalistas para quem ela distribui seus comunicados de imprensa, e dispõe de um fax que ela pode emprestar aos correspondentes.

Fonte: PEDELTY, 1995

Modelo 2: Seduzir

Aos encarregados da comunicação das empresas não falta imaginação para favorecer a benevolência dos jornalistas suscetíveis de falar de seus produtos. Uma marca de iogurte oferece, assim, seu último produto numa caixinha que é... um refrigerador. Uma visita à fábrica Apple na Irlanda por jornalistas de informática termina com a distribuição do último Mac. À mesma época, os jornalistas de automóveis foram convidados a testar o novo Fiat Uno em Seychelles, em companhia de seus maridos e esposas. Esse excelente veículo será, em seguida, eleito o carro do ano por um júri de jornalistas independentes.

Fonte: ROUGE, 1990

A carreira jornalística na Tailândia é freqüentemente mal remunerada. Os jornalistas políticos devem cobrir os desloca-

mentos locais sem dispor de um valor adequado para custear as missões, num contexto em que as interações entre jornalistas e políticos tomam o aspecto de trocas informais que se estendem nos bares, às vezes em lugares inconfessáveis. Isso não tem importância! A tradição local de relações de apadrinhamentos entre veteranos e calouros e a intuição que compreende os jogos de contradom institucionalizaram um sistema de presentes e de afável corrupção. Os parlamentares contribuem com o financiamento de despesas dos jornalistas encarregados de acompanhá-los, lhes oferecem refeições, pagam as consumações no bar, às vezes pernoites de hotel. Envelopes cheios de notas são também oferecidos aos jornalistas para custeá-los ou para alimentar as fundações de caridade que a maior parte das publicações sustenta, a transmissão da soma sendo deixada à discricção do beneficiário. Um ministro da Saúde teve a idéia engenhosa de oferecer aos jornalistas uma tarifa preferencial nas clínicas privadas das quais ele era proprietário. É preciso deixar mais claro que esses jornalistas, freqüentemente muito jovens e desprovidos de formação profissional e até de um conhecimento sólido sobre os assuntos que cobrem, raramente publicam matérias muito negativas?

Fonte: MCCARGO, 2000

Modelo 3: Deixar acontecer a subprofissionalização de uma publicação

O que acontece quando a redação de uma publicação mensal dedicada a viagens é esvaziada e deve, apesar disso, investir em outras publicações pertencentes ao mesmo grupo de comunicação? Ela chama *freelancers* e estagiários. Mas a economia (em todos os sentidos do termo) da redação se apóia em duas “fontes”. A primeira é uma vasta biblioteca contendo todas as edições de guias de viagens disponíveis (oferecidos em serviços de imprensa). A segunda é um banco de dados constituído de catálogos, *sites* de Internet e contatos diretos com as agên-

O JORNALISTA É A ÚNICA PESSOA QUE FAZ A LISTA DOS JORNALISTAS MAL FORMADOS

cias de viagem. Nessas condições, é possível, sem deixar as redações, redigir uma matéria sobre Veneza ou sobre conselhos para o fim de semana em Lisboa com sugestões de visitas, bons endereços e até o primeiro nome do dono do bistrô mencionado por esse guia. Dir-se-á que os colaboradores da publicação não se deslocam nunca? Às vezes sim, mas sem orçamento *ad hoc*, freqüentemente sob financiamento de um comitê regional de turismo ou a convite e custeados pelas agências de viagem, fatos que ameaçam adicionar uma camada de informe publicitário ao “copia-cola” das páginas feitas a partir de guias. A revista não se proíbe, no entanto, de toda seletividade crítica: as agências de viagens que não compram as páginas de publicidade não são mencionadas.

Fonte: Entrevista, estagiário, dezembro 1997

de a posição “primária” mudar de titular. Ela cria, enfim, o impasse sobre a possibilidade de que uma iniciativa de um definidor primário encalhe pelo simples motivo de haver uma sobrecarga de informação na ocasião em que ele age. Ora, sobre cada um desses pontos, os estudos empíricos oferecem obstáculos. A campanha de promoção da CSG (Contribuição Social Generalizada), minuciosamente orquestrada por Matignon (BREGMAN, *apud Réseaux*, 1996), não terá os resultados diminuídos pelas tensões no seio do governo e da maioria nem pela distração criada pela Guerra do Golfo. O monopólio da palavra legítima detida por uma rede de locutores oficiais (ministério da Indústria, estatal elétrica francesa, Conselho de Engenharia) sobre as questões eletrônicas se encontrará lentamente rediscutido pela ação dos ecologistas e pelas visíveis mentiras de autoridades a partir de Tchernobyl (BAISNÉE, 2001).

O público: ausente ou artefato?

Interrogado sobre sua relação com o público ao escrever, o editor de política de um diário parisiense observa: “É um reflexo abominável, mas existe [...] de fato, pensamos muito naqueles sobre os quais falamos. Também nos leitores. Mas isso me assusta um pouco, o lado do trabalho sem contato com o exterior. Acabamos não pensando em quem vai ler, exceto nos que estão diretamente implicados”. O público aparece como o autor ausente das interações do jornalismo. O fato não é ininteligível. Como encontrar sua audiência ou seus leitores? Certas revistas (*Esprit*) marcam encontros com seus leitores, outras publicações procuram mobilizá-los sob forma de acionistas (*Marianne*) ou de sociedades de leitores (*Le Monde*). Outras ainda organizam regularmente painéis de leitores para fazê-los reagir ao conteúdo da publicação (*La Croix*, *Infomatin*). Se colocados à parte os jornalistas de sucursais, conclui-se, contudo, que os contatos diretos com uma mostra representativa ou sintomática do público não constituem uma experiência comum do jornalismo, principalmente em posições mais elevadas da hierarquia.

O correio dos leitores pode constituir uma mediação. É preciso que seja analisado com rigor (*Ouest-France*) ou que uma editoria como a do *ombudsman* do *Monde* ou da “Radio-com” sobre a Rádio França Internacional abra um espaço de debate. Mas a conversa com o jornalista sugere uma suspeita freqüente: os leitores que escrevem seriam maníacos, revisores exibidos, mas sem grandes conhecimentos ou, mais positivamente para o *ombudsman* do *Monde*, “profissionais” de “palavras perfeitamente medidas, muito sedutoras: gostaríamos de publicar todas” (28 de fevereiro de 2000).

E, contudo, o público existe. Sua fidelidade e sua amplitude são questões vitais. Dois procedimentos opostos permitem que ele esteja dentro das redações. O primeiro repousa sobre a re-

O PERSONAGEM - SÍMBOLO
(O ZELADOR, UM ESTÚPIDO)

SUPERESTIMAR O NÍVEL SOCIAL
DO PÚBLICO (PARA PODER CRIAR)

NÃO HÁ
ENTEN-
DIMENTO
DO
TEXTO)

O PERSONAGEM-
SÍMBOLO

apresentação, para os jornalistas, de um personagem-símbolo do público. Pierre Desgraupes o identificava com a “comerciante do Perigueux”, outros com a “Dona Maria” (LE BOHEC, 2000). Esse personagem-totem simboliza uma capacidade de atenção (fraca!) à qual a mensagem jornalística deve se adaptar para ser inteligível. O limite desse procedimento reside na dissonância cognitiva que freqüentemente o sustenta. Muitos depoimentos sugerem de fato, especialmente na televisão, uma visão suspeita sobre a inteligência do grande público, até desdenhosa. Roland Cayrol (1997) relata o alerta que ele ouviu: o público televisivo teria “11 anos de idade mental”, seria simbolizado pelo “zelador, e o zelador é um estúpido”. Mas essas representações, ou suas versões eufemizadas, encontram paradoxalmente um contrário implícito que consiste freqüentemente em superestimar o nível social do público. Tunstall (1971) o ilustra. Fazendo aos correspondentes especializados a pergunta sobre a porcentagem de trabalhadores manuais num grupo de leitores, ele obteve respostas que a subestimam sistematicamente em 20%. Longe de ser incoerentes, essas representações têm uma lógica: elas permitem relativizar a competência crítica do público sem obrigar o jornalista a um nível de emissão que ele tomaria por desvalorizador. O desconhecimento “científico” do público traz, como nota um repórter da BBC (SCHLESINGER, 1987), a vantagem de não “atar as mãos” dos jornalistas que vivem como honestos intérpretes das audiências, compreendendo suas expectativas e capacidades (GANS, 1980; RIEFFEL, 1984). As lógicas do campo funcionam também nesse domínio como mecanismos aproximativos de ajuste sobre os públicos. Diferenciando-se do artigo que redige seu colega do *Figaro* sobre o conflito dos sem-papel, o jornalista do *Libération* tem chances razoáveis de propor um comentário que agrade a seus leitores.

O PREDOMINÂNCIA DAS PESQUISAS DE MKT NA DEFINIÇÃO DO PÚBLICO

O resultado prático desse tipo de rotina, que é a representação intuitiva do público, é concentrar nas mãos de departamentos de estudos e do marketing um conhecimento dos públicos e

de suas práticas apoiadas em pesquisas. Diversos trabalhos de campo o sugerem: fora do círculo de editores, os estudos de mercado ou as pesquisas regulares do Centro de Estudos dos Suportes de Publicidade são objeto de uma atenção enviesada ou de uma memorização efêmera pelos jornalistas. Elas atingem às vezes um nível de sofisticação notável (BARWISE e EHRENBURG, 1998). Realizadas para fins práticos, essas pesquisas servem para formatar os conteúdos jornalísticos e visuais da imprensa. A tendência à assimetria das visões dos públicos, difusa nas salas de redação, apoiada em pesquisas mais rigorosas nos departamentos administrativos, produz hoje efeitos que criam bem mais pressões para os jornalistas do que uma confrontação fria com a sociologia de suas audiências. Eles se encontram desarmados diante da redefinição administrativa dos conteúdos “adaptados” a seu público, cujos fundamentos “científicos” lhes são impostos sem que eles possam discuti-los eficazmente.

Uma profissão de papéis múltiplos

COLETOR DE INFORMAÇÕES
PRODUTOR DE TEXTOS
ASSALARIADO NUMA HIERARQUIA
SÓCIO-RIVAL (COM OS COLEGAS)

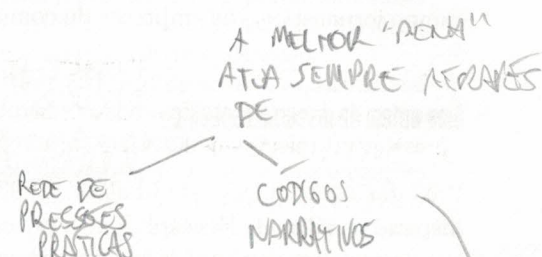
A diversidade de papéis está disponível para cada jornalista, que participa individualmente de funções quádruplas. Ele é, segundo proporções variáveis, um coletor de informações e um produtor de textos. Ele é, depois, o assalariado de uma empresa de comunicação e de sua hierarquia, o que chama a atenção para sua posição, para os recursos dos quais ele pode (ou não) fazer uso estratégico na empresa, se ele se preocupa com sua carreira ou em preservar sua autonomia diante das pressões da organização (pelo capital de contatos personalizados que contribui para torná-lo “indispensável” ou por colaborações externas sob forma de *freelancer*). Saindo da empresa de comunicação, todo jornalista é também, na relação com seus

PREOCUPAÇÃO COM CARREIRA OU
MANter AUTONOMIA DIANTE DAS
PRESSÕES DA ORGANIZAÇÃO?

colegas, um sócio-rival (TUNSTALL, 1971). O oxímoro sugere a articulação da concorrência entre publicações com a força das relações de cooperação entre jornalistas de redações diferentes. Os trabalhos de etnografia do jornalismo (PADIOLEAU, 1976; PEDELTY, 1995; LACOUR, 1998) revelam — até o surgimento de um furo — a força das ligações de ajuda mútua e de solidariedade entre jornalistas concorrentes. Essas práticas fraternais testemunham a eficácia de uma divisão de tarefas, mesmo que improvisada, mas também a segurança que traz face ao empregador uma cooperação que é também uma política de segurança contra os fracassos.

IV

A escrita jornalística



As tradições acadêmicas de estudo do jornalismo na França terminam freqüentemente por reservar aos semiólogos o estudo dos textos da imprensa e por considerar o discurso jornalístico um fato literário. Este capítulo gostaria, ao contrário, de mostrar que as formas de escrita jornalística ganhariam muito se estudadas também como o resultado do sistema de interdependências explicitado nos capítulos precedentes. O trabalho jornalístico repousa fundamentalmente sobre duas operações consecutivas (GANS, 1980): a seleção entre o fluxo dos fatos que serão transformados em acontecimentos e a constituição da narrativa, a formulação de "histórias" dos acontecimentos selecionados. É, então, necessário pensar sociologicamente o trabalho de escrever um texto jornalístico, sem que isso implique nem denegação dos aportes das disciplinas semiológicas (MOULLAUD e TÉTU, 1989) nem ocultação das competências expressivas próprias a esse jornalista. A melhor "pena" atua sempre através de uma rede de pressões práticas e de códigos narrativos. É, primeiro, sobre a codificação dessa escrita jornalística

TRABALHO JORNALÍSTICO — SELEÇÃO DO FLUXO DOS FATOS
CONSTITUIÇÃO DA NARRATIVA