

Aldo Antonio Schmitz

**OS GRAUS DE AUTONOMIA DO JORNALISTA BRASILEIRO:
LACUNAS ENTRE IDEAIS, PERCEPÇÕES E PRÁTICAS PROFISSIONAIS
EFETIVAS NOS JORNAIS *FOLHA DE S. PAULO*, *O ESTADO DE S. PAULO*,
O GLOBO E *ZERO HORA***

Tese apresentada ao Programa de Pós-graduação em Sociologia Política da Universidade Federal de Santa Catarina para a obtenção do título de Doutor em Sociologia Política.

Orientador: Prof. Dr. Jacques Mick

Florianópolis
2018

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária da UFSC

Schmitz, Aldo Antonio.

Os graus de autonomia do jornalista brasileiro:
lacunas entre ideais, percepções e práticas
profissionais efetivas nos jornais Folha de S. Paulo,
O Estado de S. Paulo, O Globo e Zero Hora / Aldo
Antonio Schmitz; orientador, Jacques Mick, 2018.
228p.

Tese (doutorado) - Universidade Federal de Santa
Catarina, Centro de Filosofia e Ciências Humanas,
Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política,
Florianópolis, 2018.

Inclui referências.

1. Sociologia Política. 2. Sociologia do
jornalismo. 3. Valores profissionais. 4. Desempenho
do papel jornalístico. 5. Autonomia profissional. I.
Mick, Jacques. II. Universidade Federal de Santa
Catarina. Programa de Pós-Graduação em Sociologia
Política. III. Título.



Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política

Universidade Federal de Santa Catarina

Centro de Filosofia e Ciências Humanas

Campus Universitário - Trindade

Caixa Postal 476

Cep: 88040-900 - Florianópolis - SC - Brasil

E-mail: ppgsocpol@contato.ufsc.br

“Os graus de autonomia do jornalista brasileiro: lacunas entre ideais, percepções e práticas profissionais efetivas nos jornais Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo, O Globo e Zero Hora”

Aldo Antonio Schmitz

Esta tese foi julgada e aprovada em sua forma final pelo Orientador e pelos demais membros da Banca Examinadora, composta pelos seguintes professores.

Prof. Dr. Jacques Mick
(PPGSP/UFSC)
Orientador/Presidente

Prof. Dr. Fábio Henrique Pereira
(FAC/UNB)

Prof. Dr. Carlos Eduardo Sell
(PPGSP/UFSC)

Prof. Dr. Samuel Pantoja Lima
(PPGSP/UFSC)

Prof. Dr. Ernesto Seidl
Coordenador PPGSP/UFSC

FLORIANÓPOLIS, (SC), JULHO DE 2018.

Para minha filha,
Caroline Schmitz

AGRADECIMENTOS

Ao orientador Jacques Mick pela iniciação e aprofundamento nos meandros da Sociologia e na pesquisa da profissão de jornalista.

Ao professor Carlos Eduardo Sell pela oportunidade de compreender Max Weber.

Ao Samuel Lima pelas coautorias e parcerias de pesquisa.

Ao Fábio Pereira pela generosidade.

Às professoras Maria Soledad Orchard, Elizabeth da Silva, Júlia Guivant e Sandra Caponi pelos ensinamentos.

Aos colegas do doutorado e de pesquisa, pelo compartilhamento de conhecimento.

Às jornalistas Sabrina Passos e Paula Fabris, pelo apoio na aplicação da enquete nos jornais *Zero Hora* e *O Globo*, respectivamente.

À minha filha Caroline pelo apoio incondicional.

Ao CNPq pela bolsa de estudos.

Certamente esqueci de alguém e nunca conseguirei agradecer, suficientemente, a todos.

*Para um jornalista, autonomia
não é uma propriedade que cai do
céu; ela tem seus graus, que
dependem da posição ocupada
nos jogos sociais.*

Pierre Bourdieu

RESUMO

Esta tese verifica e demonstra os graus de autonomia do jornalista brasileiro. Parte-se da hipótese de que ocorrem lacunas entre os ideais da profissão, as percepções do que é comum no trabalho e as práticas jornalísticas efetivas. Para elucidar estas questões, a tese analisa e estima os graus de autonomia profissional nos jornais *Folha de S. Paulo*, *O Estado de S. Paulo*, *O Globo* e *Zero Hora*, a partir dos dados do projeto internacional *Journalistic role performance around the globe*, etapa Brasil, do qual o autor é um dos pesquisadores. Utilizam-se os métodos de análise de conteúdo em 425 itens noticiosos, produzidos por 122 jornalistas, que responderam à enquete (*survey*). Delineia-se uma crítica teórico-metodológica amparada na metodologia compreensiva de Max Weber e na sociologia reflexiva de Pierre Bourdieu, com o propósito de interpretar os dados da pesquisa e tornar “visível o invisível”. A autonomia profissional é dinâmica e complexa. Por isso, a tese concebe o seu próprio modelo, em três tipos articulados: a *autonomia dos ideais*, aquela que o jornalista atribui a si, pela importância que confere ao que faz, pautado pelos valores da profissão; a *autonomia percebida*, relacionada aquilo que ele nota de comum no seu ambiente de trabalho ao usar os meios para alcançar determinados fins e a *autonomia efetiva*, mensurada na produção jornalística, a partir da análise do conteúdo de notícias publicadas. Os resultados da pesquisa comprovam que os jornalistas que atuam nestes jornais brasileiros se consideram “muito” autônomos e percebem “um pouco” de autonomia no seu trabalho, mas efetivamente, nas práticas profissionais “não são muito” autônomos. Confirma-se a hipótese de lacunas entre os ideais, as percepções e as práticas profissionais efetivas, porque o jornalista é relativamente autônomo e o campo jornalístico um tanto heterônomo. A questão da *autonomia dos ideais* apresenta-se como uma forma de autodeterminação e proteção às ameaças das forças externas, que tornam o campo jornalístico heterônomo; nela o jornalista constrói uma autonomia individual, atribuída a si, por ser importante para ele, segundo os seus ideais, procedimentos e papéis atribuídos. Pela *autonomia percebida* revela-se um certo distanciamento dos ideais, daquilo que se espera; essas concepções empíricas podem não

representar a realidade, pois provem dos sentidos ou da introspecção, interpondo-se à racionalidade prática, que subordina os indivíduos à realidade. Nela, ocorre a *autonomia efetiva*, real, que se verifica no exercício da profissão, no resultado do trabalho. Além disso, a tese evidencia que o jornalista brasileiro pouco questiona, critica menos e quase não denuncia, embora sua percepção seja de “muita” autonomia nestes quesitos. No cotidiano, ele outorga estas tarefas aos outros, a quem recorre para realizar um “jornalismo *sobre* investigações” e delações. Neste aspecto, a tese apura uma autonomia menor, quando o jornalista se vale dos questionamentos, críticas e denúncias nas investigações dos outros.

Palavras-chave: Sociologia Política. Sociologia do jornalismo. Jornalista. Valores profissionais. Desempenho do papel jornalístico. Autonomia profissional.

ABSTRACT

This thesis verifies and demonstrates the degrees of autonomy of Brazilian journalists. It starts from the hypothesis that gaps exist between ideals of the profession, the perceptions of what is common in the work and the effective journalistic practices. In order to elucidate these questions, the thesis analyzes and estimates the degrees of professional autonomy in the newspapers *Folha de S. Paulo*, *O Estado de S. Paulo*, *O Globo* and *Zero Hora*, based on data from international project *Journalistic role performance around the globe*, stage Brazil, of which the author is one of the researchers. The methods of content analysis are used in 425 news items produced by 122 journalists who responded to the survey. A theoretical-methodological critique is based on the comprehensive methodology of Max Weber and Pierre Bourdieu's reflective sociology, with purpose of interpreting data of the research and making "visible the invisible". Professional autonomy is dynamic and complex. Therefore, the thesis conceives its own model, in three articulated types: *ideals autonomy*, the one that the journalist attributes to him, by importance that confers to one that does, ruled by the values of the profession; *perceived autonomy*, related to what he notes in his work environment by using the means to achieve certain ends and *effective autonomy*, measured in journalistic production, from analysis of content of published news. The results of research show that journalists who work in these Brazilian newspapers consider themselves "very" autonomous and perceive "a little" autonomy in their work, but effectively, in professional practices "they are not very" autonomous. We confirm the hypothesis of gaps between ideals, perceptions and effective professional practices, because the journalist is relatively autonomous and the journalistic field is somewhat heteronomous. *Ideals autonomy* presents itself as a form of self-determination and protection against the threats of external forces, which make the journalistic field heteronomous; in it journalist builds an individual autonomy, attributed to him, because it is important for him, based on ideals, procedures and assigned roles. *Perceived autonomy* reveals a certain distance from ideals, from what is expected; these empirical conceptions may not represent reality, since they come from the senses or from introspection, interposing itself to the practical rationality, which subordinates individuals to reality. *Effective autonomy*, real, it occurs in the exercise

of the profession, in the result of the work. Moreover, the thesis shows that Brazilian journalist questions little, criticizes less and almost does not denounce, although his perception is of “much” autonomy in these questions. In daily life, he grants these tasks to others, whom he resorts to perform “journalism *about* investigations” and delations. In this aspect, the thesis establishes a smaller autonomy, when journalist uses questions, critics and denunciations in investigations of others.

Keywords: Political Sociology. Sociology of journalism. Journalist. Professional values. Journalistic role performance. Professional autonomy.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Média de tiragem impressa e assinatura digital dos maiores jornais brasileiros em 2017.....	110
Tabela 2 – Respondentes e autores dos itens noticiosos.....	112
Tabela 3 – Editorias (%), por jornais, em que atuam os respondentes.....	112
Tabela 4 – Funções (%) exercidas pelos pesquisados nos jornais.....	112
Tabela 5 – Atuação profissional (média de anos) na profissão e no emprego.....	113
Tabela 6 – Jornalistas respondentes por sexo (%).....	113
Tabela 7 – Média de idade dos respondentes.....	113
Tabela 8 – Formação acadêmica (%) dos respondentes.....	114
Tabela 9 – Autoidentificação ideológica (%) dos respondentes.....	114
Tabela 10 – Itens noticiosos codificados e selecionados.....	116
Tabela 11 – Tipos de fontes na análise de conteúdo (%).....	119
Tabela 12 – Modelo <i>Disseminador-intervencionista</i> (%).....	121
Tabela 13 – Modelo <i>Jornalismo de serviço</i> (%).....	122
Tabela 14 – Modelo <i>Infotendimento</i> (%).....	122
Tabela 15 – Modelo <i>Jornalismo cidadão</i> (%).....	123
Tabela 16 – Modelo <i>Cão de guarda</i> – Graus de autonomia efetiva.....	126
Tabela 17 – Modelo <i>Cão de guarda</i> – Conteúdo externo.....	126
Tabela 18 – Modelo <i>Leal-facilitador</i>	129
Tabela 19 – Ideais (A) e práticas percebidas (B) no trabalho.....	131
Tabela 20 – Funções: ideais (A) e práticas percebidas (B).....	134
Tabela 21 – Ideais (A) e práticas percebidas (B) no trabalho – Heteronomia.....	136
Tabela 22 – Ideais e práticas percebidas e funções do jornalismo – Autonomia.....	137
Tabela 23 – Práticas comuns percebidas no trabalho jornalístico.....	138
Tabela 24 – Aspectos importantes na informação.....	139
Tabela 25 – Ideais: valores importantes para os jornalistas.....	139
Tabela 26 – Práticas profissionais percebidas no trabalho.....	140
Tabela 27 – Graus por tipos de autonomia.....	141
Tabela 28 – Graus por formas de heteronomia.....	142
Tabela 29 – Diferentes graus por tipos de autonomia.....	143

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	19
CAPÍTULO I – PERSPECTIVA TEÓRICO-METODOLÓGICA	27
1.1 METODOLOGIA COMPREENSIVA	31
1.1.1 Weber e a sociologia da mídia	35
1.2 SOCIOLOGIA REFLEXIVA	40
1.2.1 Bourdieu e o campo jornalístico	48
1.4 MÉTODO E TÉCNICA DE PESQUISA	54
1.4.1 A análise de conteúdo	59
1.4.2 A enquete em rede (<i>online survey</i>) e presencial	62
1.5 CRÍTICA TEÓRICO-METODOLÓGICA	63
1.5.1 Considerações sobre o projeto <i>Journalistic role performance</i>	66
CAPÍTULO II – AUTONOMIA JORNALÍSTICA	71
2.1 O “ESPÍRITO” DO JORNALISMO	80
2.2 A CULTURA JORNALÍSTICA	89
2.3 OS PAPÉIS DOS JORNALISTAS	96
2.4 A TRILOGIA DA AUTONOMIA	105
CAPÍTULO III – IDEAIS, PERCEPÇÕES E PRÁTICAS PROFISSIONAIS EFETIVAS	111
3.1 OBJETO DA PESQUISA	112
3.2 PERFIL DOS JORNALISTAS PESQUISADOS	113
3.3 PRÁTICAS PROFISSIONAIS EFETIVAS	116
3.3.1 Características das histórias	120
3.3.2 Fontes e métodos de apuração	120
3.3.3 A voz jornalística	122
3.3.4 Abordagem da audiência	123
3.3.5 Relações de poder	125
3.4 IDEAIS E PRÁTICAS PERCEBIDAS NO TRABALHO	132
3.5 LACUNAS ENTRE OS TIPOS DE AUTONOMIA	142
3.5.1 Os graus de autonomia do jornalista brasileiro	145
CONSIDERAÇÕES FINAIS	149

REFERÊNCIAS.....	159
ANEXO A – Livro de códigos.....	181
ANEXO B – Questionário	219

INTRODUÇÃO

O jornalismo é um estudo genuinamente científico, um tema extraordinário.

Max Weber

O objeto desta tese centra-se no mapeamento dos graus de autonomia do jornalista brasileiro – lacunas entre os ideais, as percepções e as práticas profissionais efetivas – restrito ao universo de jornalistas que atuam nos jornais *Folha de S. Paulo* (FSP), *O Globo* (OG), *O Estado de S. Paulo* (OE) e *Zero Hora* (ZH). Com base na análise de conteúdo combinada à enquete (*survey*), a tese afere a distância entre o que os jornalistas acreditam que deve ser seu papel profissional e aquilo que conseguem realizar, ou seja, compreender (entender o sentido): quais os graus de autonomia dos jornalistas no exercício da profissão nos ideais que consideram importantes, nas práticas comuns e nos resultados efetivos do trabalho jornalístico?

A partir deste questionamento parte-se da hipótese de que existem lacunas de autonomia entre os ideais, práticas profissionais percebidas e práticas efetivas. Pressupõe-se que o desenho da pesquisa e os seus dados sejam capazes de estabelecer diferentes tipos e graus de autonomia, ao extrair do *survey* os ideais da profissão (o que é importante para o jornalista), as percepções (o que considera comum no seu trabalho) e da análise de conteúdo dos itens noticiosos publicados, as práticas jornalísticas efetivas.

A percepção do jornalista sobre o seu papel social tem merecido pesquisas internacionais, a exemplo do projeto *Journalistic role performance around the globe* (JRP, 2014), ao propor um estudo da cultura jornalística. Realizado em 19 países¹, de todos os continentes, desde 2014, o projeto tem a coordenação de Claudia Mellado (Escola de Jornalismo da Universidade Católica de Valparaíso, Chile) e de Lea Hellmueller (Escola de Mídia e Comunicação da Universidade de Tecnologia do Texas, EUA). A etapa Brasil² desta pesquisa é coordenada Jacques Mick e formada por pesquisadores colaboradores e efetivos das universidades federais de Santa Catarina (UFSC) e de Brasília (UnB).

Pesquisas similares internacionais são desenvolvidas desde

¹Alemanha, Argentina, Brasil, Chile, China, Cuba, Equador, Espanha, Estados Unidos da América, Grécia, Hong Kong, Hungria, Índia, Irlanda, Malásia, México, Polónia, Rússia e Suíça

²Aldo Schmitz, Ana Paula Bandeira, Cristiano Anunciação, Jacques Mick (coordenador), Jean Frainer, Maria Luíza Gonçalves, Mariana Rosa Silva, Samuel Lima e Vaniucha de Moraes.

meados da década de 1990 (WEAVER; WILLNAT, 2012; HANITZSCH et al., 2011; HALLIN; MANCINI, 2011; NORDENSTRENG; THUSSU, 2015), mas sustentadas quase exclusivamente por apenas uma técnica de pesquisa, o *survey*, considerada pelos pioneiros deste modelo, Weaver e Willnat (2012, p. 538), insuficiente para revelar as “evidências que apoiem a ideia da existência de um padrão universal a respeito da profissão”. Para o incremento teórico-metodológico, o projeto JRP adota, além do *survey*, a análise de conteúdo de itens noticiosos que permitam comparar as matérias produzidas às representações dos autores sobre os procedimentos profissionais aferidos pelo *survey*, o que possibilita a configuração de um método de explicação sociológica.

O trabalho de campo, padronizado pelo método e técnica, segue o mesmo roteiro em todos os países integrantes do projeto. Na primeira etapa brasileira realizou-se a análise de 2.750 itens noticiosos selecionados em 28 dias, em semanas construídas, publicados durante 2012 e 2013, em todos os meses e em dias alternados da semana. Em cada país selecionaram-se quatro a cinco jornais de circulação nacional ou regional que publicam notícias de interesse nacional. Descartaram-se colunas e artigos de opinião, suplementos, seções de serviços (horóscopos, quadrinhos, previsões meteorológicas etc.), bem como manchetes isoladas (exceto chamadas de primeira página com textos explicativos), citações simples e fotolegendas.

A codificação do conteúdo configura-se pela apuração de dados quantitativos, que aponta a diversidade de desempenho de repórteres em jornais no noticiário nacional, em especial nas editorias de Política e Economia. Os itens noticiosos foram codificados em quatro seções. Na primeira obteve-se as informações básicas (data de veiculação, autor, sexo, tipo de notícia, página, predominância de fotos ou textos). Na segunda levantaram-se os temas centrais das notícias (poderes constituídos, política, segurança, educação, saúde, religiões, manifestações públicas, meio ambiente, infraestrutura, economia e negócios, entre outros). A outra seção trata das fontes (quantidade e tipos) e métodos de apuração das notícias (pontos de vista, evidências, condicionais, argumentações). A última seção mapeia a atuação do jornalista no seu papel profissional, em três dimensões e seis modelos (Anexo I), como tipos ideais:

a) Dimensão *A voz jornalística*

Modelo *Disseminador-intervencionista*: opinião, interpretação e uso de adjetivos pelo jornalista.

b) Dimensão *Relações de poder*

Modelo *Cão de guarda*: o jornalista como guardião do interesse público por meio de questionamentos, críticas, denúncias, investigação;

Modelo *Leal-facilitador*: apoio e defesa de ações do governo ou empresas, elogios, patriotismo, promoção.

c) Dimensão *Abordagem da audiência*

Modelo *Jornalismo de serviço*: impacto na vida diária, dicas e conselhos ao consumidor;

Modelo *Jornalismo cidadão*: orientação cívica, demanda, credibilidade, direitos e deveres, cidadania, movimentos sociais;

Modelo *Infotimento*: vida privada, escândalo, emoção, sensacionalismo e morbidez.

Na segunda etapa da pesquisa, um *survey online*, aplicado pelo sistema SurveyMonkey para os jornalistas destes quatro jornais e, em complemento, questionário impresso entregue diretamente nas redações de *O Globo* e *Zero Hora* (Anexo II). As perguntas são correlacionadas aos itens noticiosos codificados. No Brasil, o convite para responder a enquête envolveu 607 jornalistas que escreveram as notícias codificadas, com retorno de 20%, sendo 122 respostas completas: 45 de OG (36,9%), 34 do OE (27,8%), 24 da FSP (19,7%) e 19 de ZH (15,6%). Apesar do reenvio do questionário por e-mail, cerca de 32% dos jornalistas que iniciaram as respostas no *survey online* não concluíram a pesquisa.

As perguntas tratam dos papéis dos jornalistas nas suas rotinas diárias, da importância que dão para cada prática ou função e o que são comuns nos textos que publicam, bem como identifica a interdependência do campo jornalístico com outros campos sociais e levanta os quesitos demográficos e ideológicos (sexo, idade, formação e autoidentificação ideológica). O resultado da enquête serve de subsídio para a análise dos níveis de autonomia do jornalista, as suas percepções de influências e os impactos nos papéis profissionais que consideram importantes.

Esta tese estrutura-se na perspectiva teórico-metodológica – compreensiva de Weber (2001, 2014) e reflexiva de Bourdieu (2006, 2012) –, baseada na coleta de dados nos itens noticiosos pela análise de conteúdo, articulada ao *survey*. Na revisão da literatura, após contextualizar as concepções destes sociólogos relacionadas à mídia, ao jornalismo e ao jornalista, busca-se elementos teóricos na sociologia do trabalho e da profissão de jornalista, as questões da autonomia profissional, identificação dos ideais e práticas, relacionadas aos papéis

dos jornalistas.

A tese busca respostas para esta questão: Quais os graus de autonomia do jornalista brasileiro entre os ideais, as percepções e as práticas profissionais efetivas? A hipótese pressupõe que ocorrem lacunas entre estes quesitos, porque o jornalista é relativamente autônomo – mas em que graus? – e o campo jornalístico heterônomo; conseqüentemente, da premissa decorre que subsistem uma variedade de “jornalismos”, que dependem do tipo de mídia e seu porte, da função do jornalista (repórter, editor, colunista), da abrangência geográfica, da cultura jornalística e da influência dos campos vizinhos, principalmente. Parte-se da suposição de que estes fatores influenciam e causam constrangimentos e intervêm na autonomia do jornalista e no conteúdo das notícias. Portanto, busca-se pressupostos de interferência nos ideais do jornalismo, nas percepções do trabalho e nas práticas profissionais efetivas e os seus graus de autonomia.

Quando se interroga acerca da cientificidade de um campo, Bourdieu (2004, p. 70) refere-se a “propriedades que têm a ver com o grau de autonomia”:

Para um jornalista, o grau de autonomia depende de sua posição no campo jornalístico, o que significa, por exemplo, a sua autodeterminação. Assim, pode-se estabelecer índices de autonomia, que se supõe, permite prever a maneira que os agentes se comportam, em particular a sua capacidade de resistir às imposições do Estado ou da economia (BOURDIEU, 2005, p. 44).

Por isso a pesquisa avalia, apoiada na abordagem interpretativa, uma série de questões apontadas pelo projeto JRP (2014). A tese também enfrenta problemas teórico-metodológicos propostos por Mick (2017): as pesquisas internacionais colaborativas podem ampliar o conhecimento sobre a variedade das práticas jornalísticas? É possível modelar uma estratégia de pesquisa não normativa, aberta às diferenças e que não viole as especificidades das culturais profissionais de cada campo jornalístico?

Na maioria dessas pesquisas internacionais sobre os papéis dos jornalistas, a autonomia “dependente da vontade e da capacidade dos jornalistas de trabalharem livres de qualquer tentativa de censura, em favor de metas comerciais, políticas ou administrativas” (MELLADO;

HELLMUELLER; DONSBACH, 2017) e a serviço da democracia (SCHUDSON, 2005). O projeto JRP (2014) adianta-se ao considerar a autonomia uma forma dos jornalistas desempenharem seus ideais e papéis na prática. Deste ponto, a tese vai além, em não considerar a autonomia uma faculdade absoluta, mas a sua relatividade demonstrada em graus e tipificada conforme os fins, os valores e as práticas profissionais efetivas no campo jornalístico, uma esfera social vulnerável às pressões externas.

O propósito desta tese não é mostrar se a autonomia e a heteronomia são boas ou ruins, tampouco condenar as práticas desajustadas dos jornalistas, como fez Umberto Eco (2015) no seu sarcástico antimanual jornalístico, nem revelar práticas samaritanas ou escusas no feitiço de Karl Kraus, para quem o jornalista é um ser da pior espécie, inferior mesmo à prostituta (MARCONDES FILHO, 2009, p. 33), muito menos levar a questão da autonomia às últimas consequências, a exemplo do jornalista americano John Swinton em sua fala na Associação de Imprensa de Nova York, em 1895:

Nós somos ferramentas e vassalos dos ricos que ficam nos bastidores. Nós somos marionetes. Eles puxam os fios e nós dançamos. Nosso tempo, nossos talentos, nossas vidas, nossas possibilidades, tudo é propriedade de outros homens. Nós somos prostitutas intelectuais (WARD, 1903, p. 487-488).

No entanto, essas críticas são levadas em consideração com o propósito de compreender as (des)associações entre os ideais do jornalismo e suas práticas nos variados papéis, imputados pela deontologia e pela expectativa da sociedade civil, especialmente na defesa do interesse público e da democracia, na lealdade aos cidadãos, no monitoramento e fiscalização dos poderes, entre outros.

Assim, o objetivo geral é estimar e interpretar os graus de autonomia do jornalista brasileiro entre os ideais jornalísticos, as percepções dos afazeres e as práticas profissionais efetivas nos jornais *Folha de S. Paulo*, *O Estado de S. Paulo*, *O Globo* e *Zero Hora*, sustentado nos dados do projeto internacional *Journalistic role performance around the globe*, etapa Brasil.

E os objetivos específicos são:

- a) Codificar e analisar o conteúdo dos itens noticiosos apontados

- no projeto JRP, etapa Brasil;
- b) Discutir a validade dos modelos propostos pelo JRP (2014) e os aspectos teórico-metodológico das pesquisas comparativas internacionais similares;
 - c) Comparar, analisar e estimar os graus de autonomia dos jornalistas brasileiros, que atuam nestes jornais, nos quesitos importância (ideais), práticas comuns (percepções) e efetivas no trabalho jornalístico;
 - d) Propor uma trilogia da autonomia profissional.

A importância desta tese está em estimar os graus de autonomia do jornalista brasileiro, a partir da análise interpretativa das lacunas entre os ideais, as percepções comuns no trabalho e as práticas jornalísticas efetivas. A originalidade – aquilo que vai às origens, à essência –, entende-se que está na análise compreensiva e reflexiva da percepção dos jornalistas sobre seu trabalho entre os ideais e as práticas, ao “compreender” e “explicar” os seus graus de autonomia, apoiado em Weber e Bourdieu. A inovação e a sua contribuição aos estudos da autonomia profissional está na criação de uma taxonomia, uma trilogia: *autonomia dos ideais*, *autonomia percebida* e *autonomia efetiva* nas práticas.

A classificação provem de Weber (2001, 2014), ao considerar a ação social racional com relação aos valores, quanto às práticas de acordo com as convicções e naquilo que se crê correto (*autonomia dos ideais*); a ação social racional quanto aos fins, na qual o indivíduo escolhe racionalmente os meios e os sentidos mais adequados para alcançar determinados objetivos, que entende certos (*autonomia percebida*) e a racionalização na esfera pública, onde ocorre efetivamente a ação social (*autonomia efetiva*).

A trilogia da autonomia profissional também está presente em Bourdieu (2012): nos capitais sociais, em especial os valores, que legitimam uma profissão (*autonomia dos ideais*); no *habitus*, engenhoso e inventivo nas práticas consideradas comuns, uma gênese social dos esquemas de percepção (*autonomia percebida*) e no campo, onde se travam os efetivos embates dos jogos sociais (*autonomia efetiva*).

Para Mick (2017, p. 74), no modelo de pesquisa colaborativa internacional (WEAVER; WILLNAT, 2012; HANITZSCH et al., 2011; HALLIN; MANCINI, 2011; NORDENSTRENG; THUSSU, 2015; MELLADO; HELLMUELLER; DONSBACH, 2017), esses estudos “costumam ser bem-sucedidos na coleta dos dados que se propõem a

considerar, mas pouco originais no que se refere à análise”. O projeto JRP (2014) dispõe de um levantamento de dados consistentes e refinados. Por isso, o propósito é empreender uma “interpretação densa” na dimensão compreensiva para elevar o campo jornalístico “à condição de tópico essencial de pesquisa”.

A tese também incrementa as pesquisas desenvolvidas no âmbito do Programa de Pós-Graduação Sociologia em Política (PPGSP) da UFSC, em especial os projetos Perfil do Jornalista Brasileiro (PJB, 2012) e JRP (2014), os quais o autor integra como pesquisador e por sua aderência estrita aos temas do Laboratório de Sociologia do Trabalho (Lastro), todos registrados no CNPq, do qual o autor é bolsista. Justifica-se ainda pela relevância, ao agregar algo novo à sociologia das profissões e contribuir para o desenvolvimento de uma sociologia do jornalismo e da mídia no Brasil, vinculada a uma pesquisa internacional.

O suporte teórico preponderante de Weber (2001, 2005, 2011, 2014) e Bourdieu (1994, 1997, 2005, 2006, 2012) deve-se à participação do autor da tese em disciplinas sobre estes sociólogos e em dois projetos de extensão semestrais do PPGSP, “Weber, o jornalismo e a mídia” e “Bourdieu e o campo jornalístico”, coordenados pelos professores Carlos Eduardo Sell e Jacques Mick, respectivamente, realizados por iniciativa e colaboração do autor desta tese.

Justifica-se ainda pela afinidade do autor com o tema, pois estuda a atuação do jornalista desde o mestrado em Jornalismo, também na UFSC, bem como uma carreira profissional por 5 anos na mídia e por mais de 20 anos a serviço das fontes jornalísticas. Iguamente encontra justificativa em livros publicados, na autoria e coautorias de artigos científicos sobre a atuação e perfil de jornalistas brasileiros (DUARTE, SCHMITZ, COSTA, 2012; LIMA, SCHMITZ, 2013; MICK, SCHMITZ, 2014, 2016; SCHMITZ, KARAM, 2013; SCHMITZ, 2011, 2015, 2017a, 2017b).

Os elementos textuais deste trabalho, além da *introdução* e nas *considerações finais*, tratam da revisão bibliográfica e dos resultados da pesquisa. No Capítulo I apresenta-se a *perspectiva teórico-metodológica*, com o propósito de discutir o método de pesquisa, em especial a adoção da forma associada da metodologia compreensiva de Weber (2001, 2014) e a sociologia reflexiva de Bourdieu (2006, 2012). Isso se faz necessário pela forma interpretativa e a análise detalhada sobre um assunto original, que envolvem implicações epistemológicas das relações entre a sociologia e o jornalismo.

O Capítulo II faz uma revisão dos aspectos teóricos relacionados à autonomia profissional, em especial a sua complexidade relativa, rejeitando-se a possibilidade de uma “autonomia plena”. Para isso levanta-se a suposição de vários graus de autonomia, principalmente aqueles vinculados aos ideais do jornalismo, as percepções dos afazeres e as práticas efetivas no trabalho dos jornalistas, tendo como suportes a cultura jornalística e o “espírito” do jornalismo.

No Capítulo III apresenta-se o resultado da pesquisa, em especial as lacunas entre o que o jornalista diz que faz, percebe o que é feito e aquilo que realmente faz. Acredita-se que esta seja uma inovação em pesquisa sobre os papéis dos jornalistas, pois até então este tipo de estudo sustentava-se apenas naquilo que o jornalista diz fazer. Este avanço deve-se à metodologia sociológica adotada, que permite levantar os graus em diferentes autonomias.

Nas *considerações finais*, o desígnio deste trabalho é proferir uma análise compreensiva e reflexiva dos resultados da pesquisa, um contraponto às pesquisas interculturais internacionais sobre os papéis dos jornalistas, nas quais as conclusões são vagas. Geralmente, essas pesquisas apenas sugerem considerações a partir de um feixe de dados em tabelas e gráficos, que tornam o estudo descabido, um fim em si mesmo. A pesquisa sociológica trilha por caminho difíceis, mas auxilia o pesquisador a desvelar, não o que está oculto, mas aquilo que parece incompreensível.

A título de esclarecimento, ética acadêmica, metodologia da tese e para evitar notas de rodapé repetitivas e óbvias: nas citações diretas de autores na Língua Portuguesa de obras referenciadas originais em línguas estrangeiras, as traduções são do autor da tese. São mantidos os grifos (itálico) em citações diretas, fora delas e em estrangeirismos são “grifos nossos”, quando houver.

CAPÍTULO I – PERSPECTIVA TEÓRICO-METODOLÓGICA

*É preciso saber converter problemas
muito abstratos em operações
científicas inteiramente práticas.*

Pierre Bourdieu

Para encontrar respostas ao problema de pesquisa, este trabalho aplica de forma articulada a metodologia compreensiva de Max Weber (2001, 2014) e a sociologia reflexiva de Pierre Bourdieu (1979, 2006, 2012). Recorre-se às concepções de *habitus*, capital e campo, como suporte teórico para compreender as causas e efeitos simbólicos da atuação profissional do jornalista; sincronizadas à metodologia compreensiva de Weber, vinculada à ação e ordenação social, à racionalização, ao tipo ideal ou puro, ao desencantamento do mundo, ao capitalismo moderno e à análise comparativa que sustenta a sua sociologia, a exemplo dos estudos das religiões, do capitalismo, do direito, da música e inclusive da sua proposta de pesquisa sobre a mídia e o jornalismo.

Sustenta-se no “relacionismo metodológico” – em oposição ao monismo de métodos e técnicas de pesquisa –, que não é novo, mas parte de uma tradição sociológica, o *método estrutural* (no sentido de rede de relações) apoiado no “pensamento relacional que, rompendo com o modo de pensamento substancialista³, leva a caracterizar todo elemento pelas relações que o unem aos outros em um sistema, e das quais ele tira seu sentido e sua função” (BOURDIEU, 2009, p. 13), também presente em “Weber, as ‘ordens vitais’ econômica, política, estéticas e intelectuais em que a vida social se divide sob o capitalismo moderno” (WACQUANT, 2012, p. 42).

Bourdieu ressignifica a polissemia de Weber e ambos expressam as relações entre sistemas simbólicos, a exemplo das condições e posições de classes sociais e grupos de *status*. Um considera a sociedade como um campo de lutas e outro, como um embate entre grupos sociais dispostos a valorizar o trabalho e a monopolizar as oportunidades. Nessa batalha, os agentes armam subjetivamente as suas condutas, porque, segundo Weber (2014, p. 9) “os indivíduos orientam suas ações pela

³Pensamento que admite uma realidade substancial. Opõe-se ao *idealismo*

ideia de que existe ou deve existir dessa forma, isto é, de que estão em vigor regulamentações com aquele caráter juridicamente orientado”. Dito de outro modo por Bourdieu (2013b), o *habitus* de classe dirige os princípios, e os capitais movem as práticas e representações por agentes de um campo.

As correlações proliferam. Para Bourdieu o *habitus* orienta a mobilização de *capitais* adequados à lógica de determinado *campo*; se dito por Weber, a *ação social* utiliza *sentidos* adequados à lógica de determinada *esfera social*. Ainda, para exemplificar, as premissas adotadas por Bourdieu (2009) está a de que o conceito weberiano de tipo ideal deve ser construído pelo pesquisador, como um trabalho útil preliminar, um “guia para a construção de hipóteses”. Portanto, além da aproximação de concepções e diálogos, há uma evidente interseção.

Lemieux (2009) dá um importante passo à frente ao desenvolver – filiado especialmente a Weber, Durkheim e Bourdieu – um modelo teórico-metodológico (Quadro 1) que se desdobra em três postulados (solidariedade, racionalidade, atualidade), conceitos-chave (gramática, razões de agir, tendências para agir) e questões metodológicas (compreensão, descrição, explicação/prognóstico). Este esquema, utilizado nos seus estudos sobre o “mau jornalismo”, permite ao pesquisador compreender as ações, não a partir de princípios normativos (regulamento, código, manual), mas da “boa razão” para explicar “as regras do jogo” das ações, com enfoque no indivíduo. Parece complexo, e é, porque possibilita abarcar, de forma holística, a análise da ação jornalística.

Quadro 1 – Análise gramatical da ação

	“O erro de Frazer”⁴	Gramatização do mundo	Experiência incompatível
Postulados	Solidariedade	Racionalização	Atualidade
Questões metodológicas	Compreensão	Descrição	Explicação Prognóstico
Conceitos	Gramática	Razão de agir	Tendências para agir

Fonte: Lemieux (2009)

⁴ A expressão (título da primeira parte do seu livro) remete ao pesquisador que estigmatiza os “erros” de forma etnocêntrica ou anacrônica. O autor refere-se ao antropólogo escocês James Frazer (1854-1941), por não reconhecer traços religiosos nos nativos que estudou.

Por gramática, Lemieux (2009, p. 21) entende “o conjunto de regras a seguir para ser reconhecido no grupo, de como saber agir e julgar corretamente”, isto é, como o indivíduo desenvolve um *habitus* de classe, tendo a gramática como operadora da compreensão. Na solidariedade, uma ação vincula-se a outra, numa sequência que permite observar o indivíduo enraizado na ação coletiva, típico do individualismo metodológico, onde “compreender” é a primeira tarefa, seguida pela descrição empírica de um “sentimento evidente”, no qual o “princípio da racionalidade” tem um caráter mais ou menos reflexivo do ato observado, e por último, a explicação constitui suporte para o prognóstico.

No seu modelo, o autor apresenta os conceitos “razão de agir” e “tendências para agir”. O primeiro refere-se ao ato contínuo de possíveis reações, por exemplo, ao se ouvir um “olá”, geralmente responde-se repetindo esta palavra; do contrário, configura-se uma ação consciente. Portanto, identificar uma razão de agir é reconhecer a intenção do ator, ao passo que “tendências para agir” refere-se à “remotivação” da ação por impulso ou expectativa, sujeita à revisão com base nos atos realizados. Assim, Lemieux (2009, p. 217) evita o determinismo funcionalista para propor um modelo estruturado que distingue “agir” e “julgar” (normativo), para uma sociologia apropriada às pesquisas do jornalismo.

Alguns estudos recentes do jornalismo têm o mérito de se vincular à sociologia, para aprofundar a análise da profissão de jornalista, do jornalismo e da mídia. Bastin (2015) confirma que há uma clara convergência nas práticas de pesquisas da sociologia e do jornalismo, em especial na “forma de construir, de coletar e de analisar os fatos [...] Apesar disso, os sociólogos partilham, em vários momentos, de um preconceito radical contra os jornalistas”, a exemplo do “medo da imitação”, por Durkheim (2013) temer que os jornais poderiam influenciar nos suicídios, e do “medo da massificação”, crítica de Bourdieu (1994, 1997) e outros, ao analisar a comunicação de massa. Essas rupturas evidenciam a incapacidade de se construir uma sociologia “pública”, constata Bastin (2015, p. 20-21), ao recomendar que a “sociologia deve neutralizar seus próprios julgamentos de valor sobre os jornalistas se quiser produzir um saber que não seja exclusivamente autorreferencial ou superficial”.

Cabe à sociologia refletir e explicar como o jornalismo é, e não

como deveria ser, a partir dos indivíduos e suas interações. Como observa Zelizer (2014, p. 22), “a sociologia estabelece a ideia de que os jornalistas funcionam como seres sociológicos (com normas, práticas e rotinas)” com ênfase “ao estudo das práticas dominantes”, ao comportamento e da “visão dos jornalistas como profissionais, embora não muito bem-sucedidos”. Segundo a autora, o desafio impõe um novo olhar sociológico na contemporaneidade, desprendido do modelo anglófono e atrelado às “múltiplas naturezas (em geral diferentemente normativas) do trabalho jornalístico em suas mais recentes formas” e lugares.

A metodologia interpretativa procura desvendar os significados das ações sociais, “ou seja, um acontecimento em si mesmo não é tão importante, o mais importante é o que os agentes sociais interpretam que ele é” (ALSINA, 2009, p. 27), o que leva a um conhecimento de caráter subjetivo. Não é um fenômeno de fácil interpretação, pois envolve uma cultura de construção de sentidos, no caso do jornalismo, uma atividade compreensiva, ou seja, uma ação que estimula a capacidade interpretativa do outro em vez de impor um pensamento ou opinião, como uma “forma de conhecimento” (PARK, 1940), elevada por Genro Filho (2012, p. 142) ao patamar de “uma nova forma social de conhecimento cristalizada no singular”.

As implicações epistemológicas impõem uma compreensão do fazer jornalístico desde a sua gênese no capitalismo moderno à contemporaneidade, visto que os estudos de jornalismo se renovam nas mudanças e permanências dos ideais e práticas jornalísticas. Na perspectiva de Ruellan e Adghirni (2009, p. 12), “o jornalismo é uma prática social de produção discursiva antes de ser uma profissão” e para os autores essa “relação estável entre atores especiais e atividades distintas funda o mito da autonomia e da independência”. Esta concepção permite uma visão não normativa de suas práticas.

Para Alsina (2009), as bases epistemológicas das relações entre a sociologia e o jornalismo, enquanto interação simbólica (“sociologia do significado”) ocorrem em um mundo intersubjetivo, “compartilhado de percepções recíprocas” nos processos “de institucionalização das práticas e dos papéis”. Para compreender essas ações e relações sociais, justifica-se recorrer à sociologia de Weber (2001, 2014), em que “este *compreender do racional* poderia ser chamado até de *compreensão por excelência*, uma vez que o entendimento aponta etimologicamente diretamente para a razão” (GROTH, 2006, p. 68).

Dele deriva o conceito de *indivíduos*: “são seres plurais e pluralistas, fazendo usos muito variados da linguagem, e mantendo relações subjetivas diversificadas com o mundo, com os outros e com eles mesmos”. Tal noção vincula-se ao “individualismo metodológico” de Weber (2014), que considera a sociedade “um conjunto de indivíduos”. Portanto, para entender o jornalismo devem-se estudar as ações no campo jornalístico e não o jornal, afinal, “o objeto do sociólogo é a ação e não um indivíduo isolado, a ação coletiva e não os comportamentos individuais” (DUBAR, 2004). Por isso, busca-se em cada indivíduo elementos que compõem o geral.

1.1 METODOLOGIA COMPREENSIVA

Em Weber (2001, 2014) encontra-se a metodologia compreensiva. Trata-se da gênese da sua sociologia para interpretar o significado que os indivíduos atribuem ao que eles e os outros fazem. Inicialmente apresentada em forma de artigo⁵ e reelaborada⁶, a clássica tipologia weberiana aponta os quatro tipos de ação social e respectivos meios: a) *ação social racional com relação a fins*, recorre aos meios disponíveis e seleciona os mais adequados para obter determinados objetivos; b) *ação social racional com relação a valores*, considera as práticas de acordo com seus ideais e naquilo que crê ser correto; c) *ação afetiva*, reage pela emoção imediata sem considerar as consequências; d) *ação social tradicional*, causa “uma reação surda a estímulos habituais”, a partir de atitudes fortemente arraigadas.

A sociologia compreensiva trata da ação orientada subjetivamente de maneira estritamente racional, “conforme os meios que são considerados (subjetivamente) como univocamente adequados para alcançar os fins propostos, os quais também, por sua vez, são (subjetivamente) claros e unívocos”. No caso de uma ação empírica, a sociologia serve-se do tipo ideal, o indivíduo isolado, e a sua ação como uma unidade, um “átomo”, o que torna possível a “compreensão interpretável”, isto é, “quando são interpretados realmente no caso concreto como ‘previstos de sentido’”. Afinal, “o grau de racionalidade com relação ao regular de uma ação, é, para uma disciplina empírica, também e definitivamente uma questão empírica” (WEBER, 2001, p.

⁵Sobre algumas categorias da sociologia compreensiva, publicado na revista *Logos*, em 1913.

⁶Primeiro capítulo de *Economia e sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva*

317-321).

Dessa maneira, Weber (2001, 2014) submete o pesquisador ao individualismo metodológico (compreensivo), pelo qual se seleciona os dados, em especial as singularidades. Na tese, a partir disso busca-se extrair os sentidos das ações e das relações sociais, subjetivos e permeados de valores, por isso inexatos por apresentar causas e sentidos diversos. Mas as relações entre os fenômenos permitem explicar determinadas causas, com resposta referente ao que interfere na performance do jornalista relacionada a sua autonomia; portanto, as causas são diversas e provavelmente imprecisas.

Weber (2001, 2004, 2014) baseia-se em estratégia centrada na comparação entre fatos históricos, a partir de sua singularidade e diversidade. A comparação constitui-se em instrumento racional utilizado por ele para a formulação e validação de suas hipóteses. Pela interpretação de Fernandes (1980, p. 95), trata-se de um elemento racional de controle, pois os fenômenos conhecidos e bem analisados “em condições socioculturais diversas e distintas, confrontam-se os resultados interpretativos e estabelecem-se dentro de que limites certos efeitos podem ou não ser atribuídos a determinados fatores causais”.

Pelo pensamento de Weber, “explicar” significa interpretar o sentido ou a sua conexão em determinados “conjuntos de condições”, de preferência comparativamente e não à imputação causal, devido a uma “série de abstrações”, pelo contrário:

O que nós efetivamente queremos saber é o seguinte: por meio de quais operações lógicas conseguimos a compreensão e a sua fundamentação demonstrativa, da existência de uma tal relação causal entre aqueles elementos ‘essenciais’ do resultado e determinados elementos dentro da infinidade de elementos determinantes. Certamente que não pela simples ‘observação’ do curso dos acontecimentos (WEBER, 2001, p. 198).

Weber (2005) propôs um programa de pesquisa, com considerações teórico-metodológicas para a análise sociológica compreensiva do jornalismo e da mídia, que ele considerou “um estudo genuinamente científico”, e complementou: “um tema extraordinário, não podemos nos enganar, um tema que requer não apenas meios

materiais muito importantes para os trabalhos preliminares, como, de modo algum, poderá ser tratado objetivamente” (WEBER, 2005, p. 14). No seu projeto de pesquisa “para uma sociologia da imprensa”⁷, ao abordar as concepções teórica e metodológicas sobre a mídia, o jornalismo e o jornalista, indica uma análise comparativa, “uma alegoria comum entre os intelectuais europeus do século 19”, lembra Bastin (2013b).

Aliás, a sua obra é rica em comparações: Ocidente e Oriente, gênese do capitalismo e religião, música e racionalismo ocidental, sistemas jurídicos e ascensão do capitalismo etc. Na sua proposta de pesquisa sobre a mídia e o jornalismo, a partir de vários problemas, sugere estudos comparativos entre países da Europa e os Estados Unidos:

Qual é a procedência, a formação e quais são os requisitos que o jornalista moderno deve cumprir do ponto de vista profissional? E quais são as perspectivas, dentro da profissão, para os jornalistas alemães em comparação aos jornalistas estrangeiros? Quais são, em resumo suas perspectivas de vida na atualidade, dentro e fora de nosso país, incluídas as extraprofissionais? (WEBER, 2005, p. 20).

De modo geral, Weber (2005) apontou as questões do jornalismo e da mídia que deveriam ser estudadas com rigor metodológico pela sociologia, em especial a prática jornalística e o tratamento da notícia, em um processo interdependente entre estrutura e indivíduo, ou seja, um intercâmbio entre o jornalista e os campos de interferência. Preocupou-se com a formação do jornalista e as peculiaridades da profissão. Segundo Silva (2009, p. 2), Weber “não toma a ingênua postura de criticar a prática discursiva da imprensa como elemento desagregador, mas propõe interpretá-la por um viés compreensivo”.

Para Weber (1998, p. 111) uma “pesquisa da imprensa deve, em última análise, ser dirigida aos grandes problemas culturais do presente... como um componente da individualidade objetiva da cultura

⁷ Nas citações indiretas e no texto, adota-se a palavra “mídia” (abrasileirada de *media*), como sinônimo de “meio de comunicação” (jornal, revista, internet, emissoras de rádio e TV), enquanto “imprensa” se restringe à mídia impressa (jornal e revista). No entanto, nas citações diretas são mantidas as formas originais dos autores, bem como em expressões consagradas, a exemplo de “liberdade de imprensa” e “assessoria de imprensa”.

moderna” e lança uma série de problemas de estudo: se a mídia não existisse, como seria a vida moderna? O que o jornalismo torna público e o que não? Quem são as fontes de notícias? E quem está autorizado a falar na mídia? E em quais condições? Quais as concepções de mundo orientam as condutas do jornalismo? Quais as tomadas de posição? Quais interesses estão em jogo nesse processo social? De onde e como os jornalistas obtêm o material oferecido ao público? (WEBER, 2005).

Perspica quanto à metodologia, prefere que a própria mídia seja o objeto central de interpretação e análise por especialistas e teóricos, pois para Weber (2005, p. 14) “é impossível alcançá-la se não podemos nos prover, em grande medida, de material procedente precisamente desse setor”, devido a sua importância na vida moderna e não por simples adulação. “Os aspectos pragmáticos do fazer profissional são considerados cruciais para a compreensão do fenômeno”, atesta Silva (2009, p. 6) por entender que o jornalista, ao dar sentido à interpretação, é posto em evidência para a análise de suas práticas, o que fortalece a percepção de que a proposta metodológica de Max Weber seja adequada a uma sociologia das rotinas de produção jornalística.

A racionalização apresenta-se “como uma questão-chave, se não mesmo o tema essencial e fundante da sociologia sistemática e histórico-compreensiva de Max Weber”, ensina Sell (2013, p. 88) ao alertar para a dificuldade em diferenciar e conceituar *racionalidade*, *racionalização* e *racionalismo*. Sem o propósito de sistematizar estas concepções multidimensionais – nunca definidas previamente, mas articuladas no próprio processo de análise –, interessa à tese o processo da *racionalização* social e cultural “relacional”, ou seja, “não se trata de afirmar que os indivíduos são ontologicamente racionais, mas que suas formas de ação são passíveis de compreensão racional” (SELL, 2013, p. 111), as quais ocorrem pelas normas ou por finalidades, tanto na análise (racionalidade teórica e prática; material e formal) quanto empiricamente (racionalização da ação, da esfera social e da cultura).

A partir deste horizonte, busca-se encontrar os elementos norteadores para compreender a atuação do jornalista no embate com o imaginário profissional, o qual se confronta com a realização do trabalho, pois Weber (2001, 2014) considera que o objetivo fundamental da sociologia está em captar os sentidos da ação humana, compreender que um fato indica outros fatos significativos à ação concreta, sejam políticos, econômicos ou sociais. Portanto, o objetivo do sociólogo é compreender esse processo e desvendar os aspectos causais que dão

sentido à ação social em determinado contexto.

1.1.1 Weber e a sociologia da mídia

Em sua obra, Weber (1998, 2005, 2011) trata explicitamente do jornalismo, da mídia e do jornalista em três momentos: nas transcrições das palestras *Sociologia da imprensa* e *A política como vocação*, esta de 1919, apresentada na Universidade de Munique, acerca da profissão e da vocação para a política, ao inserir na versão escrita, algumas questões profissionais e deontológicas do jornalista; a outra proferida no primeiro congresso da Associação Alemã de Sociologia, em Frankfurt, no ano de 1910, na qual aborda as concepções teóricas e metodológicas de um plano de pesquisa sobre a “imprensa”; e por último, um texto distribuído aos convidados do projeto, um roteiro de métodos e técnicas para o trabalho de campo, bem como hipóteses de pesquisa, além de correspondências enviadas aos prováveis pesquisadores deste programa, algumas reveladas por Marianne Weber (2005).

Weber manteve uma relação direta com os jornalistas e a mídia ao longo de sua vida. Trabalhou como articulista e editorialista⁸ em alguns jornais alemães⁹, principalmente no *Frankfurter Zeitung* (1908 e 1918) e revelou a sua vontade de trocar o magistério pelo jornalismo. Do ponto de vista sociológico, ele valoriza o jornalista, a quem imputa grande responsabilidade ao esboçar uma análise histórica das profissões relacionadas à mídia e ao observar a influência política, econômica e organizacional no trabalho do jornalista. Por isso, entende o jornalismo como um instrumento importante para a constituição de uma sociedade civil forte, ao propor seu programa de pesquisa (HARDT, 2001, p. 127-130).

Esta sua experiência na mídia proporcionou-lhe uma compreensão do jornalismo no capitalismo moderno e solidificou as suas concepções referentes às questões cruciais sobre os papéis e às funções dos jornalistas, que “ocupam posições-chave na luta pela autonomia para determinar as facetas da opinião pública”, admite Hardt (2001, p 141) e confirma que Weber percebia as pressões econômicas e políticas sobre a mídia, em particular, por isso propôs um estudo relativo “às práticas do jornalismo e insiste em uma pesquisa científica social da imprensa” e seu

⁸Autor de artigo de fundo que reflete a opinião do jornal ou outra mídia

⁹*Evangelisch-soziale Zeitfragen* (1891), *Grandriss der Sozialökonomik* (1909)

papel social, cultural, econômico e político na sociedade moderna.

Comparado à sua obra densa, o texto da “sociologia da imprensa”, curto e direto, em linguagem coloquial, trata da produção social da notícia e da empresa de mídia, o “jornal”. Este ambicioso projeto de estudo, não realizado, antecipa as tendências e preocupações sociológicas deste fenômeno. Nele indica várias tarefas aos pesquisadores, a começar por “investigar, sobretudo, as relações de poder criadas pelo fato específico de que a imprensa torne públicos determinados temas e questões” e alerta que “em cada seção do jornal, começando pela seção política, essa relação de poder é extremamente diferente” (WEBER, 2005, p. 15).

Ao citar alguns exemplos da época, ele discorre sobre a importância da autonomia do jornalista em tornar públicos os fatos e sugere questões de pesquisa: “quais são as opiniões que existem hoje em dia a respeito, quais existiam antes, e quem são os que opinam?” (WEBER, 2005, p. 15) e aponta as diferenças entre os discursos jornalísticos britânico e americano. Também trata da autoria do texto jornalístico, das ações das fontes de notícias e dos interesses da empresa capitalista de mídia. Para ele, estas questões “conduzem ao jornalismo eventual”, ou seja, o confronto entre o “jornalismo ideal” e as práticas profissionais diversas, que determinam os graus de autonomia dos repórteres e os embates no campo jornalístico.

As problemáticas de Weber (2005, p. 18) se multiplicam: “De onde e como a imprensa obtém o material oferecido ao público? E, definitivamente: o que se oferece no final das contas?”. Desse modo adianta os estudos sobre as ações e estratégias das fontes de notícias que subvertem a ordem, ao produzir e oferecer conteúdo jornalístico “pronto para publicar”, porque dominam as técnicas e os “saberes” do jornalismo (SCHMITZ, 2011). Weber (2005, p. 18) analisa os modelos de jornalismo da época, de um lado o factual nos jornais americanos e de outro, a opinião na imprensa francesa, e propõe outras questões de pesquisa: “De onde, então, provém a diferença? De todos os modos, em ambos os casos a função social do jornal é totalmente distinta” e questiona o papel das agências de notícias (ou das assessorias de imprensa, na atualidade), que são, “em último caso, as fontes dessas notícias”.

Percebe ainda que na mídia não se encontram apenas notícias sérias e importantes (*hard news*), mas também amenidades (*features*) e entretenimentos: de palavras-cruzadas à crônica esportiva, de

classificados à resenha das novelas. Ainda avisa aos pesquisadores da importância de “prestar atenção ao produtor e perguntar pela sorte e pela situação do estamento¹⁰ jornalístico” (WEBER, 2005, p. 19). Ele entende que há uma variedade de “jornalismsos” no mundo, ao analisar as distintas ações sociais – jornalistas, públicos, fontes, proprietários de mídia, anunciantes – e propõe que se investigue “sobre como mudou, nos últimos tempos, a situação dos jornalistas profissionais em diferentes países”. Ao final indica mais problemas de pesquisa:

Primeiro, o que aporta a imprensa à conformação do homem moderno? Segundo, que influências ela exerce sobre os elementos culturais objetivos supraindividuais? Que deslocamento produz neles? O que se destrói ou é novamente criado no âmbito da fé e das esperanças coletivas, do ‘sentimento de viver’ - como se diz hoje em dia -, que possíveis atitudes são destruídas para sempre, que novas atitudes são criadas? (WEBER, 2005, p. 20).

Quando Weber apresentou o seu plano de pesquisa em 1910, a indústria jornalística emergia de um período de desenvolvimento, mudanças sociais e políticas tão profundas como na contemporaneidade. A tecnologia de impressão dos jornais, dos tipos móveis para a linotipo¹¹, permitia a produção em larga escala, para atender o número crescente de leitores. Também surgia um “novo jornalismo” nos EUA, com a introdução da reportagem, o uso de fotos, novas fontes tipográficas, diagramação mais atraente e vendável; similar aos impactos da internet na mídia global, um século depois, em especial na mudança do tratamento e difusão das notícias, com o aumento do número de fontes de notícias, comentários e interação com o público. “Para Weber, a sociologia não poderia ignorar a revolução que estava em curso na indústria da imprensa: suas implicações para a democracia e o desenvolvimento do capitalismo” (DICKINSON, 2013, p.199).

Bastin (2013b) relata os motivos da descontinuidade deste programa de pesquisa. Embora fosse um projeto pessoal, Weber envolveu vários sociólogos (entre eles Simmel, Sombart e Tönnies) e

¹⁰Neste caso, “estamento” envolve o *status* e as honrarias, ou a falta delas, um estilo profissional específico de um grupo social.

¹¹Máquina inventada por Ottmar Mergenthaler em 1886, na Alemanha, que funde em bloco cada linha de caracteres tipográficos, composta de um teclado.

jornalistas como aliados e colaboradores da pesquisa. Orçou o seu custo em 25 mil marcos na época (atualmente cerca de 290 mil euros) e assegurou em torno de 80% deste valor da Academia de Ciências de Heidelberg. Mas inúmeros fatos postergaram e interromperam os estudos, principalmente três processos judiciais de calúnia, entre 1911 e 1913. O primeiro envolvia a sua mulher Marianne ao ser difamada pelo seu trabalho de emancipação feminina; o segundo derivou de um artigo apócrifo que acusava Weber de não defender a honra da esposa, e o último decorre dos anteriores, ao identificar o difamador, Adolf Koch, professor da Universidade de Heidelberg, punido com perda das credenciais acadêmicas.

Suas críticas ao sistema de ensino e estes processos judiciais expuseram Weber na mídia de forma dúbia – principalmente pelas posições éticas contraditórias –, além de tomar o seu tempo, levando aos consequentes cortes do apoio financeiro. Marianne Weber (2005) revela uma das correspondências na qual ele desabafa: “estou farto e cansado de aparecer novamente como um Dom Quixote de um princípio supostamente inviável e de provocar ‘cenas embaraçosas’”. Em janeiro de 1919, um ano e meio antes de sua morte, Weber (2011, p. 86) retoma o tema e recomenda que se avaliem os produtores das notícias, “inquirindo sobre o *status* e a situação dos jornalistas hoje”. Ele verifica a emergência de um novo tipo de jornalista, em especial quanto a ideologia e objetividade, além da crescente carga de trabalho do jornalista em que a “necessidade de ganhar seu sustento escrevendo matérias diárias ou semanais é uma espécie de algema” (WEBER, 2013, p. 332).

Antecipa assim o debate sobre o estatuto profissional do jornalista, indicando sua maior responsabilidade em comparação a outras ocupações, embora tenha considerado a classe jornalística uma “casta de párias”, considerada pela sociedade os seus “representantes eticamente mais baixos”, carecendo de uma “classificação social fixa”. Segundo Bastin (2013a), ele fez esta comparação com base no sistema hindu de castas, a partir de seus estudos do hinduísmo e do budismo. Portanto, o termo “pária” deriva da ideia de um povo ou classe socialmente segregada, do mesmo modo que usou o conceito de “capitalismo pária” ao se referir à contribuição do judaísmo ao capitalismo moderno.

Também compreende a redução do grau de autonomia do jornalista perante as “grandes corporações de jornais capitalistas”, observando que “a influência política do trabalho do jornalista é cada vez

menor, enquanto o prestígio de magnatas da imprensa capitalista – a exemplo do lorde Northcliffe¹² – cresce cada vez mais” (WEBER, 2013, p. 333), bem como a heteronomia do jornalista perante os campos político e econômico, “com todos os inumeráveis grupos e pessoas que influenciam a vida pública e são influenciados por ela, supõem um campo impressionante para a investigação sociológica”, aponta Weber (2005, p. 37).

Em sua palestra proferida em 1919, ele parece querer se justificar pela descontinuidade da pesquisa sobre o jornalismo e a mídia, pois “nos limites desta palestra, não seria possível sequer traçar um esboço da sociologia do jornalismo moderno, que, sob todos os aspectos, constitui um capítulo à parte” (WEBER, 2013, p. 417). Assim, a pesquisa não foi além de uma proposta inicial, nem alcançou a sua maturidade empírica, tampouco consolidou-se como uma “sociologia da imprensa”. Mas o estudo do jornalismo pela sociologia teve um impulso com a proposta de Weber, segundo Dickinson (2013), em especial a partir das pesquisas de Robert Park (1923, 1940)¹³, Jürgen Habermas (2012) e Otto Groth (2012), seu discípulo.

Aliás, Weber foi professor de Groth na graduação em Ciência Política na Universidade de Munique e incentivador de suas pesquisas sobre jornalismo, iniciadas em 1910, com *Die zeitung (O jornal)*, uma enciclopédia de quatro volumes escrita em 15 anos e a trilogia *O poder cultural desconhecido*, exigindo outros 30 anos, e que se constitui “na obra mais importante da *ciência dos jornais*”¹⁴. Em 1915 Groth defendeu a tese de doutorado, em Tuebingen, uma análise de conteúdo da mídia, intitulada *A imprensa política de Württemberg*, cujo objeto do trabalho “foi determinado mais por Max Weber do que por seu orientador, o economista Robert Wilbrand” (MARHENKE, 2006, p. 157).

A maioria das pesquisas sobre o jornalismo é “midiacentrista”, em torno da redação, mas Weber avista além: o negócio, os constrangimentos econômicos, os impactos políticos, as interferências das organizações de mídia, do público, das fontes etc. Para Davis (2013) a pesquisa acadêmica “midiacentrista” ignora o pensamento weberiano, preferindo outros olhares teóricos, mas reconhece que Weber fornece

¹² Alfred Harmonswoth (1865-1922), visconde de Northcliffê, magnata da imprensa britânica, proprietário dos jornais *Daily Mail* e *Daily Mirror*.

¹³ Park fez doutorado em Filosofia na Universidade de Heidelberg (1899-1904), sob a orientação de Georg Simmel, tendo também como interlocutores Weber, Sombart e Tönnies.

¹⁴ Eduardo Meditsch e Liriam Sponbolz, no prefácio do livro de Groth (2006, p. 13).

alternativas valiosas para analisar o profissionalismo, a ética, a dinâmica da mídia, as relações com as fontes, o ambiente digital, enfim a sua função social. Weischenberg (2013) também vê vestígios de Weber na pesquisa contemporânea sobre o jornalismo e a mídia, com uma contribuição vital para compreender o mundo moderno.

Após mais de um século da proposta de Weber (1998, 2005) “para uma sociologia da imprensa”, ainda são raros os estudos da mídia pelo esquema weberiano, à exceção de trabalhos pontuais de alguns pesquisadores contemporâneos como do francês Bastin (2013), que estuda o jornalismo à luz do capitalismo moderno; Davis (2013), que realiza suas pesquisas no Reino Unido sobre o trabalho do jornalista, suas relações com as organizações de mídia e as fontes jornalísticas; igualmente o sociólogo britânico Dickinson (2013) defende a continuidade na sociologia contemporânea dos jornalistas e Weischenberg (2013) demonstra que as preocupações weberianas permanecem relevantes na área de pesquisa em jornalismo. Outros autores tangenciais a sociologia da mídia e do jornalismo de Weber: Schudson (1995, 2005, 2010), Schlesinger (1992), Hallin (1992, 2005) e Groth (2011) e sociólogos que tratam deste campo, a exemplo de Bourdieu (1994, 1997, 2005) e Habermas (2012), que reconhecem o pensamento weberiano.

1.2 SOCIOLOGIA REFLEXIVA

A presença de Pierre Bourdieu como suporte teórico instiga a aplicação da “sociologia dos sociólogos” baseada em uma constante vigilância epistemológica, amparada na sociologia reflexiva, como uma caixa de ferramentas úteis para trabalhar a *socioanálise*, na qual gravitam as noções interligadas de *habitus*, capitais e campo. Sua sociologia estimula a descoberta das práticas objetivas e das razões subjetivas que fazem os agentes agirem da forma como agem e leva o pesquisador a desconfiar “das coisas ditas, do significado literal das palavras e das ações” (WACQUANT, 2012).

O conceito de campo jornalístico é amplamente difundido, no sentido de que “a noção de campo é, em certo sentido, uma estenografia conceitual, de um modo de construção do objeto que vai comandar – ou orientar – todas as opções práticas da pesquisa”, que para Bourdieu (2007, p. 27) funciona “como um sinal que lembra o que há a fazer, a saber; verificar que o objeto em questão não está isolado de um conjunto

de relações de que retira o essencial das suas propriedades”. Portanto, “a teoria do campo orienta e comanda a investigação empírica. Obriga a formular a questão de saber a que é que se joga nesse campo” (BOURDIEU, 2004, p. 54), além de perceber suas especificidades e “escapar ao efeito de gueto”.

A noção de campo rompe “com a visão interacionista pelo fato de levar em conta a existência da estrutura de relações objetivas entre os laboratórios e os investigadores que comanda ou orienta as práticas”, porque “a visão relacional ou estrutural que introduz se associa a uma filosofia não posicionalista da ação que rompe com o finalismo, correlativo de um intencionalismo ingênuo” (BOURDIEU, 2004, p. 52), ao contrário, coloca o pesquisador à “procura da própria verdade”. Uma das virtudes dessa ideia é compreender o universo social como esfera de poder ou “jogo social”.

Ao analisar as limitações do conceito de campo, Lemieux (2014) contesta a sua aplicação a qualquer sistema de ação – embora explicitada de forma normativa pelo próprio Bourdieu. Ao contrário das concepções de *habitus* e capital, que possibilitam amplo uso na sociologia, a proposta de campo se limita a “uma realidade sócio-histórica transitória”, na qual predomina um “jogo social heterônomo”, sem a possibilidade de ascensão senão pelo poder. Por exemplo, “no processo de perda de autonomia, devido à pressão do campo econômico, o campo do jornalismo pressiona *todos os outros campos* a regredir em direção a heteronomia” (LEMIEUX, 2014, p. 393), ou seja, um “dilema do prisioneiro”, de perder ou ganhar, e vice-versa.

A ideia de *campo* está relacionada essencialmente às atividades “profissionais”, que no sentido de Bourdieu referem-se “aos ‘campos sociais’ relativamente autônomos, como espaços estruturados de posições, com suas implicações, suas regras de jogo, seus interesses, seus capitais e suas lutas específicas”, relaciona Lahire (2002, p. 33) ao examinar os problemas inerentes desta concepção. Para este autor, o sentido de campo pode levar a ignorar as incessantes passagens dos agentes de um campo para outro, relevar a situação daqueles que se definem fora da atividade-fim de determinado campo (é o caso dos agentes publicitários em uma empresa jornalística) e considerar “fora do campo” os desprovidos dos padrões sociais, como a falta de credenciais (diploma, registro etc.). Bourdieu prefere a designação “campo de poder”, pois qualquer campo é um espaço de conflito e competição:

Um campo é um campo de forças e um campo de lutas em que o jogo é o poder de transformar este campo. Em outras palavras, dentro de um campo, há uma competição pela apropriação legítima do que está em jogo na luta no campo. E, dentro do campo do jornalismo, há uma competição permanente para se apropriar do público [...] do acesso às notícias, a informação exclusiva e a raridade (BOURDIEU, 2005, p. 44).

A noção de campo jornalístico não tem utilidade se não em combinação aos conceitos de capital e *habitus*, este estendido como um conjunto de conhecimentos práticos incorporados ao longo do tempo e evidenciados pelas capacidades ativas, criadoras e inventivas de um agente. Bourdieu (2012, p. 61) explica que “*habitus*, como a palavra indica, é um conhecimento adquirido e também um haver, um capital (de um sujeito transcendental na tradição idealista), o *habitus*, a *hexis*, indica a disposição incorporada, quase postural –, mas sim de um agente em ação”.

O *habitus* jornalístico, fruto de uma interiorização da aprendizagem da profissão, decorre da forma de apurar e produzir uma notícia. Em certas seções na mídia, pensa-se numa quantidade de caracteres e avalia-se a matéria segundo as observações de seus pares. Muitos repórteres começam pela editoria de polícia até criar um *habitus*, um estilo adequado àquela mídia. Portanto, configura um universo de classificações e de possibilidades, que o agente internaliza e assume como apriorismos mentais e práticos que se fazem perceber, mas não são necessariamente percebidos, muito menos explicitados num cálculo racional. Nessa interiorização se aprende a ver o mundo segundo uma determinada importância (NEVEU, 2006).

O *habitus*, princípio orientador das práticas e gerador de estratégias, permite ao agente agir em situações imprevistas e em contínua mudança, “um sistema de disposições duráveis e transponíveis que, integrando todas as experiências passadas, funciona a cada momento como uma matriz de percepção, de apreciações e ações”, teoriza Bourdieu (2013c, p.57). A gênese de *habitus* ocorre na acepção aristotélica de *hexis*¹⁵ e também “já foi objeto de inúmeros usos anteriores, por autores tão diferentes como Hegel, Husserl, Weber,

¹⁵Do grego, traduzida para o latim como *habitus*

Durkheim e Mauss, de uma forma mais ou menos metódica”, reconhece Bourdieu (2004, p. 25), confirmando que sua inspiração está em Weber: “os agentes sociais obedecem à regra quando o interesse em obedecer a ela suplanta o interesse em desobedecer a ela” (BOURDIEU, 2004, p. 96).

Porém, encontra-se em Bourdieu (2007, 2009, 2013a, 2013c) “a mais completa renovação sociológica do conceito delineado para transcender a oposição entre objetivismo e subjetivismo: o *habitus*” como noção *mediadora* entre indivíduo e sociedade e “o modo como a sociedade torna-se depositada nas pessoas sob a forma de *disposições* duráveis ou capacidades treinadas e propensões estruturadas para pensar, sentir e agir de modos determinados”, reforça Wacquant (2007, p. 66), para quem “o *habitus* não é um mecanismo autossuficiente para a geração da ação: opera como uma mola que necessita de um gatilho externo”, por isso a análise do grau de autonomia requer uma tripla elucidação entre *habitus*, campo e capitais.

O *habitus* é a presença operante de todo o passado do qual é o produto: no entanto, ele é o que confere às práticas sua *autonomia relativa* em relação às determinações exteriores do presente imediato. Essa autonomia é a do passado operado e operante que, funcionando como capital acumulado, produz história a partir da história e garante assim a permanência na mudança que faz o agente individual como mundo no mundo (BOURDIEU, 2009, p. 93).

Trata-se ainda de um modo de designar uma “*postura de investigação*”, ao apontar um caminho para escavar as categorias implícitas por meio das quais as pessoas montam continuamente seu mundo vivido, que tem informado pesquisas empíricas”, acrescenta Wacquant (2007, p. 69), que constata, “em última análise, a prova do pudim teórico do *habitus* deve consistir em comê-lo empiricamente”. Isso instiga verificar o *habitus* que caracteriza a construção de uma profissão, aquilo que torna possível a realização de uma infinidade de tarefas, pois o “*habitus* é criativo, inventivo, mas dentro dos limites de suas estruturas”, alerta Wacquant (2012, p. 44).

A teoria do *habitus* permite avanços nas “pesquisas empíricas comparadas” admite Lahire (2002, p. 9-10), embora discorde da

insistência demasiada nos aspectos “sistemáticos” e “unificadores”, até “porque a realidade social encarnada em cada ator singular é sempre menos lisa e menos simples”, afinal uma pesquisa mostra um “retrato” de um grupo ou categoria social, nunca uma radiografia tridimensional do indivíduo nem sequer da maioria, por esse motivo um *habitus* heterogêneo e subjetivo e não uma aplicação generalizada, homogênea, “sistemática e universal”, como quer Bourdieu (2007, p. 163)

A posição do agente na estrutura cria um *habitus* de classe social (ou parte dela), uma matriz ou denominador comum das suas práticas e do grupo que, por sua vez, contribui para reproduzir o sistema de relações de classe que orienta as práticas do agente e a sua percepção das práticas de outros, pois a história de um é parte da história coletiva “e que nos diferentes *habitus* individuais estão todas as *variantes estruturais do habitus* de classe ou fração de classe” (ACCARDO, 2007, p. 46), que para Weber (2014) se trata de um comportamento de classe, sociologicamente relevante, puramente racional “de indivíduos economicamente ocupados”.

Bourdieu (2009, p. 100) explica que “cada *sistema de disposições individual* é uma *variante estrutural* dos outros, no qual se exprime a singularidade da posição no interior da classe e da trajetória”, visto que o *habitus* individual reflete a classe (ou grupo), como um sistema subjetivo, “mas não individual de estruturas interiorizadas, esquemas comuns de percepção, de concepção e de ação”, mas uma relação homogênea ou de “diversidade na homogeneidade” que une “os *habitus* singulares dos diferentes membros de uma mesma classe”, em que o *habitus* de um e do outro ator são duas variantes diferentes de uma mesma classe.

Isso permite entender que os “jornalistas não são bonecos mecânicos nas mãos invisíveis das microestruturas” nem egocêntricos, tampouco o consenso jornalístico configura uma *teoria da conspiração*, no dizer de Accardo (2007, p. 49), mas agem de forma prudente, mesmo em “*disposições fundamentalmente questionadoras*”, afinal seus “*valores e crenças dominantes são amplamente compartilhados por jornalistas* e que são mais ou menos ortodoxos variantes (ou seja, com uma dose variável de heresia), o dogma neoliberal” (ACCARDO, 2007, p. 53). Para isso, convém “retornar ao princípio unificador e gerador das práticas, ou seja, ao *habitus* de classe, como forma incorporada da condição de classe e do condicionamento” homogêneo, embora falíveis, conforme Bourdieu (2007, p. 97), a *classe incorporada*.

Há também uma flexibilidade que dá ao agente a gratificante sensação de não ser forçado, pois quando um jornalista “não concorda com o que é solicitado, esse desacordo porta, geralmente em um ponto particular, um aspecto parcial ou secundário da tarefa” (ACCARDO, 2007, p. 54), que não justifica um confronto, pois “a pressão irreduzível da atualidade e a necessidade de proporcionar um fluxo contínuo” de trabalho não permitem “parar e refletir”, mas geram insatisfações experienciais e falsas expectativas profissionais.

O *habitus* profissional refere-se à capacidade de operar as rotinas construídas ao longo de uma trajetória, uma “interiorização do exterior”, uma ação racional, isto é, o uso de certos conhecimentos, aliados ao raciocínio rápido e à improvisação regrada, entendida como a parte imprevista na ação planejada, o agir na urgência, considerados capitais do campo jornalístico, necessários para ingressar e permanecer nele. Para Bourdieu (2013b, p. 107), os capitais estão “no conhecimento (especializado) do objeto, o conhecimento (prático) que os agentes (os objetos) têm do objeto”. Isto é, para desfazer este aparente jogo de palavras, trata-se de um “ter” que se transforma em “ser”; adquirido a partir de um conjunto de esforços pessoais e do seu grupo, estabelecendo haveres “contábeis da física social” (BOURDIEU, 2006).

A noção de capitais designa recursos econômicos, simbólicos, culturais, sociais e políticos, inclusive os valores, de que o indivíduo dispõe para atuar em determinado campo. Desse modo, ao *habitus* adicionam-se os capitais que não se pode subtrair, isto é, do tipo que “depaupera e morre com seu portador”, segundo Bourdieu (2013c, p. 57).

Os capitais são herdados ou adquiridos a partir de um conjunto de esforços pessoais e da coletividade, a exemplo dos valores profissionais. Para um repórter pode ser inclusive uma agenda de telefones e *e-mails* de fontes, a descoberta de um escândalo etc. Além do capital simbólico, ao jornalista interessa o capital social, pelo conjunto de relações, ideais, obrigações úteis que podem ser mobilizadas por ele ou pelo grupo ao longo de sua trajetória profissional e social. Por conseguinte, os campos jornalístico, acadêmico, literário, jurídico, econômico e político pertencem à categoria dos instrumentos sociológicos de Bourdieu. Trata-se de espaços sociais relativamente autônomos, nos quais se travam os embates.

Pode-se adicionar a estes conceitos as noções bourdieusianas de *doxa* e *illusio*, pressupostos de inclusão a certo campo. A *doxa* (crença

comum, opinião) é uma “fé prática”, a experiência primeira do mundo, relação de crença imediata que faz o indivíduo aceitar o mundo como evidente. Enquanto *illusio* remete à ideia de engajamento, “da *prática a prática*, sem passar pela consciência”, um investimento múltiplo: psicológico, intelectual e profissional no embate do campo. Um jornalista crítico e corajoso tem os capitais para atuar no jornalismo investigativo, isto é, ele tem uma motivação, uma energia motriz (*illusio*), que o impulsiona a arriscar-se em ser um correspondente de guerra, por exemplo (NEVEU, 2006).

A trajetória e a estratégia profissional demonstram que “a convocação e o emprego dos esquemas cognitivos e motivacionais que compõem o *habitus* são acessíveis à observação metódica reflexiva” (WACQUANT, 2007, p. 70). Conforme Bourdieu (2008, p. 705), a reflexividade, “sinônimo de método”, possibilita analisar os dados e os discursos, “não somente a estrutura conjuntural da interação, mas também as estruturas invisíveis”, que propõem “uma *reflexividade reflexa* baseada num ‘trabalho’, num ‘olho’ sociológico, que permite perceber e controlar no *campo*, na própria condução da pesquisa, os efeitos da estrutura social na qual se realiza”. Complexa e múltipla, esta metodologia convida a uma *análise metódica das variações da significação*, como “condição indispensável para obter o conhecimento científico do objeto”.

Assim, a sociologia reflexiva pressupõe uma atividade racional, nos moldes propostos por Weber (2001, 2014) e por Bourdieu (2006, p. 18):

Não como uma espécie de busca mística, de que se fala com ênfase para se sentir confiante – mas que tem também o efeito de aumentar o temor ou a angústia: esta postura realista – o que não quer dizer cínica – está orientada para a maximização do rendimento dos investimentos e para o melhor aproveitamento possível dos recursos, a começar pelo tempo de que se dispõe.

Trata-se de um discurso de exposição e risco: “quanto mais a gente se expõe, mais possibilidades existem de tirar proveito da discussão e, estou certo, mais benevolentes serão as críticas ou os conselhos”, afirma Bourdieu (2006, p. 18), que recomenda adotar o estilo de Flaubert: “pintar bem o medíocre” para evitar erros e receios, pois “o

homo academicus gosta do acabado”, mas uma tese representa uma peça entabulada. Por isso, “é preciso saber converter problemas muito abstratos em operações científicas inteiramente práticas” (BOURDIEU, 2006, p. 20), relegando o “monoteísmo metodológico” e passar a “pensar *relacionalmente*”, de maneira realista, pois “o real é relacional”. O êxito da análise relacional de um conjunto de agentes principia na construção de um objeto “preciso e bem circunscrito”.

O autor desta tese atuou em empresas de mídia, por isso o cuidado, quando o pesquisador fez ou faz parte do objeto de estudo, para não incorrer na tentação da visão pronta e antecipada. Para Bourdieu (2001, p. 5), “não se entra na sociologia sem romper com as aderências e adesões através das quais pertencemos a grupos, sem abjurar as crenças construtivas dessa pertença e renegar todo e qualquer laço de afiliação ou filiação”. A sociologia reflexiva desempenha uma espécie de *socioanálise*, que permite compreender e suportar aspectos, a princípio, insuportáveis; trata-se de “um esforço para escapar do que é provavelmente uma das tentações inerentes à profissão de sociólogo, a tentação de assumir um ponto de vista absoluto sobre os objetos estudados” (BOURDIEU, 2000, p. 72).

Construir um objeto coerente de relações pressupõe “uma postura ativa e sistemática”, isto é, “trata-se de interrogar *sistematicamente* o caso particular... para retirar dele as propriedades gerais ou invariantes que só se denunciam mediante uma interrogação assim conduzida”, exorta Bourdieu (2006, p. 32) certo de que o “raciocínio analógico, que se apoia na intuição racional das homologias” concorre para “o *método comparativo*, que permite pensar relacionalmente um caso particular constituído”, porém exige romper com as pressuposições do senso comum, vulgar ou douto. Daí a necessidade da pesquisa em “transmitir ao mesmo tempo instrumentos de construção da realidade, problemáticas, conceitos, técnicas, métodos, e uma formidável crítica, uma tendência para pôr em causa esses instrumentos” (BOURDIEU, 2006, p. 45).

Para fazer ciência, deve-se recusar a certeza do saber definitivo, “evitar as aparências da cientificidade, contradizer mesmo as normas em vigor e desafiar os critérios correntes do rigor científico”, alerta Bourdieu (2007, p. 72). O campo jornalístico, difuso e relativamente autônomo, abriga uma profissão cujos limites são imprecisos. Ainda conforme Bourdieu (2005, p. 42), “o campo jornalístico está a perder cada vez mais a sua autonomia... cada vez mais heterônomo, cada vez mais dominado

pelo seu polo mais heterônimo”, pois as suas práticas são difusas e às vezes adversas aos ideais da profissão e às teorias do jornalismo.

Portanto, a sociologia reflexiva “impõe que se lute, por todos os meios, contra a inclinação primária, para pensar o mundo social de maneira realista”, indica Bourdieu (2007, p. 27), para que se dê primazia às relações. Por isso, a disposição em pensar relacionalmente para compreender melhor a (des)conexão entre os ideais, o que é importante para o jornalista; as percepções do que é comum no seu trabalho; e as práticas jornalísticas efetivas, verificadas nos resultados.

Nesse sentido, reafirma-se buscar elementos e suporte para *compreender*, apoiado na sociologia reflexiva, o *habitus* profissional, os capitais utilizados e os embates no campo jornalístico, para delimitar os graus de autonomia do jornalista, sob o *olhar sociológico*, a partir da *objetivação participante*, como indica Bourdieu (2006, p. 54), para “apreender uma realidade oculta, que só se descobre encobrindo-se, que só se mostra enquanto fato banal das interações em que se dissimula a si própria”.

1.2.1 Bourdieu e o campo jornalístico

São várias as contribuições de Bourdieu para uma *socioanálise* do campo jornalístico, sem *reverências* ou *deferências*, como ele provavelmente diria. O seu pensamento a respeito desta questão não começa de repente em 1996 *sobre a televisão* e está longe de ser uma obra única, mas se propaga em suas intervenções (entrevistas, conferências, artigos) e inclui algumas obras que não tratam especificamente da mídia, mas constituem um fundo e um complemento indispensável para a compreensão do campo jornalístico. Já na sua conferência em Arras, em 1971, ao criticar os institutos de pesquisa, Bourdieu (2003, p. 235) demonstra que “a opinião pública não existe” e refuta inadequado a mídia representar as opiniões em forma de porcentagens, pois essa “opinião pública é um *artefato* puro e simples cuja função é dissimular que o estado da opinião em um dado momento do tempo é um sistema de forças, de tensões”.

No ano seguinte aborda, em artigo, os “doxófogos” (entre eles, jornalistas políticos e intelectuais mediáticos), intérpretes e produtores simbólicos da opinião pública, principalmente quando utilizam metadisursos para tornar-se um fato em notícia credível, “que nos fazem acreditar que as pessoas falam, as pessoas continuam falando sobre todos

os assuntos importantes. Mas o que nunca é questionado, são os problemas de produção que se colocam às pessoas” (BOURDIEU, 2002b, p. 84), pois, “ao expressar certo *alarde de objetividade*, o esforço do observador imparcial mantém uma distância igual a todos os extremos e todas as formas de extremismo, tão indecentes quanto insensatos”.

A partir de meados dos anos de 1970, Jacques Derrida, Gilles Deleuze, Michel Foucault e Bourdieu – “cujas famas foram quase inteiramente feitas na imprensa” –, desencadearam uma reação contra a mídia, “de aliada à adversária”, por querer “julgar” as obras acadêmicas e se puseram a analisar criticamente o campo jornalístico, com o propósito de bloquear “uma investigação crítica sobre as práticas acadêmicas... e reafirmar seu monopólio sobre as coisas intelectuais”, segundo Lagasnerie (2007)¹⁶. Em suma, “a ciência está em perigo e, por isso, torna-se perigosa”, perceptível neste ataque de Bourdieu (1994, p. 7):

Existem condições econômicas e culturais para o acesso ao julgamento de um trabalho científico e não se pode dispor ao sufrágio universal (ou à pesquisa de opinião), para resolver os problemas da ciência (ainda que por vezes se faça isso, indiretamente, sem saber) sem aniquilar ao mesmo tempo as próprias condições da produção científica, isto é, a barreira à entrada, que protege a cidade científica contra a destruidora irrupção de princípios de produção e avaliação externos, e portanto, impróprios e deslocados.

Além da recusa do julgamento interno dos pares, segundo Lagasnerie (2007), incomodava a Bourdieu a crítica externa, do “jornalista intelectual”¹⁷ ou “escritor não-escritor”, como uma “ameaça” à qualidade da produção intelectual:

As forças e as manipulações jornalísticas podem agir também, de maneira mais sutil, pela lógica do cavalo de Troia, isto é, introduzindo nos universos autônomos produtores heterônomos que, com o apoio das forças externas, receberão uma

¹⁶ Em contraponto ao artigo *L'emprise du journalisme*, de Bourdieu, Lagasnerie escreveu o livro *L'empire du l'université*

¹⁷ Expressão cunhada por Bourdieu

consagração que não podem receber de seus pares (BOURDIEU, 1997, p. 85).

Para Bourdieu “a sociologia é um esporte de combate”. Por isso, soube fustigar e provocar os diversos agentes dos campos sociais, inclusive o jornalismo, por entender que o acesso ao espaço público seria controlado quase completamente pelos jornalistas. Segundo Bourdieu (2011, p. 212):

Há uma ideologia profissional do jornalismo segundo a qual os jornalistas proporcionam verdade, informação, crítica, subversão. Ora, essa autoimagem é contraditada pela análise e a observação; não é uma imagem fundada. Não penso que os jornalistas sejam os mais bem situados para dar acesso ao espaço político. Pelo contrário, eles contribuem bastante fortemente para a manutenção da fronteira, da censura que tende a excluir as maneiras não conformes à ortodoxia, à *doxa*.

Em coautoria com Patrick Champagne, volta ao tema da “opinião pública” em 1989. Neste ano o interesse de Bourdieu pelo campo jornalístico se aguçou, quando o governo francês privatizou para o grupo Bouygues, da construção civil, a TF1, o primeiro canal de TV da França e o único por 28 anos. Na época existia ainda a emissora estatal Antena 2 (1975) sucedida pela France 2 (1992). A primeira TV a cabo, a Canal Plus, foi criada em 1988. Neste ínterim ocorreram várias intervenções suas em programas de entrevistas e telejornais nos quais busca despertar a vigilância e a consciência dos jornalistas quanto a manipulação das informações. Envolvido pelo debate público, Bourdieu (1994) publica um artigo sobre a “influência do jornalismo”, incluído no livro *Sobre a televisão*, lançado em 1996 (BENSON; NEVEU, 2005).

Em três ocasiões Bourdieu (1994, 1997, 2005) aborda enfaticamente o “campo jornalístico”¹⁸. Esta preocupação de Bourdieu (1994) surge com a publicação do primeiro artigo. Dois anos depois, em 1996, ele apresenta duas análises da televisão em forma de aulas magistrais, que deram origem ao livro *Sobre a televisão*, que permaneceu

¹⁸Nos artigos sobre “a influência do jornalismo” e “o campo jornalístico” e no livro “sobre a televisão”.

na lista dos dez mais vendidos durante meses na França e rechaçado pelos jornalistas. Neste mesmo tempo, o seu grupo de pesquisadores e bourdieusianos aplicaram conceitos de sua sociologia para pensar uma sociologia das práticas jornalísticas, por Accardo (2007); a relação entre os meios de comunicação, política e opinião pública, por Champagne (1995); os subcampos do jornalismo especializado em diferentes categorias e dimensões diferenciadas, por Marchetti (2002) e as transformações do jornalismo econômico, por Duval (2004).

Na contribuição de Bourdieu (1994, 1997) está a discussão no espaço público acerca dos meios de comunicação em geral, da televisão, da produção jornalística e do consumo das notícias, em particular. Ele soube aproveitar seu espaço acadêmico e mediático para lançar a discussão em torno deste campo, demonstrando como o jornalismo pode se converter em instrumento de opressão simbólica. Em uma de suas intervenções dirigidas aos donos dos grandes grupos mediáticos, afirma que o poder simbólico nas mais diferentes sociedades era distinto do poder político ou econômico, “mas hoje está nas mãos das mesmas pessoas, que detêm o controle dos grandes grupos de comunicação, isto é, do conjunto dos instrumentos de produção e difusão dos bens culturais” (BOURDIEU, 1999).

Ele caracteriza as propriedades do campo jornalístico (o *furo*, a uniformidade da oferta, o tempo de produção, a relação entre os profissionais), os efeitos deste campo, até chegar à questão da ética jornalística, a qual ultrapassa os velhos preceitos estoicos (sobrecarregando pessoas de responsabilidades desmedidas) para propor a construção de ambientes propícios para a efetivação de ações consideradas éticas. Percebe também uma relativa autonomia como uma das principais particularidades do campo jornalístico, fruto das interferências das fontes, dos anunciantes, da política, do público etc. Propõe ainda criar um curto-circuito através da “lei dos meios”, a crítica mútua que se pratica nos vários campos.

A teoria de campo tem influência de Weber (2004). Ao procurar isolar as propriedades weberianas de esfera pública, Bourdieu (2006, p. 68) reconhece que

a teoria geral dos campos que, pouco a pouco se foi assim elaborando, nada deve, ao contrário do que possa parecer, à transferência, mais ou menos repensada, do modo de pensamento econômico, embora, ao reinterpretar numa perspectiva

relacional a análise de Weber, que aplicava à religião um certo número de conceitos retirados da economia (como concorrência, monopólio, oferta, procura, etc.), me achei de repente no meio de propriedades gerais, válidas nos diferentes campos, que a teoria econômica tinha assinalado sem delas possuir o adequado fundamento teórico.

O conceito de campo jornalístico desenvolvido por Bourdieu (2005) e seus colaboradores explica as restrições e os processos envolvidos na produção jornalística, concentrados no consumo e não na produção de notícias. Para ele “pensar em termos de campo é pensar relacionalmente”, acrescentando que “em termos analíticos, um campo pode ser definido como uma rede ou uma configuração, de relações objetivas entre as posições”. Confirma que o campo jornalístico, relativamente autônomo, sofre influência dos campos vizinhos, por isso heterônomo, “um campo autônomo muito fraco”:

Por fraco que seja, significa que não se pode compreender o que acontece lá simplesmente na base de conhecimento do mundo circundante: para entender o que ocorre no jornalismo, não é suficiente saber quem financia as publicações, que os anunciantes estão pagando pela publicidade, de onde os subsídios vêm, e assim por diante. Parte do que é produzido no mundo do jornalismo não pode ser entendida a menos que se conceitue este microcosmo, como tal, e se esforce para entender os efeitos que as pessoas envolvidas neste microcosmo exercem uns sobre os outros (BOURDIEU, 2005, p. 33).

Se Bourdieu (2005) concentra-se nas relações externas do jornalismo com os campos, os pesquisadores dos EUA discutem diferentes impactos no campo jornalístico, relacionados à democracia. Schudson (2005) vê uma fé ingênua em Bourdieu e argumenta que em vez de tentar preservar a sua autonomia, o jornalismo deve permanecer aberto ao social, à política e até mesmo às correntes econômicas. Benson (2005) compara o jornalismo francês – político e literário – e o americano, informacional, no qual os campos econômicos e políticos intervêm com a lógica de mercado. Darras (2005) examina os principais *talk shows* políticos americanos e franceses e deduz que a teoria de

campo se apresenta como ferramenta empírica para compreender as relações e as hierarquias de campos complexos e variados.

Berger (2003), nos seus estudos do campo jornalístico, percebe que Bourdieu separa a teoria da interpretação e “ênfatiza que os fenômenos contemporâneos existem em relação e propõe a noção de campo para examinar situações concretas”. Segundo a autora a noção de campo, emprestada de Bourdieu, possibilita apreender “a particularidade na generalidade e a generalidade na particularidade”. A hipótese da autora presume que é da natureza do jornalismo fazer crer e o jornalista, como um trabalhador, produz ideias, valores, imagens e sons. Ainda no Brasil destacam-se as pesquisas sobre campo jornalístico e a pauta (MARQUES, 2017), o jornalismo como profissão (PETRARCA, 2007) e o campo da comunicação (LOPES, 2003; MIRANDA, 2005).

Também o português Manuel Pinto (1999, p. 79) dedica-se ao campo jornalístico, que se “constitui uma esfera com um relativo grau de especificidade e de autonomia”. Ao mapear o campo das fontes jornalísticas, ele constata o “efetivo reconhecimento da legitimidade e a esfera própria de autonomia que assiste a cada um dos campos”, do jornalismo e das fontes, percebe Pinto (2000, p. 283), a quem Bourdieu constitui “bom enquadramento e ponto de apoio para ancorar o itinerário de reflexão sobre o jornalismo, itinerário que é necessariamente de aproximação, de interrogação, de compreensão” (PINTO, 2007).

Outra contribuição de campo vem de Hallin e Mancini (2004), que desenvolveram estudos comparativos de sistemas de mídia, a partir de modelos de mídia e política. Para analisar o jornalismo no nível sistêmico eles confrontam a teoria de campo de Bourdieu com a teoria de diferenciação neoparsoniana de Jeffrey Alexander (2014), funcionalista e normativa, e o modelo de Jürgen Habermas, de esfera pública. Consideram que a teoria de campo apresenta vantagens para determinar os graus de autonomia do jornalista, em especial quanto às práticas, cooperação e à concorrência entre jornalistas, bem como para apontar a relação intercampo político e econômico.

Neveu (2005) aponta outra divergência à teoria de campo, frente às escolas de Frankfurt e de Estudos Culturais Britânicos, sob o argumento contrário de que Bourdieu, ao tratar do campo jornalístico, desprezou as audiências nem deu entendimento complexo à estrutura e agência. Contesta a visão destas escolas de que Bourdieu retrata o público como passivo ou “idiotas culturais”. Ele reputa a teoria de campo viável para análises interdependentes de campo (produção), forma

(discurso) e recepção. Também Klinenberg (2005) concebe a teoria de campo, articulada com os conceitos de capital e *habitus*, útil para mapear os desafios que os jovens ativistas de mídia enfrentam para mudar o jornalismo.

Mas Lahire (2002, p. 11) permite-se “contradizer, refutar, completar, matizar o pensamento” de Bourdieu, sem ser pró ou contra o autor. Suas críticas se concentram nos conceitos de *habitus*, por não insistir o suficiente nas múltiplas experiências de socialização, e de campo, por utilizar a imagem do “jogo social” como uma simples maneira de se fazer compreender. Nesse sentido, aponta que Bourdieu analisa o campo jornalístico sem embasamento de uma pesquisa empírica e faz contextualizações “supersimplificadas”, que se encontram alhures em diversas de suas obras, as quais considera propostas de suporte a estudos sociológicos nem sempre infalíveis.

1.4 MÉTODO E TÉCNICA DE PESQUISA

O projeto *Journalistic role performance around the globe* (MELLADO; HELLMUELLER; DONSBACH, 2017) e similares – *The Global Journalist* (WEAVER, 1998), *The Global Journalist in the 21st Century* (WEAVER; WILLNAT, 2012), *The Worlds of Journalism Study* (HANITZSCH et al., 2011), *Comparing Media Systems* (HALLIN; MANCINI, 2011), *Media Systems in the BRICS Countries* (NORDENSTRENG; THUSSU, 2015) e *Comparative European Journalism* (ÖRNEBRING, 2017) – adotam como metodologia a análise comparativa internacional para apurar as culturas, valores e papéis profissionais no jornalismo.

A partir de meados da década de 1990 este método ganhou novas perspectivas teóricas e empíricas em projetos comparativos transnacionais sobre a cultura jornalística, que mostram a diversidade de um conjunto de ideais e práticas convergentes e divergentes, pelas quais os jornalistas legitimam os seus papéis em diferentes países. Os trabalhos de Weaver (1998), Weaver e Willnat (2012), Hanitzsch et al. (2011), Hallin e Mancini (2011), Nordenstreng e Trussu (2015), Örnebring (2017), Mellado e Hellmueller (2017) são pesquisas internacionais comparativas robustas.

Antes havia “pouca investigação comparativa em nível internacional sobre as orientações e valores profissionais dos jornalistas”, constata Henningham (1984, p. 323). Ao analisar as “comunidades

jornalísticas australianas e norte-americanas”, este autor percebeu “perspectivas profissionais amplamente semelhantes”, em especial, os valores de grupo quase idênticos na maioria das práticas. Pela sua visão anglo-americana triunfalista, a “conclusão sugere que os valores profissionais no jornalismo sejam universais (pelo menos no caso das democracias modernas ocidentais)”.

Desde 1992, David Weaver vinha levantando o perfil do jornalista típico norte-americano e a partir de 1996 estendeu os estudos para outros países em duas pesquisas, que além dos dados demográficos, abordaram os valores da profissão (contação rápida de histórias, análise, interpretação e investigação de governos), métodos de investigação (sigilo de fontes e informações pagas), aspectos funcionais (incluindo a autonomia) e a imagem dos jornalistas perante o público. Weaver e Lars Willnat, pesquisadores da Universidade de Indiana, coordenaram inicialmente de 1996 a 1998 e ampliaram em 2009 e 2010, estudos descritos como comparativos em 21 e 31 países, respectivamente.

Eles apontam o perfil dos jornalistas: onde e como exercem a sua função, as suas ideias, atitudes profissionais, questões éticas, papéis, percepção de autonomia, condições de trabalho etc. Estes estudiosos concluíram que não há “um padrão universal a respeito da profissão”. Mas as análises comparativas se tornaram “mais teórica e metodologicamente sofisticadas, com foco predominante em normas e valores jornalísticos, o que tem limitado o valor desses estudos”, admitem Weaver e Villnat (2012, p. 545) ao mesmo tempo que reconhecem a sua validade e “devem ser prosseguidas no futuro com mais pesquisas comparativas”.

No Brasil coube a Heloiza Golbspan Herscovitz (2012) realizar uma enquete com 624 respostas, em 2009, mas sem comparar a atuação do jornalista brasileiro aos profissionais em outros países. Conforma-se com os dados demográficos e avança no “pensamento do jornalista brasileiro” quanto aos níveis de insatisfação com a profissão relacionados a não obrigatoriedade do diploma de jornalismo, baixos salários, elevada carga horária, instabilidade no emprego, pouca oportunidade de carreira e interferências na produção de conteúdo. Apenas 25% se diziam otimistas com a profissão. Apontava ainda que as mídias digitais contribuem para a rápida distribuição da informação, participação do público, variedade de conteúdo e o acesso às fontes; mas reduzem a precisão e a credibilidade das notícias, a responsabilidade jornalística, o jornalismo investigativo e a qualidade da análise

jornalística.

Antes, Herscovitz (2001) havia pesquisado o que pensam os jornalistas paulistas sobre a profissão em comparação aos colegas americanos e franceses. Os resultados indicaram uma influência da cultura americana no jornalismo brasileiro: a maioria preferia a língua inglesa (75%) ao francês, filmes americanos (44%), estudar (59%) e viajar profissionalmente (37%) para os Estados Unidos, ler escritores americanos (15%) e brasileiros (47%), mas o índice sobe (45%) quando o assunto é economia e tecnologia de autoria americana. Preferem ler *New York Times* (49%), *Newsweek* e *Time* (ambas 38%). Assistem canais de TV americanos (45%), principalmente a CNN. Conforme a pesquisa, “os brasileiros são os mais insatisfeitos com o trabalho (11%) comparado com americanos (3%) e franceses (4%) ... quanto ao salário (76%), promoção (70%), autonomia (76%) e política editorial (67%), mas a maioria (90%) pretende continuar na profissão”.

Outra investigação comparativa, liderada por Thomas Hanitzsch, da Universidade de Munique, foi realizada entre 2007 e 2009, em 18 países, com o propósito de entender melhor as visões jornalísticas de mundo e as mudanças que impactam na profissão, bem como as condições e limitações sob as quais operam as funções sociais do jornalismo num mundo em transformação. No geral, os resultados “mostram que o desapego e o não-envolvimento nas informações políticas e de governos são consideradas funções jornalísticas essenciais no mundo” (HANITZSCH et al., 2011, p. 273). No Brasil, o trabalho de campo foi conduzido por Sônia Virgínia Moreira, sob a coordenação na América Latina e Caribe de Claudia Mellado, do Chile, uma das coordenadoras do projeto JRP.

O estudo coordenado por Hanitzsch engloba três esferas: a função institucional, epistemológica e ética, subdivididas em sete dimensões (intervencionismo, distância do poder, orientação de mercado, objetividade, dados empíricos, relativismo e idealismo), que supostamente determinam as variações da cultura jornalística a nível nacional, organizacional e profissional. Esser e Hanitzsch (2012, p. 24) empreenderam uma revisão analítica das questões conceituais e metodológicas e acreditam que a pesquisa comparativa “está evoluindo da descrição para a explicação, da simplificação para a sofisticação teórica, da escolha acidental de casos para uma seleção sistemática e muitas vezes, de evidências fúteis para o rigor metodológico”.

Uma terceira pesquisa foi empreendida por Daniel Hallin

(Universidade da Califórnia) e Paolo Mancini (Universidade de Perúsia, Itália), que, após desenvolverem um projeto comparativo de análise das relações entre mídia e política, aplicaram uma enquete em 18 países da América do Norte e Europa Ocidental, identificando três modelos de sistemas midiáticos (liberal, corporativista democrático e pluralista polarizado), sustentados em quatro pilares de análise comparativa: desenvolvimento de mercados midiáticos, paralelismo político, profissionalismo jornalístico e grau e natureza de intervenção do estado no sistema midiático (HALLIN; MANCINI, 2011). Ao criticar o esquema do “paralelismo político”, Albuquerque (2012, p. 15) considera esta análise “fortemente influenciada por expectativas que fazem todo o sentido no contexto do jornalismo americano, mas não necessariamente em outros países”.

As pesquisas colaborativas comparativas internacionais refinam-se, a exemplo do projeto sobre os sistemas de mídia e doutrinas jornalísticas que ocorre na coalizão da política global BRICS – Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul – ao examinar os papéis, a liberdade e a independência dos meios de comunicação e dos jornalistas nestes países, em especial ao apontar as semelhanças e diferenças. O projeto, financiado pela Universidade da Finlândia, desenvolveu-se no período de 2012 a 2016. A proposta é manter um distanciamento crítico do conceito de BRICS com o objetivo de construir concepções teóricas além das tradicionais teorias de predominância americana e euro ocidental e trata o jornalismo para além dos ambientes comuns de informações, incluindo o entretenimento e as novas mídias (NORDENSTRENG; THUSSU, 2015).

Örnebring (2017), ao relatar e analisar uma pesquisa de jornalismo comparado em seis países europeus¹⁹, a partir de entrevistas com 63 jornalistas, destaca a *autonomia percebida*, limitada pela política editorial, hierarquia organizacional, influências políticas e econômicas, pressão dos assessores de imprensa, do público (audiência) e inclusive pelos mimos e subornos. Por conta disso, considera que “para a maioria destes jornalistas nos países estudados há pouca autonomia”. Ele reconhece, a partir das concepções de Freidson (2001), como “autonomia profissional, o direito de uma profissão de governar a si mesma, de formular seus próprios deveres profissionais e códigos estabelecidos para garantir o

¹⁹Alemanha, Itália, Reino Unido, Suécia, Estônia e Polônia.

desempenho de suas funções, determinando coletivamente quais habilidades são essenciais para a profissão” (ÖRNEBRING, 2017, p. 184).

Neste contexto insere-se o projeto *Journalistic role performance* (MELLADO; HELLMUELLER; DONSBACH, 2017), igualmente uma pesquisa comparativa, mas que verifica as (des)conexões entre os ideais, percepções e as práticas efetivas no jornalismo, ao analisar as diferentes dimensões de papéis profissionais na produção da notícia. Além de comparar as funções, o projeto busca compreender a influência dos vários campos sobre as práticas do jornalismo, ao induzir o desvio dos seus ideais, ou seja, “conjuntos de ferramentas e habilidades que garantam a autonomia do jornalismo das forças heterônomas (por exemplo, a influência política ou constrangimentos econômicos)”, preconiza o projeto JRP (2014), cujo mérito, para os fins desta tese, está em fornecer dados que permitem analisar e estimar os graus de autonomia dos jornalistas brasileiros.

Isso alarga o escopo de pesquisas simulares, ao combinar o estudo da produção noticiosa com a investigação sobre os papéis profissionais. O trabalho de campo abrange duas etapas: a análise de conteúdo dos itens noticiosos e a inquirição aos jornalistas que produziram essas matérias. A partir de uma conceituação teórica e empírica clara sobre os papéis profissionais, uma abordagem sociológica contribui para compreender os embates de poder no campo jornalístico e no entorno dele, pois “o resultado da tensão para atender às diversas expectativas de práticas e ideais diferentes fica visível nas notícias”, salientam Hellmueller e Mellado (2014, p. 8), coordenadoras do projeto.

A tese vale-se dos dados do projeto JRP (2014) e fundamenta-se nas articulações entre os dados empíricos (análise de conteúdo e *survey*) e a teoria – neste caso a sincronia da metodologia compreensiva de Weber (2001, 2014) e da sociologia reflexiva de Bourdieu (2006, 2012) –, que sustentam e constroem a explicação sociológica para aferir os graus de autonomia entre os ideais do jornalismo, as percepções do que é comum no trabalho e as práticas profissionais efetivas na atuação do jornalista brasileiro. Isso possibilita revelar as peculiaridades dos papéis da profissão de jornalista e tornar “visível o invisível”, como preconiza Bourdieu (2007, p. 190).

A aplicação articulada de métodos e técnicas de pesquisa na sociologia auxilia a “descobrir regularidades, perceber deslocamentos e transformações, construir modelos e tipologias”, sustentam Schneider e

Schmitt (1998, p. 49), bem como a identificar “continuidades e descontinuidades, semelhanças e diferenças, explicitando as determinações mais gerais que regem os fenômenos sociais”. Essas premissas implicam em uma série de passos associados, que servem como bússola no processo de pesquisa, capazes de indicar o rumo entre os dados empíricos e a metodologia.

Na análise de conteúdo comparativa, os resultados são tratados para serem significativos e válidos, a partir de operações estatísticas e provas de validações, *inferências* e *interpretação* dos dados obtidos –, compreendidos, na perspectiva de Weber (2001, 2014), que exige a sua “explicação”. A inferência segue as indicações de Bourdieu (2006, 2012), ao “realizar uma análise de conteúdo sobre a análise de conteúdo”, no dizer de Bardin (2011, p. 139) ao constatar a dificuldade em “obter-se uma inferência válida, sem se recorrer a dados complementares obtidos por outras técnicas de investigação”, por exemplo, a enquete (*survey*). A opinião é corroborada por Kolmer (2008, p. 128): “em conexão com outros métodos, a análise de conteúdo oferece novas percepções sobre a natureza do jornalismo em mudança no mundo”.

1.4.1 A análise de conteúdo

Weber propôs (1998, 2005) uma série de análises comparativas, quantitativas e qualitativas, entre o jornalismo de um país e de outro, contemplando desde a forma de leitura, a narrativa, o conteúdo das reportagens, a diagramação, a liberdade de imprensa (relativa) nos países democráticos e de regimes ditatoriais, a influência cultural, a promoção de “famosos” e outras questões “abertas ao debate”, pois uma “pesquisa visa nada mais do que uma determinação puramente científica de fatos objetivos” (WEBER, 1998, p. 120).

A análise de conteúdo comparativa apresenta-se como um método científico de grande utilidade na pesquisa de jornalismo, pela sua “descrição objetiva, sistemática e quantitativa” (BERELSON²⁰, 1971, p. 18), bem como pela *inferência* e *interpretação* (BARDIN, 2011), ideal para “comparar o conteúdo jornalístico de diferentes mídias”, reforça Herscovitz (2008, p. 123-124) e “para entender um pouco mais sobre

²⁰Auxiliado por Paul Lazarsfeld, pioneiro na análise sociológica da mídia, Bernard Berelson lançou a primeira obra sobre o método de análise de conteúdo, em 1952.

quem produz a notícia e também estabelecer alguns parâmetros culturais implícitos e a lógica organizacional por trás das mensagens”. A sociologia tem se interessado por este método desde o início do século 20, a partir de Max Weber, que viu o conteúdo de mídia como um meio de monitorar a “temperatura cultural” da sociedade (HANSEN et al., 1998, p. 98).

Os trabalhos pioneiros, orientados pelo paradigma positivista, eram relacionados ao florescimento do jornalismo sensacionalista nos Estados Unidos nas últimas décadas do século 19. “Ao assumir a perplexidade da sociedade civil diante desse fenômeno, as primeiras escolas norte-americanas de jornalismo adotaram a análise quantitativa de periódicos como critério de objetividade científica”, conta Fonseca Júnior (2005, p. 282) ao relatar que talvez o primeiro estudo tenha sido um artigo de Gilmer Speed (1893), que “demonstra como as questões religiosas, científicas e literárias haviam desaparecido dos principais jornais nova-iorquinos, entre 1881 e 1893, para dar lugar às intrigas, aos escândalos e aos esportes”.

Pode-se também considerar Walter Lippmann (2008) um pioneiro, cuja obra de 1922 estimulou a investigação sobre os estereótipos sociais e a imagem da democracia nos jornais. Coube a Harold Lasswell (1971) a sistematização do método na comunicação, em 1927, ao classificar o conteúdo publicitário, a partir da análise dos principais temas da publicidade americana, inglesa, francesa e alemã durante a Primeira Guerra Mundial. Mas “o grande impulso recebido pela análise de conteúdo ocorreu mesmo durante a Segunda Guerra Mundial. Nessa época, 25% das pesquisas com esse método estiveram a serviço do governo americano” (FONSECA JÚNIOR, 2005, p. 283), seja para monitorar as transmissões radiofônicas nazistas ou desmascarar periódicos e agências de notícias suspeitas de informações subversivas.

A partir da década de 1960, este método foi estimulado pela informatização dos dados, passou a superar a ênfase na comunicação governamental e a excessiva *descrição* (características das mensagens) e tomou a “consciência de que sua função ou o seu objetivo é a *inferência*” (BARDIN, 2011, p. 22), o contexto, isto é, a racionalização para extrair conhecimentos relativos às condições de produção e dos indicadores, os *índices*, cuidadosamente postos em evidência, o que possibilita, ao final, a *interpretação*. Um exemplo da aplicação desta técnica foi a pesquisa sobre a hipótese da *agenda setting*, realizada por Maxwell McCombs e Donald Shaw, no início da década de 1970.

Para interpretar os papéis jornalísticos e “realmente entender se as suas funções influenciam os seus trabalhos, uma análise de conteúdo torna-se necessária”, reconhecem Weaver e Willnat (2012, p. 546). Segundo Herscovitz (2008, p. 132), “quase tudo que medimos na análise de conteúdo jornalístico são conceitos, ou seja, elementos abstratos que representam classes de fenômenos” e recomenda “especificá-los com precisão, estabelecendo os indicadores” em um livro de códigos (*code book*), pré-requisito para uma codificação cuidadosa e padronizada, que oriente de forma uníssona os pesquisadores. Mas os dados são apenas “pistas” e “andaimes” para a interpretação e inferências das análises, etapas cruciais de qualquer projeto comparativo transnacional que inclua a análise de conteúdo de mídia.

Contudo, as análises “são extremamente escassas”, comprova Rössler (2012, p. 699), que pergunta se isso indica uma falta de sensibilidade em relação aos problemas de interesse global, ou, “ainda mais grave, certa preguiça por parte dos estudiosos da mídia que os impede de buscar caminhos mais difíceis na pesquisa?” As possibilidades de pesquisas são inúmeras e podem levar o pesquisador a considerar a análise de conteúdo comparativa como um fim em si mesmo, ou seja, apenas dados. As vantagens dessa técnica aumentam, “quando um segundo método é incorporado para realizar o trabalho de campo” (RÖSSLER (2012, p. 700).

Para Kolmer (2008, p. 128), “as pesquisas comparativas internacionais temáticas proporcionam novas percepções sobre o papel dos fatores externos na formação dos procedimentos jornalísticos”. Essa análise temática, que comporta um feixe de relações, gráficos e tabelas, “consiste em descobrir os núcleos de sentido que compõem uma comunicação cuja *presença* ou *frequência* signifique alguma coisa para o objetivo analítico” (MINAYO, 2014, p. 316). Essa modalidade segue as três etapas cronológicas estruturadas por Bardin (2011, p. 95-102): *pré-análise, exploração do material e tratamento dos resultados obtidos*.

A tese utiliza os dados da análise de conteúdo do projeto JRP (2014)²¹ para verificar as práticas jornalísticas efetivas. Segue-se o recomendado por Berelson (1971), Bardin (2011) e Rössler (2012), porque articula o *survey* com a análise de conteúdo dos itens noticiosos, cujas informações foram tratadas e validadas pelo resultado do trabalho jornalístico, com as inferências e interpretação dos dados obtidos.

²¹Informações sobre a aplicação do método de análise de conteúdo encontra-se no item 3.3 *Práticas profissionais efetivas e Anexo A – Livro de códigos*

1.4.2 A enquete em rede (*online survey*) e presencial

A análise de conteúdo e o *survey* são métodos e técnicas de pesquisa complementares, pois “a codificação das respostas do *survey* é essencialmente uma instância de análise de conteúdo” (BABBIE, 2003, p. 81). A enquete (*survey*) configura-se um método quantitativo científico poderoso, válido e confiável para aliar “o que se sabe” do objeto, com o “que se quer saber” dele, por meio de perguntas diretas aos indivíduos cujo comportamento se deseja conhecer. Extensa bibliografia orienta sobre a sua estruturação e procedimentos.

Embora largamente utilizada na pesquisa de mercado, é longeva a sua aplicação na sociologia. Em 1880, um sociólogo político alemão enviou questionários pelos Correios para 25 mil trabalhadores franceses, “para averiguar em que grau eram explorados pelos patrões”. O pesquisador em questão era Karl Marx. Presume-se também que Max Weber usou o método para seu estudo sobre o “espírito” capitalista e a ética protestante; no “exame histórico-comparativo do desenvolvimento econômico, ele estudou operários protestantes e católicos, para obter dados confirmatórios em nível individual” (BABBIE, 2003, p. 73).

O autor conta que a maioria da pesquisa de *survey* contemporânea vem sendo realizada por pesquisadores americanos, em especial, pela série contínua de levantamentos amostrais do Census Bureau, institutos de pesquisa privados e cientistas que introduziram técnicas sofisticadas de análise e deram um refinamento científico ao método, como Samuel Stouffer (os efeitos da Depressão de 1929, o *status* dos negros nos anos de 1930, o sucesso americano na Segunda Guerra e os efeitos da cruzada anticomunista) e Paul Lazarsfeld, sociólogo e teórico da comunicação com formação europeia, que introduziu nos EUA inúmeros avanços de pesquisa social aplicada, com a contribuição de sociólogos como Theodor Adorno e Robert Merton, com quem fez vários estudos sobre os efeitos da mídia e a comunicação de massa.

Barbie (2003, p. 446) reconhece que “a boa pesquisa científica é frequentemente difícil de ser executada”. A dificuldade aumenta no caso de entrevistados céticos. No caso, a profissão dos jornalistas se constitui em perguntar e não em responder. Muitos trabalham sob pressão, tem jornadas longas e não dispõem de tempo para enquetes. Outros suspeitam do anonimato e das motivações das pesquisas. Por isso, torna-se essencial que os jornalistas selecionados tenham as informações desejadas, sejam acessíveis, disponíveis e interessados em contribuir

para a qualidade dos dados. O preenchimento do questionário deve garantir privacidade aos entrevistados.

Em pesquisas interculturais, as diferenças são comuns e problemas podem surgir facilmente em vários aspectos. Por exemplo, questionários multilíngua são suscetíveis a desvios. O sucesso ou fracasso depende da adequação das questões para diferentes culturas e da qualidade das traduções, ao primar pela compreensão do significado, entendimento do sentido e adequação a cada cultura, mesmo que padronizadas e correlativas, para facilitar as comparações. Por isso, “a compreensão das questões e atender as expectativas de um grupo cultural são indispensáveis na elaboração de estratégias para ajudar os respondentes a fornecer as informações solicitadas” (HARKNESS, 2012, p. 673).

No *survey* autoaplicável, digital ou impresso, os respondentes não são constrangidos pelo pesquisador, como no caso da entrevista presencial, além de permitir alcançar um relevante grupo de entrevistados, com vários filtros, em variados locais, embora com taxa de retorno baixa. O “*survey* continua a ser uma das maneiras mais comuns e mais eficientes de coleta de informações representativas sobre as características, opiniões e atitudes de grupos de jornalistas” (WEAVER, 2008, p. 115).

A tese usa os dados do *survey* do projeto JRP (2014)²² para apurar as características, opiniões e atitudes dos jornalistas quanto aos ideais da profissão e as percepções na produção jornalística. Confirma-se que sozinho, o *survey* apresenta-se insuficiente para revelar as práticas jornalísticas efetivas, pois baseia-se apenas no que o jornalista diz ou acha que faz.

1.5 CRÍTICA TEÓRICO-METODOLÓGICA

Não existe metodologia perfeita: todas têm vantagens e desvantagens, embora a melhor seja aquela mais adequada ao objetivo da pesquisa. Em estudos comparativos internacionais do jornalismo pode-se apontar diversos pontos críticos. Ao tomar essas pesquisas que se multiplicam desde a metade da década de 1990 como referenciais, Mick (2017) e Mick e Schmitz (2016) evidenciam alguns problemas teórico-

²²Informações complementares sobre a aplicação do *survey* no item 3.4 *Ideais e práticas percebidas no trabalho* e Anexo B - *Questionário*

metodológicos, em especial o enviesamento pelo nacionalismo metodológico e abordagens teóricas equivocadas, e especulam “sobre como tal crítica pode se materializar numa pesquisa comparativa de novo tipo”.

A partir desse eixo, subjugado por especialistas anglófonos do jornalismo comparado, forma-se uma rede de coordenadores de pesquisas dos Estados Unidos, Alemanha e Inglaterra, que envolvem pesquisadores de campo da Austrália, África do Sul, América Latina (Brasil, Chile, México, Argentina), China, Rússia e Índia, principalmente, e “organizam coletâneas em que convidam uns aos outros; publicam nas mesmas revistas, editadas por eles mesmos. É um clube, que tem a Associação Internacional de Comunicação (ICA) como sede”, constata Mick (2017, p. 69), pois as referências desses grupos são circulares, “citam-se uns aos outros”. Há ainda uma acirrada disputa de qual pesquisa engloba mais países e o maior número de jornalistas.

Essa sucessão de pesquisas teve a sua largada com David Weaver, em 1996 ao incitar uma série de estudos comparativos sobrepostos e similares com ênfase em perfil, percepções do trabalho, papéis, métodos de apuração e ética, deduzindo-se “de que existem variados jornalismo no mundo – dito de outro modo, sinais de que na maior parte dos países os jornalistas fazem seu trabalho de modo diferente do padrão dominante” (MICK, 2017, p. 69) ao divisar modelos de jornalismo “liberal” e “anglo-americano”, que se afastam da “tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional”, na visão de Traquina (2013) ou da “crença compartilhada” de uma utopia neoliberal, na concepção de Bourdieu (1998, p. 85)

Segundo Nerone (2012, p. 446) esse ponto de vista anglófono “tem dominado as discussões normativas”, derivadas de um conjunto de relações e práticas formadas na esfera monopolista do *jornal*, que relega outras mídias. Para este autor, há ainda um pensamento equivocado de que “os jornalistas são agentes independentes envolvidos em uma relação agonista ao poder, enquanto representante do povo por, entre outras coisas, ser especialistas em assuntos de importância pública”. Ao contrário, para o autor não existe mais esse “jornalismo hegemônico”, que predominou na fase do “jornalismo de informação”²³.

Se o merecimento dessas pesquisas reside no levantamento de dados, o demérito está na análise dos resultados. Basta verificar que tais

²³Emergiu no fim do século 19 e perdurou até a década de 1970, segundo Charron e Bonville (2016).

estudos raramente “conseguem superar o nível descritivo ou de constatação; a seção final de ‘discussion’ desses *papers* costuma ser breve e algo melancólica, além de acrítica em relação à metodologia adotada”, ratifica Mick (2017, p. 69) ao perceber a frustração e perplexidade deles em não confirmar a hipótese de que o modelo “liberal ou anglo-americano de jornalismo” não trinfou no mundo inteiro.

A autonomia, princípio norteador do campo jornalístico em relação aos campos político, econômico e cultural, principalmente, é relegada a um segundo plano ou sem a devida importância. Quando se propõem a abordar o tema, em geral consideram irrelevante o grau de autonomia e parecem seguir o argumento de Schudson (2005, p. 220), de que “a democracia não quer um jornalismo tão autônomo e fechado às pressões externas. Pelo menos na visão americana de jornalismo, que eu compartilho”. Para Pontes e Pismel (2018, p. 391), isto interfere na legitimidade da profissão, que “está diante de um esboroamento de suas peculiaridades funcionais e críticas”.

Antes o jornalismo comparado concentrava-se na morfologia da mídia, agora centra-se no perfil e atuação dos jornalistas nas redações, cuja fórmula se repete. Por exemplo, o *survey* apresenta-se como a forma de coleta de dados recorrente, com ênfase no levantamento das práticas jornalísticas percebidas e raramente nas análises, quase uníssonas quanto às semelhanças e diferenças culturais. Este método não consegue verificar o que o jornalista realmente faz, mas aquilo que ele diz fazer, pois responde os questionários de forma socialmente desejável, “ou que não conseguem perceber com precisão ou se lembrar dos detalhes de seu próprio comportamento” (WEAVER, 2008, p. 107).

Quanto aos propósitos do projeto *Journalistic role performance* (JRP, 2014) em comparar os diferentes sistemas de mídia e analisar os contextos em países diversos, talvez não sejam suficientes para explicar o desempenho jornalístico, tampouco “reconstruir uma cultura jornalística”, mas provavelmente consigam refletir e compreender certos aspectos dessa cultura, a exemplo da autonomia, que não foram considerados relevantes na maioria de outros estudos, empenhados em apenas levantar o perfil e as práticas jornalísticas percebidas em diferentes nacionalidades. Aliás, quando consideram a questão da autonomia, geralmente os projetos têm em vista as perspectivas positivistas e funcionalistas, para apontar se existe ou não e qual a percepção dos jornalistas sobre ela (MELLADO, HUMANES, 2012; REICH, HANITZSCH, 2013).

Assim como essas demais pesquisas comparativas, o JRP (2014) se inclina para um tipo funcionalista, direcionado à função de produzir notícias, do jornalista disseminador e intervencionista, de mediador em vez de articulador da sociedade, ou seja, guiado por um conjunto de normas (código de conduta, manuais de redação) e valores culturais de um saber prático fundado na experiência, um profissional legitimado pela competência técnica e domínio das atividades de apurar, relatar e disseminar. A essência funcionalista está nas competências e conhecimentos técnico-científicos mobilizados para o desempenho profissional, a *performance*, supondo-se que todos os agentes partilham dos mesmos valores, experiências e constrangimentos, ou seja, um compartilhamento normativo (MELLADO; HELLMUELLER; DONSBACH, 2017)

1.5.1 Considerações sobre o projeto *Journalistic role performance*

Em contraponto ao funcionalismo, o JRP (2014) também possibilita verificar os aspectos “compreensivos” e “reflexivos”, cuja análise sociológica considera a estrutura da ação social, isto é, a distribuição social das atividades, expressa nos conflitos sociais, na hierarquização de funções, na defesa da autonomia e do campo jornalístico, no *habitus* de classe, na possibilidade de carreira profissional e posição reconhecida socialmente, inclusive na perspectiva weberiana de projeto e monopólio profissional e fechamento social. Nisso se enquadram a argumentação, a opinião, a interpretação, o questionamento, a crítica, a denúncia, a investigação, o conflito etc. Enfim, questões que possibilitam medir os graus de autonomia e suas lacunas.

Mellado e Vos (2017) e Vos (2017) apontam as origens e as “inspirações” dos modelos de desempenho dos papéis profissionais presentes nas pesquisas internacionais e especificamente no JRP (2014):

a) *Cão de guarda*: desde o período colonial dos Estados Unidos, os jornalistas defendiam e praticavam um estilo agressivo de jornalismo, confrontando o Governo e a Igreja. No início do século 20 houve um movimento progressivo na defesa do jornalismo vigilante. Em 1904 surgiu a expressão *watchdog*, a se verificar que em “todo grande jornal americano há um cão de guarda eficiente e honesto” (BROWN, 1904, p. 46 *apud* VOS, 2017).

b) *Leal-facilitador*: alguns jornalistas apoiam agentes políticos e

econômicos, divulgando uma imagem positiva dos poderes e do país. Um estudo desenvolvido por Bartholomew Sparrow (1999 *apud* VOS, 2017) mostra que os jornalistas e principalmente as organizações de mídia são “guardiões incertos” a serviço de causas governamentais, empresariais e nacionalistas.

c) *Disseminador-intervencionista*: no estudo pioneiro de Weaver e Willnatt (1986) sobre o perfil profissional dos jornalistas norte-americanos, eles verificaram que os papéis interpretativo e investigativo eram dominantes, mas destacavam-se as funções correlacionadas de disseminação e intervenção dos jornalistas nas informações.

d) *Jornalismo de serviço*: busca-se em Martin Eide e Graham Knight (1999 *apud* MELLADO; VOS, 2017) os elementos para compor o modelo. Estes autores discutem a ascensão do jornalismo de serviço, o modo como a mídia presta serviços ao público por meio de conselhos e ajuda sobre os problemas da vida cotidiana, principalmente quanto às queixas e aos riscos.

e) *Infotendimento*: o modelo parte de Percy Tannenbaum e Mervin Lynch (1960 *apud* MELLADO; VOS, 2017), que ao estudarem o sensacionalismo, perceberam uma lógica do jornalismo em chocar as sensibilidades morais e estéticas do público, usando diferentes discursos estilísticos, narrativos e visuais, nos quais as experiências emocionais do público se tornam o centro das atenções.

f) *Jornalismo cidadão*: para compor este modelo, as referências são de Jay Rosen e Davis Merritt (1996; 1998 *apud* MELLADO; VOS, 2017). Eles tratam do jornalismo cívico, que incentiva a audiência a se envolver no debate público e participar da vida social, política e cultural.

O projeto JRP (2014) adota a análise de conteúdo e, como todo método de pesquisa, tem seus pontos fracos. Babbie (2003 p. 65) aponta três deficiências comuns a projetos de pesquisa similares. Primeiro, o tipo de mídia selecionado pelo JRP, o jornal, talvez não seja o mais apropriado, mas não “há como determinar qual fonte representa o melhor foco do estudo”; segundo, os métodos quantitativos quase sempre contêm um elemento arbitrário; por último, não há como garantir que os itens noticiosos foram codificados corretamente.

Krippendorff (2013, p. 313) afirma que “um instrumento de medição é considerado válido se mede o que seu codificador afirma que mede”. Mas a validade da equivalência pode encontrar discrepâncias. Por exemplo, no pré-teste do JRP no Brasil, quando todos os pesquisadores codificaram os mesmos itens noticiosos, verificou-se uma imprecisão na

codificação, com pequenos desvios em determinados itens. Para Rössler (2012, p. 693), esse desvio agrava-se em pesquisas transculturais, pois as unidades são diferentes, sendo amenizado quando a codificação “ocorre no mesmo período”.

Para Babbie (2003), uma das virtudes de uma enquete são as perguntas claras e objetivas e um questionário razoavelmente curto, o que se contrapõe ao *survey* do JRP (2014), com algumas questões longas e sobrepostas, variáveis complicadas e entrelaçadas, tempo de resposta demorado, superior a meia hora, o que levou 32% dos jornalistas que começaram a responder no ambiente virtual no Brasil a não concluir. Isso exigiu uma nova logística, com questionários impressos entregues nas redações, dificuldade aumentada com a demissão de vários jornalistas autores das notícias selecionadas, desde 2012.

A tarefa de codificar também se tornou estafante para os pesquisadores, pois de cada item noticioso foram verificados 82 diferentes aspectos e suas variáveis. Por causa da demasiada carga de trabalho, houve atrasos e codificações incompletas, exigindo remanejamentos de tarefas entre a equipe e contratação de codificadores, além do descumprimento do cronograma original. Outra dificuldade imposta à análise está na falta de correlação direta do *survey* com os tópicos ou modelos da codificação das notícias, o que requer um retrabalho minucioso de adequação.

O projeto distingue seis modelos de desempenho jornalísticos, estruturados em três dimensões. Numa delas, a *abordagem da audiência*, que se relaciona a três modelos (jornalismo de serviço, cívico e de infotimento), os itens noticiosos codificados foram vagos, talvez pela escolha dos assuntos das notícias, editoriais ou mesmo pelo tipo de mídia, visto que os jornais de maior circulação no Brasil tratam de temas macro da política, economia, negócios e dificilmente com o enfoque de serviço e entretenimento –, mesmo porque os itens selecionados tinham abrangência nacional.

Na determinação dos itens de codificação e no questionário existem incongruências teóricas, nas diferenças entre “notícia” e “reportagem”; “fotografia”, “imagem” e infográficos; na sobreposição de temas da história, por exemplo, “judiciário” e “tribunal”; “política” e “partidos políticos”; “problemas sociais” e “manifestações e protestos”; e na classificação das fontes, por desconsiderar as “fontes de referências” (bibliografia) e as “notáveis” (personalidades, celebridades, famosos).

Percebe-se ainda dificuldade em distinguir “interpretação”,

“avaliação” e “opinião do jornalista”, bem como “crítica” e “questionamento crítico”; “denúncia”, “investigação” e “apuração investigativa” por conta dos limites frágeis entre os conceitos. Alguns itens talvez não façam sentido no jornalismo brasileiro, como “patriotismo”, “triumfos nacionais”, “promoção da imagem do país”, talvez por conta dos resquícios maléficos da ditadura militar (1964-1985).

São detalhes que não desmerecem ou comprometem o resultado final. Weber (1998, p. 112) considera que o mais importante é dar ênfase às mudanças e tendências, pois “não é a precisão dos números que interessa, mas sim a comparação nos itens relativos às magnitudes vigentes, no país e no exterior, entre os diferentes tipos de jornal”. Ainda segundo ele, “não podemos querer dados precisos, mas podemos ter esperança de recolher dados aproximados, que são tudo o que precisamos, desde que as suas características mais importantes possam ser mensuradas”.

Mick (2017, p. 71) sugere um estudo comparativo não normativo que amplie “o repertório de conhecimento sobre a variedade de práticas jornalísticas” e “não violente as especificidades das culturas profissionais de cada campo jornalístico”, aberto às diferenças. A partir de uma abordagem crítica ao projeto JRP, a tese acolhe a sua proposta de “entender o jornalismo como forma social de conhecimento que se legitima em cada sociedade precisamente pelo ajuste de suas práticas” ao modo como se dá no Brasil.

Por isso a proposição da tese de uma imersão bem mais profunda nos dados do JRP (2014) para explorar a sua liquidez e volatilidade, ou seja, graduações que apontam uma maior ou menor autodeterminação e interdependência do campo jornalístico com os demais campos, tendo como norte a reflexividade e a interpretação: “E se pensarmos de modo diferente? E se partirmos da premissa de que estudos comparativos podem se destinar a ampliar o repertório de conhecimento sobre a variedade das práticas jornalísticas”, questiona Mick (2017, p. 71), ao estimular uma metodologia menos unidirecional e um amparo teórico substantivo.

CAPÍTULO II – AUTONOMIA JORNALÍSTICA

Para um jornalista, o grau de autonomia depende de sua posição no campo jornalístico, o que significa, por exemplo, a sua autodeterminação.

Pierre Bourdieu

A etimologia de “autonomia” deriva de duas palavras do Grego, o adjetivo “*autós*”, que significa “próprio, si mesmo” e “*nomos*”, que pode ser traduzido como “intuição normativa”, no sentido de optar, tomar decisões e agir em consequência dessas escolhas. O conceito remonta a Aristóteles, que relaciona a autonomia à soberania, ou seja, “quanto mais autônomo, mais soberano”, e vice-versa. Kant (2012) transpassa esse conceito e associa a autonomia à capacidade de ter seu próprio entendimento sem que alguém diga como pensar, agir e decidir.

A partir disso, relaciona autonomia à vontade – o ato de querer ou o “princípio supremo da moralidade” – e ao “reino dos fins”:

Autonomia da vontade é propriedade da vontade pelo qual ela é uma lei para si mesma (independentemente de qualquer dos objetos da volição). O princípio da autonomia e, portanto: jamais escolher senão de modo que as máximas da escolha estejam ao mesmo tempo compreendidas no mesmo querer como lei universal (KANT, 2009, p. 44).

Para ele a autonomia se opõe à heteronomia (princípio ilegítimo da moralidade). E a vontade “absolutamente boa” fixa-se no racional ou na “razão pura prática”. Desse modo, um indivíduo faz suas escolhas racionais conforme os meios para atingir algum objetivo, a que Kant denomina de “reino dos fins” – se dito por Weber (2014), uma “ação social racional quanto aos fins” –, em que o indivíduo estabelece a possibilidade de alcançar certos objetivos, enquanto busca formas mais adequadas para atingi-los. Desse modo, para Kant (2009) a autonomia é um valor universal e existencial, “o princípio da dignidade da natureza humana, bem como de toda natureza racional”.

A heteronomia é vista por Kant como uma sujeição da vontade às

leis impostas e determinadas, uma coação moral, em vez da sujeição às leis ditadas pela consciência moral, de forma livre e autônoma. Porquanto, a autonomia ocorre na ação individual e implica sociabilidade, moralidade e escolha racional. “Em suma, importa que a razão prática (a vontade) não se limite a administrar um interesse estranho, mas que manifeste unicamente sua própria autoridade imperativa, como legislação suprema”, arremata Kant (2009).

Ao estudar as relações de trabalho na indústria, Gorz (2007) distingue essa autonomia existencial (responsabilidade moral) – à qual se refere Kant – da autonomia profissional (responsabilidade técnica), não associada à “autonomia pessoal” nem a uma soberania profissional. Aliás, ele percebe uma autonomia *no* trabalho e não *do* trabalho, onde se “pode desenvolver capacidades individuais, inclusive a capacidade de agir de maneira autônoma, sem que esta autonomia profissional do indivíduo traga consigo sua autonomia moral”. No embate com a heteronomia, o autor indica margens de maior ou menor autonomia, sem que haja uma “oposição radical entre atividades autônomas e trabalho heterônomo”, em que uma repercute sobre a outra, “mas sem nunca poder reabsorvê-la por completo” (GORZ, 2007, p. 88). Ele reconhece graus de autonomia no interior da heteronomia:

Contudo, a parcela de autonomia na heteronomia implícita em uma porção crescente de ofícios é suficiente para que a autonomia existencial seja percebida como uma *possibilidade contrariada* pela organização da sociedade. O trabalho e os modos de socialização oferecem uma autonomia suficientemente limitada para que uma proporção crescente de indivíduos possa tomar consciência de suas virtualidades e *dos limites da autonomia que a eles se consente* (GORZ, 2007, p. 102).

Como se trata da autonomia profissional, cabe uma contextualização sobre profissão. Para Rodrigues (2012, p. 9) distingue-se uma *profissão* pela formação, o conhecimento científico e prático; *autonomia* sobre o tipo e a forma de realização do trabalho; autorregulação e controle do acesso ao mercado de trabalho e ainda, pela realização da atividade para a resolução de problemas. Por *profissão*, Weber (2014, p. 111) define como a “especificação peculiar e coordenação dos serviços prestados por uma pessoa, fundamentais para a

sua subsistência ou lucro, de forma duradoura”; enquanto *profissional*, entende como o indivíduo que detém qualificações técnicas, conhecimento ou instrução racional e “assume a direção técnica na preparação do procedimento e a execução dos meios de produção” (WEBER, 1971, p. 20).

O *neoweberiano* Freidson (2001), considerado um dos fundadores da sociologia das profissões, arrisca-se na construção de um tipo ideal de *profissão*: saber abstrato e monopólio em área especializada do conhecimento; a *autonomia profissional* para fazer diagnósticos; o controle do mercado por meio do credenciamento e diploma do ensino superior. Ele compreende as profissões como ocupações onde se desenvolve um tipo de trabalho especializado, fundamentado em critérios teóricos e técnicos, ou seja, o domínio de uma *expertise* e as credenciais para exercê-las.

Estudo de Schmitz (2014) considera as profissões como as atividades que monopolizam um segmento do mercado de trabalho, que, quando uma profissão conquista o direito de controlar seu trabalho, geralmente trata-se de uma elite dominante ou o Estado que outorga autonomia organizada e legítima. Para certas profissões o conhecimento se converte em capital cultural. Nisso, a intersecção com Weber ocorre em várias abordagens: autonomia profissional, *status* das profissões, prestígio na prestação de serviço, a profissão como forma de organização social do trabalho, conduta ética, entre outras.

A autonomia profissional, sempre parcial e relativa, confirma-se na concepção de Bourdieu (2011, p. 195), para quem um campo, a exemplo do campo jornalístico, “é um microcosmo, isto é, um pequeno mundo social relativamente autônomo no interior do grande mundo social”. Diz-se “autonomia relativa” porque “a ação liberadora do jornalismo” não está apenas nas lutas internas deste campo, mas principalmente no seu entorno. Ser totalmente autônomo significa

que tem sua própria lei, seu próprio *nomos*²⁴, que tem em si próprio o princípio e a regra de seu funcionamento. É um universo no qual operam critérios de avaliação que lhe são próprios e que não teriam validade no microcosmo vizinho. Um universo que obedece a suas próprias leis, que são

²⁴Da mitologia grega, o deus das leis, estatutos e normas

diferentes das leis do mundo social ordinário (BOURDIEU, 2011, p. 195).

Para os jornalistas o conceito de *autonomia*, em geral, está associado “à liberdade de trabalhar como bem entenderem” (DEUZE, 2005, p. 457). Aliás, esta palavra não faz parte de seu vocabulário. Eles relacionam à *independência*, notadamente ao local de trabalho: organização de mídia (autonomia consentida), hierarquia (funções e tarefas ordenadas por editores, gestores), política editorial (audiência, lucratividade), pauta (escolha das histórias, ganchos, ângulos), carga de trabalho excessiva, pressão do tempo etc. Estes aspectos internos podem provocar autocensura, principalmente pelo contexto comercial, pela caça a mais leitores, maior audiência, além da atração de anúncios para a sobrevivência da mídia e a manutenção do emprego. Para este autor os jornalistas ainda não aprenderam a “compartilhar uma autonomia colaborativa”, apenas consideram colegas como “parceiros legítimos de briga para a criação de novos trabalhos credíveis”.

Também para Sjøvaag (2013), a autonomia do jornalista “é continuamente ajustada às tarefas diárias de relatar notícias”, sobre o enfoque das histórias, escolha das fontes e das narrativas. Esbarra nas decisões dos gestores, na política editorial, no tipo de mídia e inclusive no perfil da audiência. Conforme esta autora norueguesa, a “autonomia jornalística pode ser restringida pelas propriedades estruturantes de seus modos de produção e a recompensa ocorre na confirmação dos valores profissionais”.

Por “autonomia jornalística” não se entende “liberdade de imprensa” nem do “poder do jornalista” e menos ainda do jornalismo como “quarto poder”, mas a influência sobre os mecanismos do campo jornalístico, cada vez mais sujeito às exigências da sociedade e do mercado (leitores, audiência, anunciantes) em primeiro lugar sobre o jornalista e, em seguida, em parte por meio dele, sobre os diferentes campos. Enfim, o jornalismo como um campo está sob a pressão dos “efeitos da intrusão” à lógica comercial, política, cultural etc. (BOURDIEU, 1994).

Essa autonomia não se reduz à independência funcional, constituída pela recusa da subordinação ou sujeição e controle. Para Bourdieu (2002a, p. 68), “os caminhos da autonomia são complexos, se não intransponíveis”, por isso se estabelece parâmetros de seu maior ou menor grau ou “fração” dela em determinados aspectos. A “plena autonomia” – se existe – se traduz em “liberdade moral ou intelectual”,

conferida na forma, na maneira e no estilo do “indivíduo” em relação ao exterior, ou seja, a liberdade “de representar, significar e dizer algo. É, ao mesmo tempo, recusar o reconhecimento de qualquer outra necessidade” (BOURDIEU, 2007, p. 11), enfim, ser capaz de impor suas próprias normas, tanto na produção, quanto no seu consumo.

Segundo Bourdieu (2002a, p. 249), o grau de autonomia de um campo pode ser medido pelo “efeito de *refração*²⁵ que sua lógica específica impõe às influências ou aos comandos externos e à transformação, ou mesmo transfiguração, por que faz passar as representações e as imposições”. Assim, a autonomia depende do estado das relações de poder e “varia consideravelmente segundo as épocas e as tradições nacionais”. Portanto, “o grau de autonomia é sempre frágil e ameaçado, na medida em que constitui um desafio às leis do mundo econômico ordinário, e às regras do senso comum” (BOURDIEU, 2002a, p. 378).

Nas palavras de Weber (2014, p. 31), “autonomia significa, em oposição à heteronomia, que a ordem não é instituída por estranhos, mas pelos próprios membros enquanto tais (não importando a forma em que isto se realize)”, porém “depende do *grau* efetivo de independência na orientação das ações”, da sua relativa (mais ou menos) e limitada (maior ou menor) interdependência. Este pensador considera uma “ação ou relação associativa” autônoma (autocéfala) pura, quando os agentes “do próprio quadro” são “livres”: não no sentido da liberdade de dominação violenta, mas sim, na ausência de poder, afinal a autonomia requer “travar duro combate contra um mundo de forças hostis” (WEBER, 2004, p. 49).

Bourdieu (1997, p. 89) considera que, para conquistar autonomia, é preciso construir uma “espécie de torre de marfim no interior da qual se julga, se critica, se combate mesmo, mas com conhecimento de causa; há confronto, mas com armas, instrumentos científicos, técnicas e métodos”. Assim, se o campo jornalístico fosse realmente autônomo seria soberano: “significa dizer que o que nele se passa não pode ser compreendido de maneira direta a partir de fatores externos” e de sua lógica interna de um pensamento autônomo próprio, criativo e livre. Portanto, “uma das características que mais diferencia os campos é o *grau de autonomia* e, ao mesmo tempo, a força e a forma do requisito de admissão imposto aos recém-chegados” (BOURDIEU, 2004, p. 70).

²⁵Reprodução das pressões e demandas externas.

Incessantemente Bourdieu (1994, 1997, 2005) enfatiza que o campo jornalístico é “relativamente autônomo” devido à heteronomia de campos vizinhos. Essa noção se replica no *bourdieusiano* Accardo (2007, p. 53), pois o campo jornalístico “está constantemente à *deriva em heteronomia*, isto é, não só porque sua autonomia é atacada do lado de fora por invasões brutais ou insidiosas de economicismo arrogante e dominador”. Quando se examina um campo social específico, deve-se considerar os seus graus de autonomia em relação a outras forças sociais – no caso do campo jornalístico –, se elas “permitem a autonomia relativa, onde se supõe exercer seu princípio de legitimidade no trabalho de investigação contundente e destemida busca pela verdade” (ACCARDO, 2007, p. 66).

Também Weber (2005, 2013) trata das interferências organizacionais, políticas e econômicas sobre a (in)dependência do jornalista, como um processo de racionalização e individualismo, traços dominantes no capitalismo moderno, que promove uma relativa autonomia em vários campos, inclusive do jornalismo, impondo a convivência com os paradoxos da profissão. Historicamente, o jornalista ampliou o seu espaço de atuação e autonomia. Weber (2005, p. 14-15) ilustra bem esta transformação, em especial no embate entre os campos jornalístico e político, na sua palestra de 1910:

Se há 150 anos o parlamento inglês obrigava os jornalistas a pedirem perdão de joelhos pelo *breach of privilege*²⁶, quando informavam sobre a sessão, e se atualmente a imprensa, com a simples ameaça de não divulgar o discurso dos deputados põe de joelhos ao parlamento, então evidentemente alguma coisa mudou, tanto na concepção do parlamentarismo como na posição da imprensa.

Ao transportar a questão da autonomia para o mercado de trabalho jornalístico, Reich e Hanitzsch (2013) tratam dos fatores determinantes da autonomia profissional do jornalista a partir da análise de 1.800 respostas de uma pesquisa em 18 países. Buscam identificar até que

²⁶Desde 1510 os anais das câmaras dos Lordes e dos Comuns eram secretos, até que em janeiro de 1711, o “panfletário francês” Abel Boyer começou a vender para os jornais o teor dos atos parlamentares. Em 1738, o parlamento declarou a divulgação de seus atos “uma indignidade e violação notória de privilégio” (*breach of privilege*) e em 1771 criou seu órgão oficial, o *Hansard* (PARLIAMENT, 2015).

ponto eles têm autonomia para produzir as notícias e como percebem as influências políticas, procedimentais, profissionais e de referências. Entre os fatores determinantes apontam a propriedade, o grau editorial e a experiência profissional. Para estes autores, a autonomia profissional refere-se à liberdade que os jornalistas têm dentro de suas rotinas operacionais informativas em decidir sobre os eventos que cobrem ou editam, assim como a seleção dos pontos de vista, as fontes e as narrativas. As influências externas também podem restringir a autonomia, em especial a deontologia, a censura do Estado, a legislação e a regulação.

A autodeterminação, além de reconhecer e superar os próprios limites, ocorre nas relações de tensão com outros campos. A sua dinâmica está sujeita a diversas pressões, desde os controles organizacionais, as normas; a deontologia profissional que impõe uma “honorabilidade” de recompensa profissional por defender o interesse público, o cidadão, a verdade, a democracia ou outro regime de governo etc.; a lógica econômica paradoxal, parceiros (anunciantes, assinantes) e concorrentes, como rivais solidários; o acontecimento jornalístico, pelo seu caráter singular, anormal e o jogo de concorrência; além da produção cultural e do monopólio da difusão, pois o jornalismo, como campo de poder, orienta a produção dos demais campos, apenas para citar algumas pressões (BOURDIEU, 1994, 1997, 2002a, 2005).

O jornalista é alvo de uma artilharia de pressões éticas, ideológicas, culturais e imposições do mercado, sob a mira de uma impostura:

Uma vez que ele só pode fazer o que faz – ou seja, contribuir para a manutenção da ordem simbólica – fazendo de conta que não o faz, como se não tivesse outro princípio além da utilidade pública e do bem comum, da verdade e da justiça. Hipocrisia ou mau-caratismo? Nem uma coisa nem outra. Nenhum sistema pode funcionar maciça e deliberadamente baseado na impostura intencional e permanente. É necessário que as pessoas acreditem no que estão fazendo e que adiram pessoalmente a uma ideologia socialmente aceita (ACCARDO, 2000).

Essa “impostura” transforma-se em ideologia relativamente autônoma para amenizar o peso da lógica econômica ou do

“materialismo medonho”. O jornalista, provido de um “espírito ideológico, faz o que faz”. Dessa forma, “os donos dos meios de comunicação podem contar com pessoas inteligentes, competentes e sinceras, condicionadas a travestir a lei do capitalismo em condições permissivas e postulados indiscutíveis” da modernidade ou “democracia de mercado”, contextualiza Accardo (2000) ao lembrar que a prática jornalística é regida pela “consciência tranquila, porque quase tudo que possa pesar na consciência é automaticamente autocensurado ou transfigurado”, assim a sua atuação “se traduz numa constante autoencenação, destinada a oferecer a si mesma embora oferecendo-a aos outros, a representação mais valiosa da sua importância”.

Desse modo, o jornalista enfrenta-se “impiedosamente, numa competição implacável, por objetivos ilusórios e risíveis, cuja perseguição e conquista, no final das contas, não prova nada, salvo que se está muitíssimo bem condicionado” (ACCARDO, 2000). Em virtude dessa autonomia relativa e ilusória, a prática jornalística “tende a se transformar em um fim em si, em um jogo autárquico que não reconhece, em princípio, outras implicações, nem outras regras a não ser estas que ele se investe”, reconhece Accardo (2007, p. 59), ao notar uma relação ambígua: “deslumbrada e exasperada, amorosa e despeitada, arrogante e dolorosa”.

Mick e Schmitz (2014) relacionam essa impostura à arrogância, como uma característica identitária dos jornalistas, que “toma forma em enunciados ou ações que denotam orgulho por um conhecimento específico”. Trata-se de “uma espécie de código compartilhado, cujo domínio é fundamental para o ingresso e a permanência no campo jornalístico”. De um lado, a arrogância é atribuída pelo interlocutor como prepotência; de outro, para o agente configura-se a coragem de assumir a sua identidade profissional. Aliás, o verbo “arrogar” remete a “apropriar-se, tomar como próprio”. Nesse sentido, a arrogância se estabelece como antônimo de sujeição, submissão e até mesmo de modéstia e humildade, mas não necessariamente no sentido de petulância pela percepção do jornalista.

O jornalista intelectual brasileiro – uma elite, formada por profissionais influentes e notórios –, conforme apurou Pereira (2011), desfruta de um maior grau autonomia nos jornais, principalmente nas suas relações com os proprietários das empresas jornalísticas, embora, “muitas vezes o poder patronal é exercido de forma sutil, delimitando em muitos casos a reputação e a evolução das carreiras profissionais”.

Contudo, neste caso, as relações de poder são fluídas, porque dependem da reputação do jornalista, dos interesses do empresário, do contexto social e histórico etc.

Todo campo busca o “fechamento de acesso de estranhos a determinadas oportunidades (sociais e econômicas)” (WEBER, 2014, p. 232). Isso aumenta o seu índice de autonomia ao estabelecer limites de pertencimento ou não. Por exemplo, diferencia quem é ou não jornalista, fato importante com a queda da obrigatoriedade do diploma no Brasil, pois abre-se o credenciamento, antes restrito aos graduados em Jornalismo. Quanto mais um campo é autônomo e instalado em sua autonomia, mais essa questão do fechamento é ocultada, embora nunca possa se autonomizar completamente (BOURDIEU, 2011).

Ocorre ainda a concorrência interna no campo, a exemplo do “furo”, como “valor de sucesso”; da notícia recente e inédita, resultado de uma corrida veloz e frenética pela atualidade; a busca pela verdade ou versões dela, confrontada por fontes antagônicas, homogêneas ou independentes, capazes de avaliar os conteúdos; da objetividade jornalística, marcada pela impessoalidade, imparcialidade, honestidade, exatidão, clareza, veracidade e outros critérios discutíveis, relativos aos seus mecanismos de síntese e tendenciosidade, do interesse público, isto é, “oferecer à esfera civil a possibilidade de se ver representada e satisfeita nos procedimentos regulares da esfera política”, defende Gomes (2009, p. 79), embora reconheça o interesse particular como também legítimo.

Ao tomar posse destes capitais e da lógica do campo jornalístico, o jornalista adere livremente às suas exigências e, segundo Accardo (2000) “age de forma orquestrada sem a necessidade de se orquestrar”, forjado pelo *habitus* profissional ao longo do tempo, “produzindo práticas irrefletidas que absorvem (e portanto tornam irreconhecíveis pelos agentes) os condicionantes” e uma legitimidade sustentada por uma suposta autonomia, mas que depende de uma variedade de interferências, internas e externas ao campo, de forma diversa em diferentes culturas, regiões e países, pois “existem variados jornalismo no mundo” (MICK, 2017, p. 69).

Para entender “o que está acontecendo no campo jornalístico, é preciso compreender o grau de autonomia do campo e, dentro do campo, o grau de autonomia da publicação em que um jornalista escreve” (BOURDIEU, 2005, p. 44). Weber (1998, p. 114) sugere verificar também a “influência exercida pelas condições comerciais sobre o

conteúdo”, por exemplo “as tentativas por parte dos anunciantes” para interferir na linha editorial, “os conflitos de interesses e seus acordos entre o negócio e jornalismo” e o grau de autonomia que o jornalista tem para “influenciar as mudanças no ‘espírito’ de um jornal”.

Para Lemieux (2000) não se pode considerar que o jornalista se esconda em qualquer interação, afinal ele tem uma “razão de agir e tomar decisões independentes”, mas está atrelado ao grupo ou a vários e sob interferências externas. Embora a “explicação” siga “o individualismo metodológico”, como exorta Weber (2014), a compreensão é particular e o indivíduo relativamente autônomo confrontado com suas escolhas mais ou menos claras. Enfim, a “explicação” singular abarca as ações agregadas, centradas no fenômeno coletivo. Resumindo, a análise da autonomia ocorre a partir do indivíduo, mas se expande para o campo.

2.1 O “ESPÍRITO” DO JORNALISMO

Assim como procedeu Weber (2004) para explicar a gênese do capitalismo moderno por meio da religião, a tese busca pelo “individualismo histórico” resgatar o “espírito” do jornalismo, ou seja, identificar as suas práticas e ideais seminais. Aliás, as grandes transformações da “imprensa” desde meados do século 19 coincidem com a expansão do capitalismo, suporte para um “novo tipo de jornalismo”, favorecido pela publicidade, desenvolvimento dos correios, redução do analfabetismo e pelo aumento da população urbana. “Estava nascendo o *jornalismo informativo*”, confirma Genro Filho (2012, p. 174), o “jornalismo por excelência”, no qual “os fatos são sagrados” pela primazia da “ideologia da objetividade” ao suprimir o *jornalismo de opinião*, recheado de comentários e adjetivos, a serviço das lutas políticas, desde o início do século 19²⁷.

A partir desses entendimentos, para compreender e “explicar”, no sentido weberiano, as transformações do “ofício” profissional, a tese segue as ordenações de tipos ideais, propostos por Charron e Bonville (2016) que posicionam as práticas jornalísticas modernas a partir de duas transições históricas ligadas ao desenvolvimento de novas tecnologias. A primeira emerge na segunda metade do século 19, com a invenção da impressora rotativa (1864), da linotipo (1886) e do aperfeiçoamento da

²⁷Anteriormente prevalecia *jornalismo de transmissão*, pelas *gazetas semanais*, a partir do século 17, por transmitir as informações das fontes diretamente ao público (CHARRON; BONVILLE, 2016).

fotografia (1897) que deram suporte ao *jornalismo de informação*, com foco na atualidade e a transformação do jornal em “fábrica de notícias” na emergência do capitalismo moderno; e a segunda, na troca da máquina de escrever pelo computador, ao informatizar as redações, a partir da década de 1980, e dar corpo ao *jornalismo de comunicação*, dialógico, que atende as expectativas do público consumidor, inserido na lógica da globalização.

As mudanças imputadas a estas duas fases suscitam “uma profusão de discursos” sobre as suas transformações e permanências. Nesse emaranhado de interpretações, Le Cam, Pereira e Ruellan (2015, p. 13) indicam dois elementos fundamentais de análise:

O primeiro remete à necessidade de se observar o que muda exatamente, quais as condições de mutação, os desvios significativos das práticas, dos discursos, das identidades. O segundo revela um vínculo que destaca as permanências, a historização das mutações, a busca de suas filiações no passado.

Nessa perspectiva cabe “compreender” a “historização” no sentido weberiano e “refletir” as “condições de mutação” a partir das concepções bourdieusianas de um jornalismo em permanente crise e constante transformação, que por si só não representam o fim do jornalismo. Segundo Le Cam, Pereira e Ruellan (2015, p. 13) há uma “retórica jornalística sobre a crise”, em discursos redundantes que revelam “com frequência um duplo movimento de interpretação, de denúncia da transformação do jornalismo, tudo o que é de fora e interfere no jornalismo”.

Historicamente a reinvenção do jornalismo é incessante, na qual a ideologia profissional reforça o seu compromisso em “referência ao jornalismo como serviço público, aos valores da neutralidade e da imparcialidade, à reivindicação de uma autonomia no exercício profissional e a uma deontologia coletiva” (LE CAM, PEREIRA, RUELLAN, 2015, p. 13), a partir de uma abordagem paradoxal: de um lado as transformações e de outro um jornalismo imutável na essência, ou seja, as tecnologias e as suas práticas mudam, mas a maioria dos ideais permanece.

Essas mutações indicam o jornalista como o mediador da realidade, entre o mundo e o público, afinal a sua missão de informar

com neutralidade e isenção confere às práticas profissionais a construção de uma ordem simbólica e um poder de nomeação, noções conferidas por Bourdieu (2006, p. 151) “como poder de fazer ver e fazer crer, de produzir e de impor a classificação legítima”, constituída por crenças, mitos, valores, símbolos e representações “que constituem o ar que marca a produção das notícias. A vasta cultura profissional dos jornalistas fornece um *modo de ser/estar*, um *modo de agir*, um *modo de falar*, e um *modo de ver* o mundo” (TRAQUINA, 2005, p.121).

Ao se tomar o período do *jornalismo de informação*, em especial o norte-americano, que ocorre a partir de 1870, tem-se uma tipologia histórica das práticas jornalísticas, ou melhor, uma prática discursiva estabelecida pela “observação dos que reivindicam esta prática como própria”, a partir da feição dos textos jornalísticos, identificada por Charron e Bonville (2016) e reconhecida por Philibert (2015, p. 29) ao analisar 58 textos de revistas americanas editadas nas duas últimas décadas do século 19, como uma transformação progressiva do “jornalismo de opinião”, reservado à elite social, suplantado “pelo jornal de grande tiragem e focado na informação”.

Essa mudança induziu o desenvolvimento de várias práticas, como a redação massiva de notícias e o incremento da reportagem, responsáveis pelo surgimento de um “novo jornalismo” defensor da ortodoxia do trabalho jornalístico, não somente pela técnica, mas principalmente pela dimensão discursiva e simbólica, estabelecida por um contrato tácito de comunicação subscrito pelo jornalista, cujo ofício graduou-se na experiência, e pelo consumo das notícias impressas e periódicas, com transformações morfológicas, representadas pela inserção de fotos, títulos sensacionalistas e o tom popular dos novos jornais, com o propósito de atrair um grande número de leitores. Estes ajustes fizeram emergir práticas singulares, como “a exatidão, a imparcialidade, ou a objetividade”, entre outros elementos do jornalismo (PHILIBERT, 2015, p. 30-49).

Para Chalaby (2003, p. 29), a gênese dos ideais, percepções e práticas jornalísticas modernas, ou seja, “a invenção e o desenvolvimento de práticas discursivas próprias, tais como a reportagem e a entrevista, se devem aos jornalistas americanos” e que os colegas de outros países importaram e adaptaram, progressivamente, as práticas e as estratégias que caracterizam o jornalismo contemporâneo, a partir do modelo anglo-americano, concebido a partir da segunda metade do século 19, quando surge a figura do repórter, por volta de 1860, por se caracterizar no tipo

de jornalista que busca a notícia (*newsgathering*), toma nota sobre os eventos e “tinha o hábito estranho de considerar os fatos” sem opinar sobre o assunto que escrevia. Até então o jornalista não perguntava às fontes, apenas relatava o ocorrido e emitia suas opiniões pessoais, o que caracteriza o *jornalismo de opinião*, para Charron e Bonville (2016).

Até então prevaleciam nos EUA os *penny papers*²⁸ e o jornalismo não formava, ainda, uma classe profissional nem uma indústria. Segundo Schudson (2010, p. 77) “ele viria a se tornar ambas as coisas no final do século 19, período em que se pode identificar o surgimento e a diferenciação de ideais profissionais no jornalismo”, dando origem à objetividade, em plena efervescência da *imprensa marrom* (lá, *yellow press*) e a afirmação de jornais diários como *The World* (1860-1931), adquirido por Joseph Pulitzer (1847-1911) em 1883, e *The New York Times*, fundado em 1851. Neste ambiente do capitalismo moderno surge o *jornalismo de informação*, representado pela “imposição de um método projetado para um mundo no qual nem os fatos poderiam ser confiáveis” (SCHUDSON, 2010, p. 144).

A cobertura da Guerra da Secessão dos Estados Unidos (1861-1865) considera-se um marco seminal das práticas jornalísticas modernas, pela presença de repórteres que “utilizaram novas técnicas no seu trabalho, como a descrição dos cenários e as falas das testemunhas”, conta Traquina (2005), ao lembrar que a entrevista²⁹ – introduzida em 1859 por James Gordon Bennet, dono do jornal popular *The New York Herald* –, tornou-se a partir de então um recurso comum. Outras técnicas novas dessa época: o uso de fontes múltiplas, a introdução do lide³⁰ e da pirâmide invertida (CHALABY, 2003; TRAQUINA, 2005). Também Foucault (2001, p. 125) considera o jornalismo uma “invenção fundamental do século 19”.

Para compreender o contexto jornalístico francês, Lemieux (2000) retoma o final do século 18, a partir de Revolução Francesa, quando a elite via o jornalista como um “pobre bem-educado” com “pretensões intelectuais sem fundamento”, uma ameaça aos “jornalistas escritores” e leitores. Isso introduz um princípio regulamentar, a opinião pública, aspecto também verificado por Weber (2005) ao notar as flutuações de

²⁸Jornais populares vendidos a um *penny* (um centavo de dólar).

²⁹Entrevista com Rosina Townsend, dona de um bordel, onde ocorreria o assassinato da prostituta Helen Jewett, por um pastor mórmon (PEREIRA JÚNIOR, 2010, p. 108).

³⁰Do inglês (*lead*): persuasão. Abertura e resumo da notícia, com suas principais informações.

opiniões, a exemplo do caso Dreyfus³¹, pelas inquietas reações do público. Essa inquietude se ameniza na industrialização da imprensa, que introduz o consumo e o gosto homogêneo das “massas”, acrescido do controle do Estado, para legitimar a mídia à luz do capitalismo moderno.

Weber (2005) também verifica o avanço dos ideais e práticas do jornalismo anglo-americano, em que prevalece a exposição dos fatos e a importância da notícia como um fenômeno generalizado: “Em terras inglesas, americanas e alemãs esse é o caso, enquanto em terras francesas não é tanto: o francês quer ainda, em primeiro lugar, um jornal de opinião”, confirmado pela contrariedade do jornalista e escritor francês Émile Zola, sobre o fluxo incontrolado de informação que estava a transformar o jornalismo, “a matar os grandes artigos de discussão, a crítica literária, e a dar cada vez mais importância aos despachos noticiosos, as notícias triviais e aos artigos dos repórteres e dos entrevistadores” (ZOLA, 1888 *apud* CHALABY, 2003, p. 35).

Antes, Balzac (2004), considerado o autor da frase “se a imprensa não existisse, seria preciso inventá-la”, fez uma caricatura do jornalista e de suas práticas, em meados do século 19, a partir de dois modelos, o *publicista* e o *crítico*. O primeiro subdivide em oito subgêneros, entre eles o *jornalista*, caracterizado por cinco tipos: o *diretor-redator-chefe*, defensor do sistema político de seu interesse; o *tenor*, que não expressa as suas ideias; o *fabricante de artigos*, ocupado com matérias especiais; o *mestre Jacques*, editor que seleciona as notícias e o *camarista*, que exalta o discurso político da situação e “abafa” o da oposição. Os demais perfis: homem de estado, panfletário, nadólogo (texto tedioso), publicista de carteira, escritor monobíblia (inteligente), tradutor (repassa as notícias), autor com convicção (profeta, incrédulo e sectário), e por fim, o modelo crítico, em outras classificações.

Igualmente Lemieux (2000, 2009) reforça a dimensão histórica como fator de impacto nas práticas jornalísticas e considera a contemporaneidade um estágio de “extrema racionalização” pela produção da informação em múltiplas tecnologias, sem precedentes. Para o autor, cada fase impôs – e continua impondo – desafios aos jornalistas, ao retomarem o esforço de legitimação do seu papel social, cada vez mais importante. Desse modo, o autor tenta compreender as motivações dos “desvios” que levam alguns jornalistas a “cometer ações

³¹Em 1894, o oficial do Exército francês, Alfred Dreyfus, de origem judaica, foi condenado de traição, embora inocente. A farsa provocou a indignação de Émile Zola, no seu famoso artigo “Eu acuso!”, o que desencadeou reações na opinião pública.

questionáveis” nem sempre específicas do jornalismo, mas da condição geral “da ação humana”. Enfatiza que as ações de um indivíduo estão relacionadas às ações do grupo, portanto, nunca solitárias. Seu modelo também incorpora o conceito de “razão de agir” de acordo com Bourdieu (1994, 1997, 2002a) e de racionalização em Weber (2014).

Retomando a sua gênese no final do século 19, o *jornalismo de informação* tornou-se um negócio vinculado ao capitalismo moderno, conforme registrado por Weber (2005, p. 16): “o fundamental para toda discussão é o fato de que, hoje em dia, a imprensa é necessariamente uma empresa capitalista e privada que, ao mesmo tempo, ocupa uma posição totalmente peculiar”. Essa peculiaridade evidencia a objetividade jornalística, ao “atenuar posições, mascarar preferências, criar parâmetros equilibrados de julgamento, tornar-se confiáveis testemunhas dos fatos”, explica Pereira Júnior (2010, p. 53), ao considerar a objetividade um dos pilares dos ideais do jornalismo moderno, ao conferir a impessoalidade e a imparcialidade do jornalista, pela restrição factual.

Naquela época, com a introdução da máquina de linotipo e novas impressoras, o visual dos jornais ganhou uma nova aparência com tipologias diferentes e a inserção da fotografia, que se somou à ilustração, intromete-se em meio ao texto e “traz para o cotidiano do trabalho e para as práticas profissionais a presença da imagem que quer figurar o real”, contextualiza Barbosa (2008, p. 131) ao salientar que a foto, ainda que figurasse o real, “deveria ter todos os ingredientes da excepcionalidade”. Desde então era comum a atualização das notícias de última hora em cada edição, mas geralmente as fotos não mudavam, daí a expressão “clichê”, no sentido de “repetir a mesma coisa”, lugar-comum.

Marcondes Filho (1989, p. 23-24) segue uma lógica mercantil da rotina do trabalho jornalístico, que consiste em “separar a informação prática, ou seja, vendável, facilmente assimilável, do conjunto mais amplo de fatos e dados culturais”, para produzir o “que vende” ou dá audiência, trabalha os fatos de forma rentável e entrega a notícia ao público, crente que pediu “o produto” que consome. Para legitimar esse processo, o jornalista justifica o que faz pelo serviço que presta ao cidadão e ao interesse público que supostamente defende. Esse “interesse público” travestido da noção de uma demanda social, reabilita o jornalismo como um negócio, pois “a notícia é um produto à venda”.

Essas férteis transições fecundaram novos formatos e narrativas, a

exemplo da pirâmide invertida, fruto do jornalismo industrial, para “dar camuflagem objetiva aos relatos impressos”, interpreta Pereira Júnior (2010, p. 115) ao creditar o seu surgimento a três fatores: a popularização do telégrafo, o advento das agências de notícias e a Guerra Civil Americana. Para reduzir os custos na cobertura da Guerra da Secessão, um consórcio de seis jornais de Nova York criou a agência *Associated Press*, cujos correspondentes enviavam as notícias pelo telégrafo. Era comum a interrupção da transmissão, então a agência decidiu trocar o método cronológico da narrativa pela concentração dos elementos mais importantes no início do texto, a partir de 1861.

A consonância do lide e da “pirâmide invertida” exige um domínio da técnica, como observa Pereira Junior (2010, p. 122): “é preciso ter tutano para perceber o que é principal e secundário num acontecimento”. Segundo Genro Filho (2012, p. 200) isso “leva a maioria dos redatores a pensar que se deve sempre responder monótona e mecanicamente as famosas ‘seis perguntas’³² no primeiro parágrafo”. Por ser um epicentro, disposto de forma decrescente, do singular para o geral, o lide posiciona-se no topo da notícia, não necessariamente no primeiro parágrafo, com o propósito de tornar a notícia “mais comunicativa e mais interessante, pois otimiza a figuração singularizada da reprodução jornalística” (GENRO FILHO, 2012, p. 206).

Kovach e Rosenstiel (2004, p. 10) indicam os *elementos do jornalismo*, a partir de uma pesquisa com três mil pessoas e depoimentos de trezentos jornalistas americanos:

1. A primeira obrigação do jornalismo é com a verdade.
2. O jornalismo deve-se manter leal, acima de tudo, aos cidadãos.
3. A sua essência é a disciplina da verificação.
4. Aqueles que o exercem devem manter a independência em relação às pessoas que cobrem.
5. Deve ser um monitor independente do poder.
6. Deve servir de fórum para a crítica e o compromisso públicos.
7. Deve lutar para tornar interessante e relevante aquilo que é significativo.
8. Deve garantir notícias abrangentes e proporcionais.
9. Aqueles que o exercem devem ser livres de seguir a sua própria consciência.

³²Quem? O quê? Onde? Quando? Por quê? Como? Conscientemente em inglês iniciam ou contém a letra “w” (Who? What? Where? When? Why? How?).

Quanto ao princípio, de que os jornalistas “devem ser livres de seguir a sua própria consciência”, relaciona-se à autonomia profissional aliada à consciência pessoal, que implica na ética e responsabilidade própria e exigida da sociedade. Kovach e Rosenstiel (2004, p. 190), imputam aos jornalistas a “obrigação pessoal de discordar ou de desafiar a organização em que trabalha, seus gestores, anunciantes e mesmo os cidadãos e autoridades”, porque o público pressupõe que haja uma cultura de honestidade, ou seja, a aplicação da sua consciência.

Estes autores diferenciam independência de autonomia, pois os jornalistas seguem uma série de regras vinculadas à cultura e à sociedade. Ser independente também não se limita à ideologia, visto que o jornalismo é o espaço do controverso e nele ocorrem conflitos e interdependências. Portanto, a expressão “independência de diferentes facções” sugere que existe uma forma de ser jornalista sem negar a influência da experiência pessoal nem ser refém dela. Essa liberdade pressupõe informar a melhor versão da verdade, sem manipulação (KOVACH; ROSENSTIEL, 2004, p. 110-112).

A busca pela verdade é um requisito fundamental para o jornalismo. Essa “verdade” está associada à informação correta, às representações verdadeiras e justificadas da realidade, isto é, uma verdade aproximada, e não absoluta. Tambosi (2005, p. 36) enumera três conceitos de verdade: *correspondência*, *coerência* e *pragmática*, esta, no sentido de utilidade; a segunda, *coerente* a um conjunto de enunciados ou crenças e a primeira, “a *correspondência* de uma declaração ou proposição com os fatos (a relação é entre mente e mundo, linguagem e realidade)”, portanto, a mais adequada ao jornalismo. O jornalista age estrategicamente, isto é, estabelece um jogo da verdade, entre quem pergunta e aquele que responde, como uma prática de consciência e busca a “melhor versão possível da verdade”, na visão de Bernstein³³ (1992, p. 24).

Para Foucault (2001, p. 231), o jornalismo produz rituais de verdade: “vivemos em uma sociedade que em grande parte marcha ‘ao compasso da verdade’ - ou seja, que produz e faz circular discursos que funcionam como verdade, que passam por tal” e que detêm por este motivo poderes específicos. O autor utiliza a concepção de “aleurgia”³⁴

³³ Carl Bernstein e Bob Woodward revelaram o escândalo *Watergate* no jornal *The Washington Post*, provocando a queda do presidente dos EUA, Richard Nixon, em 1974.

³⁴Conjunto das formas (palavras, gestos), rito

para desvendar os modos como aparece e se manifesta a verdade: “de que forma, em seu ato de dizer a verdade, o próprio indivíduo constitui e é constituído pelo outro como um sujeito que tem um discurso verdadeiro” e encontra em Górgias³⁵ a busca das respostas verdadeiras, para que se diga mais do que estaria espontaneamente disposto a revelar:

Quero que você seja testemunha da verdade. Respondendo exatamente como você pensa, as perguntas que vou te fazer, sem nada dissimular, nem por interesse, nem por ornamentação retórica, nem por vergonha, (a qual) vai desempenhar novamente um papel importante aí. Pois bem, dizendo muito exatamente o que você pensa, teremos assim uma verdadeira prova da alma (FOUCAULT, 2010, p. 332).

Dessa forma, o jornalista confia nas fontes e nas suas “verdades”. Diferentemente de Foucault, para Lage (2012, p. 138) as notícias são relatos restritos à linguística, às técnicas de nomeação, ordenação e seleção, bem como por um *estilo*. Isso implica que a verdade se apresente “como conformidade do texto com o acontecimento aparente”, ou seja, a relação da narrativa com o fato. Tal conformidade qualifica o jornalista como correto e honesto, além de competente, ao refletir “a realidade de maneira mais *justa* (ou verdadeira)” possível, ao captar os “indícios da verdade”, ou seja, ao revelar “a verdade que ele próprio mal conhece”, pois geralmente não vê o que relata. Ainda assim, e por causa disso, as notícias são consideradas como verdadeiras apesar da sua ideologia, da realidade fragmentada, da superficialidade etc.

Para revelar a versão da verdade o jornalista segue a sua convicção. Weber (2011) ocupou-se disso, indicando que uma ação se ajusta a duas orientações ou responsabilidades, que diferem entre si: a convicção e a consequência. A primeira se fixa nos princípios e tem caráter deontológico. Regula-se por normas e valores aplicados à prática profissional, independentemente das consequências que possa provocar. Refere-se ao dever de revelar o que se entende como verdadeiro, quando se está absolutamente convicto sobre algo. Trata-se do “compromisso com a verdade”, por isso não segue a cartilha do certo e do errado, mas a ponderação de um caráter incorporado. Ou seja, uma ação bem-intencionada pode produzir consequências desastrosas, mas isto não é

³⁵Filósofo grego niilista (485-380 a.C), da primeira geração de filósofos sofistas.

responsabilidade do jornalista, pois ele não avalia os riscos de uma “inverdade”, embora seja responsável pelo conteúdo e reflexo fiel dos fatos.

A distinção entre a convicção e a ética da responsabilidade (consequências), às vezes divide as opiniões – entre o bem e o mal, o certo e o errado. Schluchter (2011, p. 67) entrevê uma “preferência pela ética de responsabilidade”, como uma instância normativa, e uma ojeriza pela convicção. Weber (2011) não fez uma distinção entre essa e aquela, nem considerou a convicção como uma irresponsabilidade. Sua propositura finca-se “no contexto de uma teoria dos valores e dos *limites* da ética”, no qual envolvem os *valores culturais* – a “vontade pura” ou a “convicção” – de uma ética orientada para o sucesso. Para Schluchter (2011, p. 90), “ambos os conceitos possuem uma dupla relevância... ambos, portanto, também são empregados para caracterizar diferentes tipos de ética”.

Essa convicção pela “verdade dos fatos”, busca a legitimação de um sentido, em que um e outro têm praticamente a mesma natureza ou gênero, basta lembrar as expressões “é verdade” e “de fato”. Se o jornalista é um perseguidor de fatos, seu propósito trava-se na busca incessante da verdade. Ao enunciar um “jornalismo verdade” pressupõe-se a existência de um “jornalismo mentira”, ou, “a verdade, doa a quem doer”, faz supor que a “inverdade” compraz. Entrementes, a acepção de *verdade* transborda o campo jornalístico e o da sociologia, mesmo porque está na filosofia a sua imersão (GOMES, 2009).

Além da verdade espera-se do jornalista lealdade à ética, às fontes, aos cidadãos, ao seu público, à democracia etc. Isto porque, conforme Weber (2014, p. 17), o sentido de uma relação social pode ser “*combinado* por anuência recíproca. Isto significa que os participantes fazem promessas referentes a seu comportamento futuro... que o *outro* orientará sua ação pelo sentido da promessa, tal como entende”. Há, portanto, um contrato tácito de “lealdade” do jornalista com a sociedade quanto aos fins, no sentido de atender a expectativa da outra parte. Nisso não se configura a submissão, mas uma ação leal, um antídoto à hipocrisia.

2.2 A CULTURA JORNALÍSTICA

Cultura jornalística corresponde ao *habitus* de classe. Entende-se *cultura* no “sentido de competência cultural adquirida num grupo

homogêneo”, relacionada diretamente às práticas, como diz Bourdieu (2013c, p. 67), e Wolff (2008, p. 102) confirma: “no conceito de cultura cabem tanto os *significados* e os *valores* que surgem e se difundem nas classes e grupos sociais, quanto às *práticas* efetivamente realizadas”. Ou seja, os jornalistas compartilham práticas, valores e princípios que constituem a sua cultura.

As práticas de verificar e apurar os fatos, perguntar, relacionar-se com as fontes, dominar as técnicas de redação e reconhecer o que é notícia estruturam uma cultura profissional. Valores como verdade, objetividade, neutralidade, imparcialidade, lealdade, independência, ética, defesa do interesse público e da democracia são temas de debates e de pesquisas empíricas desde 1937, quando Leo Rosten estudou como 127 correspondentes de jornais norte-americanos em Washington consideram certos eventos políticos noticiáveis: alta importância social ou histórica, ações de personalidades e estereótipos e situações de conflito (TRAQUINA, 2013).

A tese não pretende uma abordagem maniqueísta diante das práticas jornalísticas conduzidas pela moral, portanto normativa, mas uma atitude “compreensiva” encravada na tradição weberiana, de entender as lógicas das ações que levam o jornalista a agir desse ou daquele modo, mesmo em contradição a sua deontologia, pois do contrário “seria proibir o pesquisador de explicar e compreender o comportamento humano mais censurável e até mesmo no caso do abjeto”, alerta Lemieux (2009, p. 184) ao considerar as “explicações e os entendimentos sociológicos” úteis para “pensar racionalmente”. Este é o tema central da sua obra³⁶, ao analisar a cultura jornalística francesa, a partir de uma visão sociológica crítica do jornalismo.

Também Genro Filho (2012, p. 36) vê um espírito “pragmático” da grande maioria dos jornalistas, “em parte devido à defasagem do acúmulo teórico em relação ao desenvolvimento das ‘técnicas jornalísticas’ e, em parte, devido ao caráter insolente e prosaico que emana naturalmente da atividade”. Isso a partir de uma visão funcionalista, expressa em “manuais práticos” e nos deveres dos jornalistas: “independência, imparcialidade, exatidão, honradez, responsabilidade e decência”, princípios, que segundo o autor, fogem da complexidade ética e política que cada um desses conceitos exige.

³⁶*Mauvaise presse*, de Lemieux (2000). A expressão “ter má imprensa”, em francês significa “ter uma má reputação”. Portanto, o livro faz um trocadilho da ambiguidade de uma mídia “ruim” e a “má reputação”.

Para a democracia liberal interessa a objetividade jornalística, como um alto-falante da liberdade, fraternidade, justiça, igualdade etc. Porque as “noções de objetividade, características do jornalismo moderno... carregam consigo uma determinada visão de mundo” (SPONHOLZ, 2009, p. 78), tampouco a imparcialidade e a neutralidade, sejam um exclusivismo do jornalismo, que “deve ser ‘imparcial’, mas também ‘interpretar’ os fatos” (GENRO FILHO, 2012, p. 38). Lage (2012, p. 32) explica que *objetividade* no jornalismo “consiste basicamente em descrever os fatos tal como aparecem; é, na realidade, um abandono consciente das interpretações, ou do diálogo com a realidade, para extrair desta apenas o que se evidencia”.

Mas para o autor trata-se de um mito, pois “ao privilegiar as aparências e reordená-las num texto, incluindo algumas e suprimindo outras, colocando estas, primeiro, aquela depois, o jornalista deixa inevitavelmente interferir fatores subjetivos” (LAGE, 2012, p. 32). Mesmo assim, para Bourdieu (2006, p. 56), “os jornalistas podem e devem adotar uma retórica da objetividade e da neutralidade”, mas estão expostos às “estratégias discursivas dos diferentes atores, e em especial aos efeitos retóricos que têm em vista produzir uma fachada de objetividade, de luta simbólica pelo veredito”. Para isso, as fontes buscam o respaldo do campo jornalístico, “cujas pretensões à objetividade reforçam e legitimam”.

Na pragmática do jornalismo, a narrativa da atualidade alimenta os processos sociais, isto é, os “atos que devem ser feitos” ou “as regras que determinam em que condições tais atos (sociais) de fala ocorrem” na cultura jornalística, na concepção de Chaparro (2007, p. 27), para quem no jornalismo “as ações, os fazeres e seus contextos são de alta complexidade, pois se trata de um processo social e cultural de intermediação, com múltiplos emissores produtores e receptores”, por isso se instauram “muitos propósitos, poucos princípios” e algumas trapalhadas, perceptíveis nas informações falsas, imprecisas, incompletas e mesmo nos interesses ocultos que influenciam o fazer jornalístico.

Desse modo, não se pode compreender o jornalismo “sem uma compreensão da cultura jornalística”, conforme Traquina (2013, p. 44) ao reconhecer que os jornalistas são pragmáticos e o jornalismo “uma atividade prática, continuamente confrontada com ‘horas de fechamento’ e o imperativo de responder à importância atribuída ao valor do imediatismo. Não há tempo para pensar, porque é preciso agir”. O jornalista é um agente da “ação” e não um sujeito do “pensar”, isso explica a dificuldade “que os jornalistas têm em responder uma pergunta

tão central da sua atividade profissional – o que é notícia, ou seja, quais são os critérios de noticiabilidade que utilizam no processo de produção das notícias” (TRAQUINA (2013, p. 45).

Hanitzsch et al. (2011) realizaram um mapeamento da cultura jornalística em diversos países e verificaram diferenças e semelhanças, em especial quanto aos fundamentos epistemológicos do jornalismo. Os profissionais concordam que as crenças e as convicções pessoais não devem influenciar no teor das notícias. Confiabilidade e informações fatuais, bem como a imparcialidade e neutralidade são os ideais mais prezados. Apontam também uma identidade profissional universal e uma ideologia jornalística homogênea. Sugerem novos estudos para revelar diferenças peculiares na cultura jornalística, pela sua dinâmica, representadas pelas constantes mudanças nas práticas e técnicas. Recomendam um olhar sociológico contemporâneo sobre a atuação jornalística.

Segundo Ortner (2011, p. 423), o “pensamento social contemporâneo”, desenvolvido por Clifford Geertz, aponta para duas vertentes da atuação profissional: “o primeiro trata da prática: práxis, ação, interação, atividade, experiência e *performance*, e se relaciona com um outro conjunto que trata daquele que realiza estas ações: ator, agente, sujeito, *self*, indivíduo”. Influenciado por Weber, por intermédio de Talcott Parsons, Geertz “posicionou firmemente o ator no centro de seu modelo, e muito do trabalho posterior centrado na prática constrói-se sobre uma base *geertzo-weberiana*” (ORTNER, 2011, p. 424).

Estes dois conjuntos, prática e ação, remetem imediatamente a Weber pela inserção do indivíduo no centro do processo de racionalização, pelo seu interesse no *ethos* e na consciência. Portanto, escolher Weber (2004, 2005, 2011, 2014) como referência é uma estratégia de um determinado tipo ligado à burocracia, a qual proporciona uma sensação de segurança profissional e protege contra as decisões arbitrárias, além de criar oportunidades de atuação especializada, o que aumenta a eficácia e a eficiência da organização. No caso de regras de desempenho relativamente estáveis, podem possibilitar maior autonomia e formas criativas para atingir objetivos e metas.

O jornalista trabalha para legitimar a sua prática. Weber (2004, 2014) introduz essa ideia na discussão sobre o poder moderno, de forma racional e munido de autoridade legal. Assim, a atuação do jornalista confere legitimidade profissional e autoridade ao jornalismo. Dessa forma, a situação e a conjuntura “determinam o que pode ser dito, o

modo como pode ser dito e quem tem legitimidade para dizê-lo” (MICK, 2017, p. 72). A esse poder, Bourdieu (2006) chama de *divisão do trabalho de dominação simbólica*, uma luta pelo princípio “legítimo de legitimidade”, de autoridade legal, ou seja, o seu reconhecimento: “a apreensão do mundo comum como coisa evidente, natural, que resulta da coincidência quase perfeita das estruturas objetivas e das estruturas incorporadas” (BOURDIEU, 2006, p. 145), ou seja, um “pôr em causa”³⁷, pois todo grupo social tende “a produzir em vista de se legitimar”.

A legitimação busca a hegemonia, isto é, uma forma de dominação na qual o grupo ou classe social torna legítima a sua posição e consegue aceitação e mesmo apoio irrestrito. Portanto, com elevado grau de “autonomia” manteria a sua plena legitimidade. Mas a subordinação de práticas discursivas “à troca econômica transformou a função da produção discursiva da imprensa – em princípio puramente política – em econômica; metamorfoseou o discurso público e criou uma nova forma discursiva” (CHALABY, 1998, p. 67), a qual compromete o seu grau de autonomia. Por isso, Bourdieu propõe uma “teoria da prática”, a praxiologia, de um *sentido prático*, incorporado de sua trajetória social e profissional.

Como se vê, a abordagem da prática é diversa e com enfoques diferentes. Algumas mudam outras permanecem, pois a sociedade é dinâmica e sistêmica. Nisso, os atores acumulam suas estratégias para evitar constrangimentos por meio da ação e da interação –, oposta à visão de que a ação é mera encenação ou execução de regras ou normas, tampouco o “voluntarismo” romântico e heroico. Essa estratégia baseia-se em uma motivação ou interesse. Para Foucault³⁸ trata-se de “uma estratégia sem estrategista”, porque “as pessoas sabem o que fazem, elas frequentemente sabem porque fazem o que fazem, mas o que elas não sabem é o que o que elas fazem faz” (HUBERT; RABINOW, 1983, p. 187).

O jornalista, ao dominar profissionalmente as tecnologias do “fazer-ver e do fazer-saber” oferece-se como espetáculo, com tendência especial de “fazer cena”. Accardo (2000) avista uma propensão “à dramatização de sua existência, antes de tudo narcisista, ligada à sua inserção num espaço social intermediário, entre os dois polos, o dominante e o dominado, do

³⁷Expressão derivada do francês, *mettre en question*, questionar.

³⁸Depoimento de Foucault aos autores

poder social”. Portanto, a atuação profissional sobrepuja o “performático”, comum aos artistas, e busca maximizar seu sucesso na prática, mesmo quando relega ideários, pois, quanto ao jornalista, ele se orienta pela convicção e não pela ética das consequências, como observa Weber (2013), o que acentua os disparates da sua atuação, aferida na ação social. Assim, os seus graus de autonomia medem-se pelo desempenho no campo jornalístico.

À luz do objeto desta tese, recorre-se a Ruellan (1993, p. 11), que lembra do “hábito de linguagem” do jornalista em se autodenominar “*jornalista profissional*”; em contrapartida, “nunca dizemos *professor profissional, advogado profissional ou agricultor profissional*”. Essa expressão pleonástica revela a dificuldade em delimitar “profissão” no campo jornalístico e enfatiza o caráter autônomo, especializado e exclusivo que se quer dar à atividade, em especial com o fim da obrigatoriedade do diploma para o exercício da “profissão” no Brasil, a partir de 2009.

Fidalgo (2005, p. 10) reconhece a dificuldade em caracterizar consensualmente a identidade profissional do jornalista ou mesmo explicar as ambiguidades da sua construção e afirmação:

Que os jornalistas fizeram o caminho da profissionalização, é evidente. Que alcançaram um estatuto muito próprio, não se duvida. Que são olhados, reconhecidos e tratados como “profissionais”, parece claro. Que agem, eles próprios, com esse poder – designadamente o poder de controle sobre um segmento razoavelmente fechado do mercado de trabalho, nisso incluindo as condições de acesso e permanência, em termos tanto simbólicos como reais –, também parece inquestionável.

Ao acrescentar à *profissão* a questão da *identidade*, ampliam-se as questões. Neste caso, a identidade está centrada nas relações entre a formação e o mundo do trabalho ou do emprego, bem como aos indivíduos e aos seus grupos sociais, pois, “mobilizam, nas interações do trabalho, os capitais que acumulam na trajetória de formação; os embates internos ao campo definem as identidades profissionais, tanto na dimensão biográfica, como na coletiva” (MICK, 2013).

Para Bourdieu (2005), o *habitus* caracteriza a construção de uma identidade, um “*habitus profissional*”, aquilo que torna possível

a realização de uma infinidade de tarefas, um conjunto de conhecimentos práticos incorporados ao longo do tempo e evidenciados no momento da ação pelas capacidades ativas, criadoras e inventivas de um agente. Este *habitus* exprime simultaneamente uma posição (inferior/superior) e uma trajetória (linear/ascendente) dentro de uma visão econômica e social. A noção de “pertencimento de classe” firma-se no *habitus* incorporado, ou seja, o indivíduo reproduz a classe com o grupo que partilha o mesmo *habitus*, caracterizado pela posição e trajetória do grupo social de origem, bem como pela posição do “grupo de pertencimento”.

Nessa base de sustentação o agente constrói a sua “história de vida” ou profissional, uma trajetória “como uma série de *posições* sucessivamente ocupadas por um mesmo agente (ou um mesmo grupo), em um espaço ele próprio em devir e submetido a transformações incessantes” (BOURDIEU, 2000, p. 81), provocadas por acontecimentos sucessivos, “*alocações e deslocamentos* no espaço social”, no qual a única constância é o seu nome próprio. Isto é, reconhece-se uma trajetória ao compreender o campo em que ela se desenrolou, bem como as relações objetivas de um agente com o seu “grupo de *status*”.

Mas quem é o jornalista brasileiro? Pesquisa³⁹ sobre o perfil do jornalista brasileiro mostra que 64% são do sexo feminino, 61% solteiros, 56% dos que têm religião são católicos, 48% estão na faixa etária de 23 a 30 anos, 72% têm pele branca⁴⁰, 92% são formados em jornalismo, 75% têm registro profissional, 45% trabalham mais de 8 horas diárias, 45% recebem até quatro salários-mínimos por mês, 34% têm dois ou mais empregos, sendo que 55% do que trabalham na profissão atuam na mídia, 40% fora dela e 5% na academia; mais de 36% atuam em São Paulo – 24% nos demais estados do Sudeste –, 54% têm menos de 5 anos na profissão, 42% trabalham em jornais, 47% na função de repórter e apenas 25% são sindicalizados (MICK; LIMA, 2013).

Partindo da estimativa de 145 mil jornalistas brasileiros, pela projeção do PJB (2013), 60 mil atuam na mídia e, destes, 60% trabalham com carteira assinada. Portanto, restam 12 mil jornalistas que prestam serviços nas condições de *freelancers* (12%), “*frilas fixos*” (8%), “*pejotas*” (7%), outros vínculos e desempregados (13%). “A

³⁹Survey com 2.731 respostas, realizado em 2012 pelo Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política da UFSC (MICK; LIMA, 2013).

⁴⁰24% são negros e pardos, enquanto a metade declara-se negra e parda (IBGE, 2010).

terceirização e o trabalho precário são práticas gêmeas, generalizadas e crescentes na mídia brasileira”, constata Schmitz (2015) ao verificar que 55% consideram esta condição uma necessidade do mercado de trabalho, 45% reduziram a renda mensal ao serem terceirizados, enquanto 32% permaneceram na mesma faixa salarial, mas sem os benefícios trabalhistas e 35% têm uma remuneração inferior a dois salários-mínimos por mês, carga horária maior (54% acima de 8 horas diárias) e instabilidade financeira.

Ao integrar a equipe da pesquisa internacional coordenada por Weaver e Willnat (2012), Herscovitz (2012) realizou uma enquete com 506 jornalistas brasileiros em 2009. Do universo pesquisado, as médias são as seguintes: idade de 40 anos, 15 anos na profissão, 54% do sexo masculino, 57% com descendência europeia (5% negros), 40% sem religião (39% católicos), 38% sindicalizados, 45% com orientação política de esquerda, 61% insatisfeitos com a profissão, por causa dos baixos salários, falta de reconhecimento profissional e de plano de carreira, longas jornadas de trabalho, insegurança no emprego, além de “falta de autonomia [...], pressões no ambiente de trabalho e política editorial que interfere no conteúdo” (HERSCOVITZ, 2012, p. 373).

Figaro (2013) coordenou entre 2009 e 2012 um estudo sobre o mundo do trabalho dos jornalistas de São Paulo, Estado que concentra 36% dos jornalistas brasileiros (JRP, 2014) e os resultados mostram a precarização das atividades, principalmente pelo ritmo intenso e acelerado de trabalho, de 8 a 10 horas diárias, além da redução dos empregos fixos e do crescente vínculo de trabalho terceirizado. Aponta que o jornalista cada vez mais produz conteúdos no enquadramento do público e da organização de mídia, em especial pela interferência das assessorias de imprensa: “hoje elas são necessárias ao processo produtivo. Não se trabalha nas redações das empresas de qualquer veículo de comunicação sem o apoio das assessorias. Há brutal profissionalização da área” (FÍGARO, 2013, p. 55).

2.3 OS PAPÉIS DOS JORNALISTAS

A sociedade delega aos jornalistas papéis que, na prática, eles não se sentem obrigados nem dispostos a cumprir à risca, embora os assumam para legitimar a sua função social. Por formação e *habitus* profissional, os jornalistas são induzidos a se ater aos fatos e levar ao público o que está acontecendo – por si só, uma atividade complexa, a de

interpretar e noticiar para o público o tempo presente. Pela cultura e técnica jornalística, estão submetidos à atualidade, à busca de verdade, objetividade, imparcialidade, entre outros valores, além das questões éticas e deontológicas, que coagem os jornalistas a se absterem da militância política, de revelar as suas preferências etc. Obviamente não estão acima da lei e têm seus deveres e direitos como qualquer cidadão.

Mas, cabe ao jornalista defender a democracia? Interceder pelo interesse público? Ser leal aos cidadãos? Vigiar os poderes políticos e econômicos? Mudar a sociedade? E, até mesmo, “fazer pensar”? A complexidade da atividade jornalística abrange vários gêneros (opinião, interpretação, investigação, crítica), tipos de mídia (jornal, revista, TV, rádio, internet), especializações (economia, política, cultura, esportes), procedimentos (pauta, apuração, checagem, reportagem, redação, imagens) e as fontes. Portanto, há vários “jornalismos” e diferentes jornalistas, que certamente não são onipotentes e supremos, embora o anedotário afiance que “o jornalista não pensa que é deus, tem certeza” (aforismo também creditado aos médicos).

A maioria desses papéis ampara os ideais da profissão. Talvez o mais contundente e controverso seja o de cão de guarda (*watchdog*), o jornalista como guardião da sociedade ou um monitor independente do poder, como estabelecem Kovach e Rosenstiel (2004). Waisbord (2010) concorda que o jornalismo contribui para a governança democrática, quando monitora os poderes constituídos, em especial nas questões de interesse público. Ao desempenhar o seu papel de guardião, o jornalista promove críticas, deliberações e diversidade de opinião. Isso possibilita que os cidadãos examinem os governos e outros atores poderosos, identificando as demandas públicas e as suas políticas. Waisbord (2010, p. 316) vê tensões nesse propósito, pois os esforços “são muitas vezes inviabilizados por sistemas de mídia que priorizam os interesses dos governos e das grandes corporações”.

Muhlmann (2004, p. 29) considera que o jornalismo cão de guarda, combativo e implacável, teve seu auge nas décadas de 1960 e 1970 na Europa Ocidental e EUA, quando predominava a desconfiança sistemática de “jornalistas heroicos” contra os poderosos e em episódios importantes na história das democracias ocidentais, como a Guerra do Vietnã, os movimentos dos direitos civis, a contracultura *hippie* e dos escândalos de corrupção política, mas inertes durante as ditaduras militares latino-americanas.

Esse modelo teve o seu apogeu no caso *Watergate*, no qual os

repórteres Bob Woodward e Carl Bernstein, do jornal *Washington Post*, investigaram os motivos do arrombamento do comitê do Partido Democrata dos Estados Unidos, em meados de 1972. Seguindo as pistas de uma fonte sigilosa⁴¹, a dupla produziu uma série de reportagens, revelando o uso de “caixa dois” na campanha eleitoral de Richard Nixon, que por isso renunciou à presidência em 1974 (BERNSTEIN; WOODWARD, 2014). Segundo Hellmueller et al. (2016) este caso é “uma exceção e não a regra”.

Nesse viés posiciona-se a “reportagem investigativa original”, que envolve os próprios repórteres no uso de técnicas similares à investigação policial, na apuração e divulgação de questões ocultas, especialmente crimes e casos de corrupção. Além desse tipo, Kovach e Rosenstiel (2004) apontam outras duas formas dessa espécie de reportagem. Uma é a “investigação interpretativa”, que não trata de fatos desconhecidos, mas de seus desdobramentos e novas abordagens. A outra, a “reportagem sobre investigações”, referente às matérias jornalísticas que revelam ou acompanham investigações dos outros.

Para Nascimento (2010), no Brasil é infimo o jornalismo investigativo, suplantado pelo “jornalismo sobre investigações”. Nesse caso, não é mais o repórter “que revela as maracutaias e falcatruas”, mas a autoridade com a função de fazer isso (policiais, procuradores e promotores públicos). Resta ao jornalista o acesso às investigações apuradas, ficando vulnerável aos interesses das fontes e sem o controle do conteúdo. “Em outras palavras, o repórter deixa de ser um autor para se tornar um escriba, aquele que se resigna a reproduzir a obra dos outros” (NASCIMENTO, 2010, p. 11).

Estudo deste autor nas revistas *Veja*, *Época* e *IstoÉ* sobre a deflagração da operação Lava Jato, em março de 2014, mostra que as reportagens investigativas foram de 12% do total. Suas pesquisas apontam um aumento progressivo do jornalismo *sobre* investigações nestas revistas: 25% em 1994, 71% em 2010 e 88% em 2014. Segundo Nascimento (2017) é grande o risco “de manipulação de jornalistas por fontes ou de depuração de uma informação pelo acesso a somente uma parcela pequena de uma investigação” externa.

Conforme Mellado et al. (2016, p. 71), na América Latina os “fatores externos como a debilidade das instituições democráticas, os condicionamentos econômicos, a corrupção e a irrupção de protestos

⁴¹ Depois de 33 anos, William Mark Felt revelou ter sido o Deep Throat (Garganta Profunda), na época vice-presidente do FBI.

sociais, tornam o jornalismo latino-americano fortemente condicionado” e impotente no seu papel de cão de guarda. Waisbord (2010, p. 325) se perfilha nesse entendimento e considera que “uma esfera pública mais democrática é impensável enquanto persistirem fortes disparidades no acesso à informação”.

Hellmueller et al. (2016) reconhecem que o papel de guardião tradicional continua sendo importante na cobertura da política. Mas o jornalismo norte-americano, por exemplo, não é mais dominado pelo modelo de vigilância, superado por uma abordagem intervencionista, com uma forte inclinação contraditória entre os ideais, percepções e as práticas, mesmo que “os jornalistas americanos ainda se considerem cães de guarda”. Para isso basta verificar as manchetes, carregadas de propósitos vigilantes, mas o restante do conteúdo revela-se complacente.

É comum o jornalista se vangloriar de sua condição de cão de guarda, como representação de independência, liberdade de expressão e pensamento. Mas a mídia, beneficiária das políticas neoliberais, está atrelada aos campos político e econômico, principalmente, ao dar destaque aos governos e agentes poderosos. Halimi (2005)⁴² explora esse conluio entre os jornalistas franceses e os poderes político e econômico, como um confronto artificial, e percebe que a mídia é guardiã de uma ordem social ultraliberal. Na sua visão, essa é uma função pretendida, pois os jornalistas se consideram cães de guarda mesmo quando não agem como tal.

Alguns autores (HALIMI, 2005; HANTZCH, 2011; NASCIMENTO, 2010; SKOVGAARD, 2014) apontam uma redução no papel do jornalista como cão de guarda, representada por várias transformações, algumas indicadas por Pinto (2008, p. 768): crise econômica na mídia, *watchdog* como “marca” e proteção de interesses corporativos, oposição e afinidade ideológica, fragilidade profissional, precarização do trabalho jornalístico, baixa autonomia e as interferências das organizações e seus agentes, oferecendo informações prontas para publicar ou na produção de seu próprio conteúdo, bem como os impactos das mídias digitais. Diante destas considerações, pode-se afirmar que o jornalista como guardião da sociedade é um cão de guarda na coleira.

⁴²Com o mesmo título – *Les nouveaux chiens de garde* –, mas em 1932, Paul Nizan denuncia filósofos disfarçados de aparente neutralidade intelectual, mas que agiam com guardiões da ordem estabelecida. O livro de Halimi foi publicado em 1997 na França e em 1998 no Brasil (Vozes). Atualizado em 2005, o livro foi adaptado para o cinema, em documentário de Gilles Balbastre e Yannick Kergoat, realizado em 2011.

Se o jornalista não fiscaliza suficientemente as organizações, seus agentes públicos e privados, mesmo assim, é seu papel defender o interesse público? Um dos propósitos da notícia é cativar o público por novidade, conflito e controvérsia, entre outros aspectos. De sorte que a utilidade da notícia é pública e “o interesse público é aquilo que a opinião pública diz que é” (CHILDS, 1964, p. 40).

Nesse sentido, para Gomes (2009, p. 79), servir ao *interesse do público* “significa oferecer à esfera civil a possibilidade de se ver representada e satisfeita nos procedimentos regulares da esfera política”. Na dúvida entre a defesa de um e de outro, o jornalista opta pelo “público”, ao dar destaque ao que afeta o maior número de pessoas (audiência). A “lealdade ao cidadão”, na perspectiva do bem-estar geral, tem valor próprio, o mesmo não pode ser dito da conveniência pública, incapaz de produzir evidência moral. Portanto, o interesse público não pode “ser levado a sério em termos de ética no jornalismo” (GOMES, 2009, p. 84).

Disso decorre um bifronte, uma apropriação do capital simbólico (público) pelos jornalistas e outros atores, ao que melhor lhes convier. O que os diferencia, e às vezes conflita, é a forma de apresentar a informação. Nota-se uma “ambiguidade semântica” nos termos “público” e “privado”. Aliás, “público” no jornalismo, segundo Gomes (2009, p. 83), “é apenas outro nome para audiência”. Neste processo, “de um lado estão os jornalistas e seu obrigatório vínculo ao interesse público; do outro, as organizações, em ações determinadas pela prioridade do interesse particular” (CHAPARRO, 1996, p. 20).

O “interesse público” é o objeto, o negócio da mídia. Por isso os poderes econômico, político e cultural tentam transformar suas ações particulares em públicas, quando “o acontecimento vem num pacote de fatos ou declarações, a título de interesse público, embalado numa retórica eficaz e, do ponto de vista ético, subsumido em certo cinismo”, explica Karam (2004, p. 50). Mas o interesse particular é legítimo e “não se deve cair na simplificação de ver no interesse comum o valor que se opõe ao particular. Essa seria a lógica moralista, como se de um lado estivesse o bem, e do outro, o mal”, compara Chaparro (2007), mesmo porque “públicos perversos podem ter demandas perversas e interesses perversos” (GOMES, 2009, p.84).

Chaparro (2007) defende que o jornalista não deve temer nem desprezar os interesses privados, pois são legítimos e representam os conflitos da atualidade. Um proveito particular se opõe a outro, ordena o

autor, ao lembrar que “sem os discursos e ações dos interesses particulares em conflito, o jornalismo não teria o que noticiar” (CHAPARRO, 1996, p. 20). Muitas notícias vertem dos discursos conflitantes e ações do empenho privado: “é desse estímulo que advém a sua performance como profissional e a sua impressibilidade. Se não houver conflitos, não há notícias e não há a necessidade dessa prática profissional”, aponta Barbosa (2008, p. 129),

Essas práticas se ampliam nas mídias digitais, um simulacro do jornalismo, no qual o jornalista adiciona, aos papéis anteriores, o “de mobilizador da audiência e o conceito de notícia é alargado”, segundo Aguiar e Barsotti (2015, p. 93), competindo com conteúdo provido pelo público e pelas fontes, que nem sempre segue os valores e princípios submetidos ao jornalismo – verdade, honestidade, correção, lealdade, respeito, equilíbrio, justeza, imparcialidade –, mas isso não exime o jornalista de sua ética, “mesmo lá onde o serviço ao público não fizer sentido nem tiver cabimento” (GOMES, 2009, p. 87).

Para levar adiante o seu papel de “monitor independente do poder”, os jornalistas “devem manter independência daqueles a quem cobrem” (KOVACH; ROSENSTIEL, 2004, p. 97-112). Nisso se entrelaçam os estatutos de independência e autonomia, embora o primeiro esteja relacionado aos valores do rigor, do compromisso com a realidade, da honestidade e da busca da verdade, da insubmissão às fontes e às suas pressões, mesmo que atendam às orientações organizacionais e deontológicas, bem como dependem de uma série de fatores para realizar o seu trabalho, principalmente econômicos.

Para estes autores, “os jornalistas devem apresentar o que é significativo de forma interessante e relevante”, pois, como contadores de história com base nos fatos, enfrentam alguns desafios para encontrar as informações de interesse do público e torná-las significativas e empolgantes. Ainda de acordo com Kovach e Rosenstiel (2004, p. 249), é dever dos jornalistas apresentar as notícias de forma proporcional e compreensível. Talvez por isso se explique o apego aos números e personagens, como forma de tornar as suas histórias objetivas e que atraiam a atenção – e, para que sejam credíveis, não podem ser pressionados sobre o que produzem.

Independência pressupõe liberdade de expressão, não somente na isenção de censura, mas um dever do jornalista, “uma premissa inegociável para a prática do jornalismo, seja ele bom ou ruim” – para Bucci (2009, p. 121-122) –, que “só melhora quando cumpre o seu dever

de ser livre” e complementa: “o profissional do jornalismo não pode admitir – nem a sociedade pode admitir que ele admita – a hipótese de que o exercício do jornalismo não seja livre, afirmativamente livre”, para tornar públicas as informações, principalmente aquelas que os poderes preferem ocultar.

Espera-se do jornalista a defesa da democracia e a orientação cívica. A tentativa de uma justificativa está em Bucci (2009, p. 130) para quem, “a democracia ainda depende do jornalismo – e este, agora, depende de identificar e cultivar o que lhe é essencial”, como contribuição à “democracia inclusiva e para o desenvolvimento humano”. Genro Filho (2012, p. 233) vê nisso a “consumação da liberdade” a serviço de uma “progressiva socialização objetiva da sociedade”, e por simbiose, invertida, “a liberdade humana exige o desenvolvimento da imprensa em geral. Vale acrescentar: *em especial, do jornalismo*”.

“A democracia liberal está em decadência, e os meios de comunicação estão envolvidos na sua queda. O surgimento da internet oferece algum alívio, assim como um experimento político duradouro – o serviço público de difusão” (CURRAN, 2016, p. 26). Esse modelo político liberal tenta imputar ao jornalista a defesa incondicional da democracia. Mas, como mediador do público, é sua função defender a democracia? Embora pareça evidente, para o jornalista esta questão mostra-se perturbadora, devido aos interesses em jogo. “Ainda que algumas democracias reconheçam um estatuto especial para jornalistas profissionais, uma definição clara da sua atribuição permanece indefinida”, reconhece Shapiro (2014).

Cardoso (1995) realizou uma pesquisa para verificar o compromisso dos jornalistas brasileiros com a democracia e eles “mostraram-se bastante dispostos a valorizar a institucionalidade democrática, independentemente das funções que exercem”. Associam a democracia às liberdades individuais e coletivas: de pensamento e expressão, de ir e vir, de associação e direitos a greves e manifestações públicas. Segundo este autor, cerca de 80% consideram-se os guardiões (cão de guarda) da democracia, especialmente contra a corrupção e a impunidade.

Para Weber (2011), a política é uma forma de participar ou influenciar o poder. O processo de aprimoramento da democracia torna-se possível desde que os indivíduos tenham uma disposição para agir. Na sociedade contemporânea, a transição de regimes democráticos e

políticos traz grandes impactos para o jornalismo, ora cerceando o trabalho do jornalista, ora se utilizando dele para a sua defesa. Desse modo, o jornalismo se confunde com a democracia. Para Charaudeau (2009), “as mídias não são a democracia, mas o espetáculo dela”.

Lima (2016) observa que “comunicação e democracia (ou mídia e política) mútua e geneticamente se constituem”, embora “o sistema privado de mídia no Brasil, salvo exceções, construiu uma história de descompromisso com a democracia como, aliás, sempre foi a própria tradição liberal no nosso país”. Segundo Azevedo (2006), há uma “consolidação do jornalismo comercial” amparado na informação e não na opinião, bem como uma diversidade política, derivada do pluralismo partidário. Isso leva à “profissionalização do jornalista” moderador e a um movimento bastante ativo de crítica à mídia por seu suposto encorajamento induzido “pela competição comercial e jornalística entre os veículos e pela consolidação da nossa cultura democrática” (AZEVEDO, 2006).

Isso também tem suscitado o debate pela regulamentação da mídia, que esbarra em elementos básicos do jornalismo em uma democracia, como vigiar e fiscalizar o poder, promover o debate pluralista e mobilizar civicamente o cidadão (KOVACH; ROSENSTIEL, 2003). Segundo pesquisa de Mick e Lima (2013), 72% dos jornalistas brasileiros são favoráveis à autorregulamentação. Nisso, os jornalistas buscam manter uma posição de “atores políticos”. Visto que jornalismo e democracia são instituições interdependentes, há um contrato tácito entre um e outro, em constante renovação.

Para Charron (2014, p. 161), o jornalismo de comunicação, consolidado pelo advento das mídias digitais, “está mudando profundamente os termos do contrato do jornalismo na democracia, para que se redefina o papel do jornalista, no exercício da função de mediação no espaço público”. Moraes e Adghirni (2011) também acreditam em “novos contornos à posição histórica do jornalista como mediador do debate público”, em que a notícia não é mais “*para o público*”, mas “*com o público*”. Portanto, não há mais alteridade entre a mídia e o público, que, além de receptor, assume o papel de emissor da notícia.

Estudos de Albuquerque (2005, 2013) reconhecem o “poder moderador” da mídia, como fiadora “do bom funcionamento da democracia e das instituições políticas brasileiras”, em especial no modelo de paralelismo mídia/política proposto por Hallin e Mancini (2004). No Brasil a mídia reivindica um papel político ativo, paralelo aos

partidos e à vida política, “um lugar transcendental, de representante do interesse nacional como um todo, e árbitro maior das disputas que se estabelecem entre as instituições e os agentes políticos”, considera Albuquerque (2013) ao verificar uma hegemonia no controle social “e do *ethos* profissional dos seus jornalistas”, justificada pela defesa do “interesse público”, como objeto empresarial e profissional.

Segundo Albuquerque e Holzbach (2008), o jornalista brasileiro exerce um papel metapolítico, como intermediário da relação entre os cidadãos e as instituições públicas, evidenciando “um perceptível viés antipolítico”, devido ao “sentimento generalizado de desconfiança quanto ao bom funcionamento das instituições públicas”, pois existe “um crescente sentido de desconexão da política”. Segundo Curran (2011), em outros países isso se deve principalmente a três males que atormentam a democracia contemporânea: “os governos estão menos capazes de governar; o poder político está se tornando mais centralizado; e a influência econômica está se tornando maior”.

Nessa perspectiva, cabe ao jornalista tornar públicos os problemas, mas não encaminhar a sua solução, embora reivindique “um mandato representativo, cuja lógica é de natureza comercial” (audiência), antes que política, pois estimula o público a atribuir “o poder de, em seu nome, selecionar o que (e de que forma) algo será publicado”. Isto corrobora para o elevado índice de satisfação dos jornalistas brasileiros que atuam na mídia pela “possibilidade de influenciar em assuntos públicos”, demonstrado em pesquisa (MICK; LIMA, 2013), embora “os caminhos adotados pelo jornalismo nem sempre estejam comprometidos de forma profunda com uma perspectiva inclusiva e cidadã implicada no ideário democrático” (GUAZINA; ROTHBERG, 2016, p. 11).

O jornalismo enfrenta uma crise sem precedentes, pois o seu desempenho “nas dinâmicas de formação da opinião pública e sustentação da democracia tem sido objeto de polêmicas e intenso debate”, lembram Guazina e Rothberg (2016, p. 4), visto que nunca foi tão criticado e a sociedade parece prescindir dele. Muhlman (2004, p. 56) atribui essas críticas à existência de “jornalistas a serviço dos poderosos” e perversos diante de um público inocente. De outro lado, encontram-se as críticas estruturais contra a mídia subjugada à índole de seus proprietários ou controladores com o apoio de “jornalistas lacaios”, bem como de “jornalistas manipuladores manipulados”. A autora reconhece três tipos de jornalistas na democracia: o flanador (*flâneur*) curioso e “filósofo do cotidiano”; o lutador (*en-lutte*), que reconhece os poderes e

os limites da profissão e o explorador (*rassemblement conflictuel*) “em confronto com a comunidade democrática”, que investiga e amplia a visão de mundo e valoriza os laços políticos essenciais à democracia.

2.4 A TRILOGIA DA AUTONOMIA

A proposta da tese é refletir e compreender as questões a partir de uma visão não normativa, do que realmente é, e não, necessariamente, como deve ou deveria ser. Isso ultrapassa as fronteiras éticas e deontológicas, também a considerar, cujo debate ocorre no patamar de um jornalismo como forma social de conhecimento, aquele que “se legitima em cada sociedade precisamente pelo ajuste de suas práticas à panóplia de valores e avaliações do público” (MICK, 2017, p. 71). O jornalista porta uma carga considerável de paradoxos, basta recorrer a acepção positivista de Hohenberg (1962, *apud* AMARAL, 2008, p. 19):

Um ser diligente, sem ser intrometido, penetrante, sem ser ofensivo; persuasivo, sem ser enganador; perspicaz, sem ser adivinho; escrupuloso, sem ser pedante; cético, sem ser um cínico confirmado; minucioso, sem ser taquígrafo; cauto, sem ser vacilante; firme sem seu propósito, sem ser alegador; de bons modos, sem ser obsequioso.

O pesquisador holandês Joel Anderson (BRINK et al., 2017) propõe a noção de “lacunas de autonomia”, como um quadro alternativo de análise, referindo-se às lacunas “entre as expectativas institucionalizadas e a capacidade dos indivíduos de atender as expectativas organizacionais, de forma racional”. Trata-se da “capacidade de fazer bem o suficiente para cumprir um desempenho exigido. Esses descompassos aumentam as tensões sociais” e interferem nos graus de autonomia, que se articulam entre os intervalos.

Ao combinar uma análise de conteúdo de 760 postagens no Twitter e um *survey* com seus autores, 76 repórteres filipinos, Tandoc, Cabañes e Cayabyab (2018) verificaram lacunas entre a concepção de seus papéis e os resultados das notícias: há uma distinção “entre o que os jornalistas acreditam e o que eles realmente

fazem ou são capazes de fazer”. Para os autores este fenômeno ocorre porque as notícias são produtos organizacionais e não individuais. Ou seja, as notícias são produzidas conforme as orientações da empresa de mídia e não necessariamente seguem os valores do jornalismo.

Para caracterizar essas “lacunas de autonomia”, a tese propõe uma taxonomia: *autonomia dos ideais*, *autonomia percebida* e *autonomia efetiva* das práticas profissionais, na qual uma decorre da outra, em mútua dependência. Entende-se a *autonomia dos ideais*, individual, aquela que o jornalista atribui a si, por ser importante para ele, a partir de valores, procedimentos e papéis profissionais. A *autonomia percebida* relaciona-se aquilo que o jornalista nota de comum nos afazeres, tanto no seu trabalho, como de outros indivíduos e no seu grupo social. Enquanto a *autonomia efetiva*, real, verifica-se no resultado do trabalho. Independentemente do tipo, considera-se a sua relatividade – maior ou menor, mais ou menos –, mensurada em graus de autonomia, interna ao campo; mas sem desprezar a heteronomia, as relações de poder externas.

Pela *autonomia dos ideais*, os jornalistas buscam proteger, de forma cautelosa, a sua pretensa autonomia. Trata-se de uma defesa às inúmeras ameaças das forças externas. Esta autonomia apresenta-se como uma característica identitária. Toma forma nos discursos, representações e linguagens, relacionadas à coragem e à tensão de sua identidade alinhada aos valores e aos ideais do jornalismo. Nesse caso, a autonomia é uma linguagem contrária à sujeição, submissão e até mesmo à modéstia e humildade. Desse modo, o jornalista reivindica um monopólio de conhecimento ou saberes especializados, notadamente sobre “o que é notícia e como produzi-la”. Isto configura um campo, “um espaço social estruturado de forças”, diferenciado e competitivo (BOURDIEU, 1994).

Trata-se mais de como o jornalismo deveria ser, em particular, sobre o que ele deveria fazer, e menos do que realmente é. Refere-se a um comportamento que sinaliza a resistência dos indivíduos às pressões heterônomas. Nas relações com outros agentes ou posições no campo, os jornalistas precisam recorrer a variadas estratégias de autopreservação, autoafirmação e tentativas de elevação do prestígio social de uma classe historicamente inferior, de baixa remuneração, de proxeneta para uma ascensão social ou profissional (TRAQUINA, 2005, 2008).

A autonomia atribuída a si representa compensações simbólicas, derivadas sobretudo de seu convívio cotidiano com os poderes,

especialmente o político e econômico. Mas os jornalistas não realizam isso de modo completo, às vezes nunca ou nem sempre. Ocorre então um processo agonístico de resistência, negociação e de acomodação com as normas e regulações, lembrando Foucault (2010). Este tipo de autonomia é mobilizado como parte de estratégias para a inserção e a intervenção, baseadas em parâmetros do campo jornalístico, que se concretizam nos capitais sociais identidade dos jornalistas e nos valores da profissão.

A *autonomia percebida* é dúbia. Piaget (2013) ao desenvolver a sua teoria da percepção, enfatiza o caráter probabilístico, especialmente quando submetida aos efeitos do campo, antagônica à precisão. Aponta que todo ato perceptivo envolve hipóteses prováveis, que devem ser consideradas e testadas. Ele conceitua como um processo de pré-categorização, supondo, pois, a mobilização dos mecanismos de assimilação e autoavaliação. Ocorre como um caso particular de operação, mas nunca como um processo puro de ação, porém estático (“a percepção é aqui e agora”) e evasivo. Quando evolui direciona-se à realidade.

Bourdieu (2006, 2013a) indica a percepção como um fenômeno do mundo social, da produção simbólica e das relações informais de poder,

que decorre do *habitus*, do efeito das atitudes introduzidas pelos agentes nessas posições que são próprias para comandar a sua percepção e a sua avaliação da posição, logo, a sua maneira de manter a sua percepção e, ao mesmo tempo, a própria ‘realidade’ da posição (BOURDIEU, 2006, p. 90).

Desse modo, a percepção dá um novo sentido às representações, uma construção social *gestáltica* – *a priori* percebe-se de uma forma, mas, na prática, geralmente, é outra – de elementos mentais inconscientes, em que os agentes investem os seus interesses e pressupostos.

As práticas jornalísticas, ao longo do tempo passaram por profundas transformações relacionadas às “concepções de mundo, visões profissionais, parâmetros identitários e toda uma gama de conceitos e formulações que se materializam em práticas cotidianas”, relaciona Barbosa (2008, p. 127-128) ao destacar um percurso de práticas e representações díspares, que não se resumem ao fazer técnico, mas

também às representações sociais simbólicas. Neste sentido, a autora compreende as práticas como os “sujeitos realizam suas ações e interpretações do mundo sempre num universo pleno de significados”, de quem se exige competências específicas e produção de sentidos.

Cabe recorrer a Chartier (1990) que vincula as práticas às apropriações e às representações, as quais são coletivas, comandam os atos e definem a identidade do grupo; quanto às apropriações entende como práticas de produção de sentidos, mas também produtoras de divisões, sempre plurais, complexas e socialmente determinadas. Ao posicionar estes conceitos nas práticas jornalísticas nota-se que o propósito não é reproduzir a realidade, mas construir significados para os acontecimentos noticiáveis. Para conceituar “representações coletivas” e “apropriações operacionalizáveis”, Chartier (1990) segue Bourdieu (2007, 2013c), para quem as percepções de práticas e representações simbólicas indicam que qualquer campo da prática tende à sublimação:

A representação que os indivíduos e os grupos exibem inevitavelmente através de suas práticas e propriedades faz parte integrante de sua realidade social. Uma classe é definida tanto por seu ser-percebido, quanto por seu ser, por seu consumo – que não tem necessidade de ser ostensivo para ser simbólico – quanto por sua posição nas relações de produção (BOURDIEU, 2007, p. 447).

Ainda de acordo com Bourdieu (2006, p. 139) ocorre “não só a representação que os agentes têm do mundo social, mas também, de modo mais preciso, a contribuição que eles dão a construção da visão desse mundo e, assim, para a própria construção desse mundo”, fazem isso por meio do “trabalho de representação” de forma contínua para imporem a sua visão de mundo ou “a visão da sua própria posição nesse mundo, a visão da sua identidade”. Essa “percepção do mundo social” torna-se objetiva, pela estrutura social, e subjetiva, ancorada na linguagem e nas relações de poder simbólicas (BOURDIEU, 2006).

Dessa forma, as relações objetivas “estruturam as práticas e as representações das práticas” e o *habitus* produz práticas e representações individuais e coletivas, concordantes ou mesmo conflitantes, dos integrantes do grupo ou da mesma classe, sempre mais e melhor ajustadas do que desejam ou sabem os agentes. Ao seguir as suas próprias leis, as práticas se expõem a receber sanções negativas, o que as

torna um produto de obediência às normas. Portanto, para Bourdieu (2013c, p. 58) pode-se “explicar essas práticas se colocarmos em relação a estrutura objetiva que define as condições sociais de produção do *habitus* (que engendrou essas práticas) com as condições do exercício desse *habitus*”.

As práticas e as representações ocorrem na interpretação da ação, pois as formações coletivas “são representações de algo que em parte existe e em parte pretende vigência, que se encontram na mente de pessoas reais e pelas quais se orientam suas ações”, reflete Weber (2014, p. 9), para quem o indivíduo, ao considerar o ideário, concorda ou não, ou seja, obedece ou transgredir. Ao tomar a noção weberiana de práticas, observa-se que as representações coletivas, apoiadas na ideia de valores, dependem da situação, da condição e do ambiente, em que as práticas são facilitadas, dificultadas ou inviabilizadas.

Portanto, as representações sociais na visão weberiana são juízos de valor que os indivíduos possuem e pelos quais se orientam para legitimar, no nosso caso, o fazer jornalístico. Também Durkheim (1985, p. 19) considera que as “representações esquemáticas e sumárias constituem as prenoções de que nos servimos para as práticas correntes da vida”. Mas segundo este sociólogo, elas são frutos “de experiências repetidas e do hábito resultante”, sendo que isso “contribui, portanto, para que vejamos nelas a verdadeira realidade social”.

Se nas práticas ocorrem representações sociais simbólicas, é no campo (BOURDIEU, 1996), na esfera social (WEBER, 2014) e na realidade dos fatos (DURKHEIM, 1985) que intercorre efetivamente a realidade, a produção do verdadeiro, em que participam tanto a realidade dos objetos quanto a realidade dos agentes, que “passam da representação da realidade à realidade da representação”, explica Bourdieu (2006, p. 139). Trata-se “da realidade objetiva dos fatos sociais” (DURKHEIM, 1985), onde se sucede a *autonomia efetiva* nas práticas profissionais, ou seja, “uma realidade mais real” (BOURDIEU, 1996, p. 49).

Weber (2001, 2014) institui lapsos entre os valores, os fins (percepções) e a realidade empírica objetiva, que determina ou não as ações efetivas nas esferas sociais, onde somente o resultado efetivo da “luta dos motivos” esclarece a respeito da realidade:

Uma ação determinada pelo sentido efetivamente, isto é, claramente e com plena consciência, é na

realidade um caso-limite. Toda consideração histórica e sociológica tem de ter em conta esse fato ao analisar a realidade. Mas isto não deve impedir que a Sociologia construa seus conceitos mediante a classificação do possível “sentido subjetivo”, isto é, como se a ação, seu decorrer real, se orientasse conscientemente por um sentido. Sempre que se trata da consideração da realidade concreta, tem de ter em conta a distância entre esta e a construção hipotética, averiguando a natureza e a medida desta distância (WEBER, 2014, p. 13).

A efetividade das práticas profissionais sobrevém ao jogo social de um campo:

Um campo de forças, cuja necessidade se impõe aos agentes que nele se encontram envolvidos, e como um campo de lutas, no interior do qual os agentes se enfrentam, com meios e fins diferenciados conforme sua posição na estrutura do campo de forças, contribuindo assim para a conservação ou a transformação de sua estrutura (BOURDIEU, 1996, p. 50).

CAPÍTULO III – IDEAIS, PERCEPÇÕES E PRÁTICAS PROFISSIONAIS EFETIVAS

*Pode-se estabelecer índices
de autonomia do jornalista.*

Pierre Bourdieu

Esta tese utiliza os dados da pesquisa internacional *Journalistic role performance around the globe*, etapa Brasil, realizada nos jornais *O Globo*, *Folha de S. Paulo*, *O Estado de S. Paulo* e *Zero Hora*. O estudo ocupa-se dos resultados da enquete em rede (*online survey*) e presencial, e da análise de conteúdo dos itens noticiosos. Para este trabalho foram selecionadas 425 notícias assinadas pelos 122 jornalistas que responderam à enquete. Este projeto de pesquisa iniciou em 2014, sob coordenação internacional de Claudia Mellado (Escola de Jornalismo da Universidade Católica de Valparaíso, Chile) e de Lea Hellmueller (Escola de Mídia e Comunicação da Universidade de Tecnologia do Texas, EUA), sendo a Etapa Brasil coordenada pelo professor Jacques Mick, da UFSC, e o autor desta tese como um dos pesquisadores. Inicialmente o projeto envolveu 38 países, mas somente a metade concluiu a pesquisa: Alemanha, Argentina, Brasil, Chile, China, Cuba, Equador, Espanha, Estados Unidos da América, Grécia, Hong Kong, Hungria, Índia, Irlanda, Malásia, México, Polónia, Rússia e Suíça.

Os dados foram coletados em duas frentes, de forma articulada. Primeiro, da seleção e codificação dos itens noticiosos de interesse nacional nos jornais citados, para estimar os graus de *autonomia efetiva* na prática profissional. Depois da enquete (*survey*) com os repórteres que escreveram as notícias codificadas nestes jornais, com o propósito de verificar os graus de *autonomia dos ideais*, aquela que o jornalista atribui a si e da *autonomia percebida*, relacionada aquilo que ele percebe de comum no seu ambiente de trabalho. A característica híbrida consiste em identificar aquilo que contribui para a ocorrência dos fenômenos, por meio de uma abordagem quantitativa e técnica de enquete (*survey*) e análise de conteúdo.

3.1 OBJETO DA PESQUISA

Em 2014, o primeiro critério para a seleção de jornais como objeto da pesquisa foi a tiragem impressa e o segundo, a veiculação de notícias nacionais. Por este último critério foi desconsiderado o jornal popular local *Super Notícia*, de Belo Horizonte (MG), na época em terceiro lugar, entre os maiores do país, com tiragem de 318 mil exemplares impressos. Naquele ano, a *Folha de S. Paulo* liderava a média de circulação impressa, com 352 mil, *O Globo*, em segundo lugar com 334 mil, seguidos pelo *O Estado de S. Paulo* (238 mil) e *Zero Hora* (211 mil), conforme o *ranking* da Associação Nacional de Jornais (ANJ, 2016). Em 2014 as edições digitais nestes jornais representavam 15,5% do total da circulação, aumentando para 30% em 2017, com destaque para a *Folha de S. Paulo*, que assumiu a liderança na versão digital e total, sendo o único destes jornais em que a digital supera a impressa, em 17% (Tabela 1).

Tabela 1 – Média de tiragem impressa e assinatura digital dos maiores jornais brasileiros em 2017

Jornal	Impresso	Digital	Total
Folha de S. Paulo	142.823	171.026	313.848
O Globo	149.201	91.761	240.962
Super Notícia (MG)	201.754	50.333	252.087
O Estado de S. Paulo	127.584	83.739	211.322
Zero Hora	115.987	88.928	204.915

Fonte: IVC (2018)

O jornal *O Globo* (OG) pertence às Organizações Globo, sob o controle da família Marinho, maior conglomerado de mídia da América Latina, controlador da Rede Globo, segunda maior rede de TV do mundo, atrás da ABC, dos EUA. Em 1911, o jornalista Irineu Marinho (1876-1925) fundou o jornal *A Noite* e vendeu (mas não recebeu) a um dos sócios. Em 1925 criou *O Globo*, que circulou no dia 29 de julho, com duas edições, num total de 33 mil exemplares, 21 dias antes de sua morte prematura, aos 49 anos. Após uma transição sob a gestão de Eurycles de Matos, o filho do fundador, Roberto Marinho (1904-2003), assumiu o controle do jornal em 1931, e depois do grupo, até sua morte. Circula basicamente na região metropolitana do Rio de Janeiro e em

Brasília (O GLOBO, 2018).

A *Folha de S. Paulo* (FSP) integra o Grupo Folha, que atua em jornais (também *Agora* e sócia de *O Globo* até 2016 do *Valor Econômico*), internet (UOL), revistas, livros, guias e pesquisa (DataFolha), de propriedade da família Frias. Em 1921, Olival Costa e Pedro Cunha criaram a *Folha da Noite*, em 1925 a *Folha da Manhã* e 24 anos depois a *Folha da Tarde*. A partir de 1960 os três títulos se fundiram e surgiu a *Folha de S. Paulo*, pioneira na impressão regular em cores no Brasil. Em 1962, Octavio Frias de Oliveira (1912-2007) e Carlos Caldeira Filho (1913-1993) assumiram o jornal. Otavio Frias Filho (1957-2018) foi seu diretor de redação por 34 anos, substituído pela sua irmã Maria Cristina Frias. Seu irmão Luiz Frias é o presidente do grupo (FOLHA, 2018).

O *Estado de S. Paulo* (OE), conhecido como *Estadão*, faz parte do Grupo Estado, controlado pela família Mesquita. É o mais antigo jornal paulistano em circulação, fundado em 1875 como *A Província de S. Paulo*, precursor da venda avulsa no Brasil. Adotou o título atual em 1890. Em 1902, Júlio Mesquita (1862-1927), redator desde 1885 e genro do governador do estado de São Paulo (1891-1892), Cerqueira César, torna-se o único proprietário, sendo sucedido pelo filho e o neto. O Grupo Estado editou por 46 anos (1966-2012) o *Jornal da Tarde*, concebido por Mino Carta, notável pelo arrojo gráfico e conteúdo vinculado à escola do “*new journalism*”. Controla as rádios Eldorado AM e FM (1958) e a Agência Estado (1970), considerada a maior agência de notícias do Brasil (ESTADÃO, 2018).

O jornal *Zero Hora* (ZH) circula no Rio Grande do Sul, sob o comando da família Sirotsky, que controla o Grupo RBS, com negócios em emissoras de televisão afiliadas da Rede Globo, rádios (Atlântida, Gaúcha, CBN, Itapema), jornais (também *Diário Gaúcho* e *Pioneiro*). Em 2016 vendeu suas operações em Santa Catarina e o jornal *Diário de Santa Maria*. O ZH foi fundado em Porto Alegre, em 1964, pelo jornalista Ary de Carvalho e adquirido por Maurício Sirotsky Sobrinho (1925-1986) do Grupo RBS, em 1970. Em 1994 adotou um formato retangular, um pouco mais alto que o tabloide (ZH, 2018).

3.2 PERFIL DOS JORNALISTAS PESQUISADOS

Pelo projeto *Journalistic role performance* (JRP, 2014) foram analisados 2.750 itens noticiosos, sendo 1.910 assinados por 607

jornalistas, destes 122 responderam a enquete, autores de 425 matérias jornalísticas (Tabela 2). Este é universo da tese. A maioria é de *O Globo*, visto que neste jornal, além do *online survey*, foi aplicada a enquete presencial, assim como em *Zero Hora*.

Tabela 2 – Respondentes e autores dos itens noticiosos

Respostas	FSP	OE	OG	ZH	Total
Número	24	34	45	19	122
Percentual (%)	19,7	27,8	36,9	15,6	100

Fonte: JRP (2014)

Destes autores, mais de 70% atuam em editoria específica e os demais em duas ou mais seções simultaneamente. Prevaecem as editorias de Política e Economia (Tabela 3). Em “outras” constam Internacional, Fotografia, Opinião, Ciência e Tecnologia. Agrupou-se por temas do conteúdo, pois as denominações das seções diferem de um jornal para outro.

Tabela 3 – Editorias (%), por jornais, em que atuam os respondentes

Editoria	FSP	OE	OG	ZH	Média
Política	37,5	23,5	33,3	20,5	28,7
Economia	29,2	32,4	17,8	31,6	26,2
Geral	-	8,8	8,9	21,1	9,8
Cultura	-	5,9	8,9	14,6	9,8
Esportes	8,3	11,8	2,2	5,3	6,6
Outras	16,7	17,6	28,9	5,2	19,8

Fonte: JRP (2014)

A maioria, 73%, atua como repórter, 10,7% são editores e 16,3% em outras funções (Tabela 4). Uma das opções da pesquisa era “Estagiário”, mas nenhum dos respondentes atuava como tal. Na resposta “Outras” aparecem correspondente, colunista, repórter especial e freelancer (autônomo).

Tabela 4 – Funções (%) exercidas pelos pesquisados nos jornais

Funções	FSP	OE	OG	ZH	Média
Repórter	62,5	73,5	82,2	63,1	73,0
Editor	4,2	11,8	8,9	21,1	10,7
Outras	33,3	14,7	8,9	15,8	16,3

Fonte: JRP (2014)

Dos 122 jornalistas, apenas seis mantêm um único emprego na carreira. Todos atuam há cinco ou mais anos na profissão, inclusive, 32 deles com dedicação superior há 25 anos. A média está em 17,5 anos na carreira e 9,2 anos no emprego atual (Tabela 5).

Tabela 5 – Atuação profissional (média de anos) na profissão e no emprego

Atuação	FSP	OE	OG	ZH	Média
Na profissão	17,2	17,6	18,4	16,8	17,5
No emprego atual	7,2	9,0	10,8	9,8	9,2

Fonte: JRP (2014)

Quanto ao sexo, corresponde praticamente o mesmo percentual do Perfil do Jornalista Brasileiro (PJB, 2012), que apurou 64% feminino e 36% masculino. No jornal *O Globo* há uma paridade maior: 56,6% de mulheres e 44,4% de homens (Tabela 6).

Tabela 6 – Jornalistas respondentes por sexo (%)

Gênero	FSP	OE	OG	ZH	Média
Feminino	70,8	76,5	56,6	60,1	66,0
Masculino	29,2	23,5	44,4	38,9	34,0

Fonte: JRP (2014)

A idade média dos pesquisados é de 40 anos (Tabela 7). Do total, 13% tem menos de 30 anos e 21% com mais de 50 anos de idade.

Tabela 7 – Média de idade dos respondentes

Idade	FSP	OE	OG	ZH	Geral
Média em anos	39,5	40,4	41,1	39,0	40,0

Fonte: JRP (2014)

Quanto à formação (Tabela 8), apenas três pesquisados não são graduados em Jornalismo, cinco têm dupla formação: Jornalismo mais Direito (4) ou Ciências Sociais (2). Cerca de 15% possui mestrado (História, Comunicação, Economia, Jornalismo, Letras e Sociologia), sendo que quatro pesquisados têm o título de doutor em Antropologia, Ciência Política e Comunicação (2). Apenas um respondente não possui a graduação completa e seis são especialistas com pós-graduação em Letras (2), Relações Internacionais (2), Artes e Cinema.

Tabela 8 – Formação acadêmica (%) dos respondentes

Formação	FSP	OE	OG	ZH	Média
Graduação	100	100	97,8	100	99,5
Especialização	8,0	8,3	2,2	1,5	5,0
Mestrado	12,5	17,6	11,1	18,8	15,0
Doutorado	0,0	0,0	2,2	1,5	3,3

Fonte: JRP (2014)

Em assuntos políticos, a pesquisa apura a posição dos jornalistas por intermédio de uma escala de 0 a 10, em que 0 significa esquerda, 5 centro e 10, direita. A média geral aponta um índice de 4,8, ou seja, de centro com leve tendência à esquerda. Na Tabela 9 busca-se apresentar o posicionamento político.

Tabela 9 – Autoidentificação ideológica (%) dos respondentes

Formação	FSP	OE	OG	ZH	Média
Esquerda (0-2)	4,2	2,9	10,4	5,3	5,7
Centro esquerda (3-4)	33,3	29,4	37,8	43,9	36,1
Centro (5)	20,8	26,6	15,6	12,7	18,9
Centro direita (6-7)	37,5	29,4	31,1	30,0	32,0
Direita (8-10)	4,2	11,8	4,4	5,3	5,7

Fonte: JRP (2014)

3.3 PRÁTICAS PROFISSIONAIS EFETIVAS

A codificação foi realizada em 2014 e 2015 (Quadro 2), por nove

pesquisadores – Aldo Schmitz, Ana Paula Bandeira, Cristiano Anunciação, Jacques Mick, Jean Frainer, Maria Luíza Gonçalves, Mariana Rosa Silva, Samuel Lima e Vaniucha de Moraes – da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e Universidade de Brasília (UnB). De cada item noticioso foram levantadas 82 variáveis. Os percentuais de itens assinados e selecionados em OG e ZH devem-se à aplicação complementar da enquete presencial nestes jornais.

Quadro 2 – Cronograma do projeto JRP (2014), etapa Brasil

Ano/semestre	2014		2015		2016		2017		2018	
	1º	2º	1º	2º	1º	2º	1º	2º	1º	2º
Definição do coordenador da etapa Brasil	X									
Definição da equipe de pesquisadores		X								
Capacitação dos pesquisadores		X								
Tradução do livro de código		X								
Pré-teste da codificação dos itens noticiosos		X								
Codificação dos itens noticiosos			X	X						
Aplicação do <i>online survey</i>				X	X					
Aplicação do <i>survey</i> presencial (ZH, OG)				X						
Consolidação da análise de conteúdo					X					
Consolidação do <i>survey</i>						X				
Início da divulgação dos resultados internacionais da análise de conteúdo						X				
Início da divulgação dos resultados internacionais do <i>survey</i>										X*

* Previsão

Na interpretação da pesquisa deve-se levar em conta o momento histórico – social, político e econômico –, em que foram produzidos os conteúdos jornalísticos. No Brasil, em 2012 e 2013, o lulismo teve o seu ápice e o início da sua derrocada. Foi um período de política econômica favorável ao capital, avanços nos direitos sociais e na redistribuição de renda, estabilidade nos preços dos produtos e serviços, uma conjuntura de estabilidade política e econômica sem precedentes, que começou a mostrar as suas fragilidades com a revelação de escândalos de corrupção e as manifestações populares (SINGER, 2018).

Em 2012, na esfera política transcorreu no Superior Tribunal Federal (STF) o julgamento do “mensalão”⁴³, com 40 réus e apenas dois absolvidos. Entre os condenados figuraram o ex-ministro José Dirceu, o publicitário Marcos Valério (operador do esquema), José Genoíno e Delúbio Soares, presidente e tesoureiro do Partido dos Trabalhadores, respectivamente. O relator do “mensalão” foi o ministro Joaquim Barbosa, primeiro presidente negro do STF (G1, 2012).

Paralelamente ocorreram o escândalo do bicheiro Carlinhos Cachoeira; a institucionalização das cotas para negros, pardos e indígenas nas universidades públicas; o aborto de anencéfalos deixou de ser crime; a greve dos servidores públicos federais por 30 dias e a revelação da cobrança de propina, lavagem de dinheiro e sonegação fiscal na Confederação Brasileira de Futebol, que levou à renúncia do seu presidente Ricardo Teixeira, além do envolvimento posterior de outros dirigentes (G1, 2012).

Em meados de 2013, um movimento contra o aumento do preço do transporte em algumas capitais desencadeou uma das maiores ondas de protestos da história do país. Durante um mês milhares de pessoas foram às ruas contra a corrupção e por melhorias no transporte, na saúde e na educação. O governo lançou o programa *Mais médicos* para ampliar o atendimento nas periferias das grandes cidades e no interior. A chegada de médicos estrangeiros, principalmente cubanos, provocou protestos (MORENO, 2017).

Outros fatos marcam o ano de 2013: incêndio na boate Kiss, que matou 242 jovens em Santa Maria (RS); uma facção criminosa incendiou ônibus e bases policiais em Santa Catarina; emenda constitucional igualou os direitos trabalhistas de domésticas; além da quebra da petroleira OGX de Eike Batista, com dívida de R\$ 11,2 bilhões, a maior da América Latina (G1, 2013).

Na etapa inicial da pesquisa *Journalistic role performance* (JRP, 2014), pela análise de conteúdo, foram codificados 2.750 itens noticiosos, sendo 1.910 assinados por 607 jornalistas, publicados nos anos de 2012 e 2013, nos referidos jornais brasileiros. Para a tese, foram selecionados 425 itens noticiosos (Tabela 10), assinados por 122 jornalistas que responderam à enquete em rede.

⁴³Escândalo de corrupção política com a suposta compra de votos de parlamentares do Congresso Nacional, ocorrido em 2005 e 2006, durante o governo de Luiz Inácio Lula da Silva.

Tabela 10 – Itens noticiosos codificados e selecionados

Respostas	FSP	OE	OG	ZH	Total
Itens codificados total	860	745	835	310	2.750
Itens codificados assinados	599	697	538	137	1.971
Itens selecionados para a tese	88	106	189	42	425
Itens assinados x selecionados (%)	14,7	15,2	35,1	30,7	21,6

Fonte: JRP (2014)

Considera-se um item noticioso uma unidade de análise, como um conjunto de elementos verbais e visuais contínuos (chamadas, fotos, textos), como notícias, reportagens e notas, de abrangência nacional, notadamente nas editoriais de Política e Economia. A codificação dividiu-se em quatro seções:

a) Informações gerais

Identificação dos pesquisadores, jornais, datas de publicação, repórteres, sexo, tipo de notícia, local na publicação, foto e predominância entre textos e imagens.

b) Características das histórias

Tema principal de acordo com uma lista de categoriais (Poderes constituídos, eleições, política, polícia e crime, defesa nacional, economia e negócios, transporte, habitação, saúde, religião, manifestações populares, problemas sociais e outros), área geográfica (local, nacional, internacional)

c) Fontes e métodos de apuração

Número de fontes, tipos (documental, humana) e classificação (política, sociedade civil, empresarial, pessoa comum, especialista, mídia, anônima e outras), fonte principal e método de apuração (diversidade de fontes e pontos de vista, evidência, uso condicional, argumentação etc.).

d) Modelos de desempenho do papel jornalísticos

São seis modelos: *Disseminador-intervencionista* (tendo como indicadores: opinião do jornalista, interpretação, proposta, uso de adjetivos e primeira pessoa), *Cão de guarda* (questionamento, crítica, denúncia, investigação do jornalista ou de outros, conflito), *Leal-facilitador* (apoio e defesa de ações políticas, políticos, elite econômica, sucesso, progresso e promoção nacional, patriotismo), *Jornalismo de serviço* (impacto na vida do público, dicas e conselhos), *Infotimento* (personalização, vida privada, sensacionalismo, escândalo, emoções,

morbidez) e *Jornalismo cidadão* (perspectiva, demanda e credibilidade do cidadão, impacto local, orientações de direitos e deveres, cidadania, movimentos sociais).

3.3.1 Características das histórias

Nesta parte, o projeto JRP (2014) faz um levantamento do tema central de cada história, frequentemente identificado no título e ou primeiro parágrafo (lide). A maioria dos itens, 68%, é de notícia, relatos de fatos e eventos contingentes. Os demais tipos são as reportagens (25%), caracterizadas por conteúdos aprofundados; notas (4%) e crônicas (3%). O projeto não considera as entrevistas.

O maior número dos itens consta nas páginas internas, 80%, e o restante nas capas de cadernos (15%) e nas primeiras páginas (5%). Mais de 56% dos itens contêm fotos, mas apenas em 8% dos casos há a predominância das imagens e em 19% uma relação balanceada com os textos. O projeto não apura o número de infográficos e ilustrações. Em cerca de 80% dos itens a abrangência é nacional, 12% local e 8% internacional.

Quanto aos temas dos itens noticiosos, a maioria, 45%, trata da Política, relacionada aos poderes Executivo, Legislativo e Judiciário, eleições e corrupção de agentes públicos. Cerca de 35% referem-se à economia e negócios. Os demais temas são: crimes e polícia, exceto corrupção na política (4%), religião e igrejas (3%), manifestações e protestos (2%), energia e ambiente (2%), habitação, infraestrutura e obras públicas (2%), educação (2%) e outros (5%: saúde, segurança nacional, direitos humanos, problemas sociais, acidentes e desastres ambientais).

3.3.2 Fontes e métodos de apuração

Neste tópico são quantificadas as fontes jornalísticas presentes nos itens noticiosos, a sua natureza e os tipos, bem como os métodos de apuração. Para codificar as fontes, analisou-se as sentenças, frases, fotos ou citações atribuídas. Por estes critérios foram apuradas 1.240 fontes em 425 itens noticiosos (universo da tese), uma média de 2,9 cada, sendo 92% fontes humanas e o restante, documentais. Isto não significa que os jornalistas entrevistaram este número de fontes, pois foram consideradas todas as citações diretas e indiretas.

Ao apurar as fontes principais, quanto às suas filiações institucionais ou aos tipos, considerou-se o espaço das informações sobre elas e a frequência das citações. As fontes de Estado ou partidos políticos, em 45% dos itens, são as principais fontes, seguidas pelas empresariais, 15%. Este percentual, 60%, deve-se ao desenho da pesquisa, ao priorizar as notícias nacionais, principalmente nas seções de Política e Economia. Mas também revela a preferência dos jornalistas pelas fontes oficiais.

Na Tabela 11 os percentuais superam aos 100%, porque em um mesmo item noticioso pode haver mais de um tipo de fonte. Mas confirma-se a predominância das fontes de Estado e partidos políticos (51,6%), sendo mais presentes em OE (61,4%). Igualmente, estes jornais recorrem também as fontes empresariais (25,5%), especialmente em ZH (35,7%). Em terceiro lugar, aparecem as especializadas (25%), pois são as fontes que os jornalistas mais confiam, segundo pesquisa de Schmitz (2010). As fontes da sociedade civil (19%) são constituídas por organizações sem fins lucrativos ou grupos sociais (associação).

Em menor número são utilizadas as fontes de mídia (12,9%), geralmente uma autorreferência. Também foram verificadas fontes anônimas (10,8%), mas na maioria das vezes não como *sigilo de fonte*, mas por falta de qualificação direta (“disse um ministro”, “comentou um empresário”, por exemplo). As “pessoas comuns como fonte” (8,9%) são as que menos aparecem nas notícias. Neste caso confirma-se o estudo de Schmitz (2010), de que as fontes populares são as de menores credibilidade para os jornalistas. Normalmente aparecem como “vítima, cidadão reivindicador ou testemunha”.

Tabela 11 – Tipos de fontes na análise de conteúdo (%)

Tipos de fontes	FSP	OE	OG	ZH	Média
Fontes de Estado ou partidos políticos	47,7	42,5	61,4	54,8	51,6
Fontes de empresas, negócios	21,6	20,8	24,3	35,7	25,6
Fontes da sociedade civil	11,4	18,9	19,6	26,2	19,0
Pessoas comuns como fonte	9,1	9,4	7,9	7,1	8,9
Fontes de mídia	15,9	9,4	14,3	11,9	12,9
Fontes especialistas	23,9	27,5	20,1	28,6	25,0
Fontes anônimas	6,8	6,6	15,3	14,3	10,8
Outras fontes	12,5	14,2	19,0	7,1	13,2

Fonte: JRP (2014)

A pesquisa identifica os métodos de apuração com mais presença nos itens noticiosos. Verifica como o jornalista utiliza certos procedimentos e convenções para narrar a realidade, quanto a inclusão ou não de diferentes fontes e pontos de vistas. Em 18,4% dos itens não há indicações diretas de fontes. Os artigos incluem apenas uma fonte e uma única perspectiva, em 30% dos casos, portanto uma cobertura unilateral. Em 51,6% há presença de diferentes fontes e de pontos de vista, com angulações diferentes da questão principal.

Quanto às evidências, a pesquisa indica que em 24,4% dos itens há menos informações factuais e verificáveis do que dados, que correspondem a valores, percebidos por terceiros, mas também se referem aos fatos. Também identifica que os jornalistas usam verbos na forma condicional: “seria”, “poderia ser” em 13% dos itens. (JRP, 2014).

3.3.3 A voz jornalística

Esta dimensão permite analisar a presença da “voz jornalística”, por meio do modelo *Disseminador-intervencionista*, no qual o jornalista expressa a sua opinião, interpreta os fatos e usa adjetivos. O disseminador refere-se a um tipo de jornalista que dá importância à distância entre o jornalista e os fatos. A contraparte, intervencionista, é mais centrada no jornalista, que tem voz na notícia, e às vezes age como defensor de determinados grupos sociais. São maneiras unidirecionais de relatar os fatos.

Na Tabela 12, exceto o tópico do uso da primeira pessoa (1,4%), nos demais há uma certa disparidade entre os jornais. Neste caso, o jornalista usa a primeira pessoa (eu, nós, meu, nosso) para incluir-se como testemunha. A imparcialidade impõe ao jornalista que se abstenha de opinar. Nesta pesquisa considera opinião do jornalista (média de 12,4%), o seu julgamento e demarcação da sua posição, mais presente em ZH (19%) e OE (13,2%).

A interpretação (média de 32,2%, a maior deste modelo) é considerada quando o jornalista explica as causas e ou sugere possíveis consequências. Em especial, ocorre em reportagens interpretativas, que se opõe à simples descrição dos fatos. Ou seja, o jornalista explica, avalia e apresenta a sua compreensão, sem necessariamente dar seu juízo de valor. Neste quesito destacam-se os profissionais de ZH (52%) e OE (44%), novamente, pois há uma certa analogia entre opinião e

interpretação.

A questão da proposta e demanda (4,7%) ocorre quando o jornalista propõe ou exige mudanças em determinada situação ou comportamento. Este índice é baixo, comparativamente aos demais, maior em ZH (7,1%) e OE (5,7%). O uso de adjetivos (16,2%) fere os princípios da objetividade jornalística, por isso o repórter credita os qualificativos às fontes, mas utiliza no caso de conferir algum atributo, mais presente em ZH (21,4%) e FSP (20,5%).

Tabela 12 – Modelo *Disseminador-intervencionista* (%)

Questões	FSP	OE	OG	ZH	Média
Opinião do jornalista	6,8	13,2	10,6	19,0	12,4
Interpretação	25,5	44,0	7,4	52,0	32,2
Proposta, demanda	2,3	5,7	3,7	7,1	4,7
Uso de adjetivos	20,5	14,2	8,5	21,4	16,2
Primeira pessoal	1,1	1,8	0,5	2,3	1,4

Fonte: JRP (2014)

3.3.4 Abordagem da audiência

Esta dimensão engloba três modelos: *Jornalismo de serviço*, que combina direitos e interesses do público; *Infotainment*, associação entre informação e entretenimento; e o *Jornalismo cidadão*, de orientação cívica. Estes modelos pouco contribuem para apurar os graus de autonomia do jornalista brasileiro, devido à preferência do projeto JRP (2014) pelos itens noticiosos de Política e Economia, de alcance nacional, enquanto estes modelos se fixam em temas ligados à comunidade, diversão e cultura, de abrangência local e regional. No entanto, a tese apresenta os resultados destes modelos para atestar esta justificativa.

a) Modelo de Jornalismo de Serviço

Este modelo articula os direitos e interesses do público, por meio de uma relação profissional de cliente, a audiência e o jornalista. Nele, o jornalismo oferece informação, orientações, dicas e conselhos sobre bens e serviços úteis para o cotidiano. Devido ao seu alcance nacional e ao panorama econômico e político, este modelo não apresenta resultados relevantes ao escopo da pesquisa. Os índices somenos são insuficientes

para a mensuração dos graus de autonomia, conforme demonstra a Tabela 13.

Tabela 13 – Modelo *Jornalismo de serviço* (%)

Questões	FSP	OE	OG	ZH	Média
Impacto na vida diária	2,2	3,8	4,2	4,6	3,7
Dicas e conselhos (queixas)	1,1	1,9	2,1	2,3	1,9
Dicas e conselhos (riscos individuais)	0,0	0,0	3,6	4,6	2,1
Conselhos para o consumidor	4,4	0,9	3,6	4,6	3,4

Fonte: JRP (2014)

b) Modelo Infotendimento

Este modelo combina o jornalismo de entretenimento e informação para entreter e surpreender a audiência, pois trata o público como espectador, ao utilizar um estilo, narrativa ou visual com o propósito de relaxar e divertir. Quanto à “personalização” refere-se às características físicas, intelectuais, mentais, sociais ou bagagem pessoal da fonte nominada, o que justifica um índice maior, pois neste tipo de jornalismo há um certo destaque a estas particularidades. A Tabela 14 mostra que nenhum destes jornais utiliza o sensacionalismo e a morbidez, tanto no texto quanto nas imagens, certamente pela política editorial. Os demais índices são baixos, incapazes de revelar alguma autodeterminação dos jornalistas, igualmente fora do contexto desta tese.

Tabela 14 – Modelo *Infotendimento* (%)

Questões	FSP	OE	OG	ZH	Média
Personalização	19,0	9,4	27,0	11,9	16,8
Vida privada	3,8	2,8	2,1	2,4	2,8
Sensacionalismo	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Escândalo	2,4	0,0	1,6	7,1	2,8
Estado emocional	2,4	0,9	3,7	2,4	2,4
Sentimentos e emoções	2,4	0,9	0,5	2,4	1,6
Morbidez no texto	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Morbidez na imagem	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Fonte: JRP (2014)

c) Modelo de Jornalismo cidadão

Trata-se do modelo de orientação cívica, em que a perspectiva dominante do conteúdo jornalístico é a apresentação de grupos sem poder social, na restituição de seus direitos, com ênfase ao apoio dos esforços dos próprios cidadãos. Na maioria das questões da Tabela 15 há uma recorrência entre os índices dos jornais, exceto OG e ZH em “impacto local” (14,4% e 30,9%) e “informação pregressa” (19,5% e 26,2%, respectivamente) – esta entendida como a decisão de participação política –, devida à circulação mais regionalizada (RJ e RS) destes jornais. A mídia brasileira está habituada a criminalizar os movimentos sociais, o que se confirma pelo baixo apoio (1% na média).

Tabela 15 – Modelo *Jornalismo cidadão* (%)

Questões	FSP	OE	OG	ZH	Média
Perspectiva do cidadão	3,4	3,7	1,6	4,8	3,4
Demanda dos cidadãos	3,4	2,8	1,6	4,8	3,2
Cidadania, credibilidade para os cidadãos	2,3	2,8	1,6	2,4	2,3
Impacto local	1,1	4,7	14,4	30,9	12,8
Educação sobre direitos e deveres	4,4	0,0	3,7	2,4	2,6
Informação pregressa	1,1	7,5	19,5	26,2	13,6
Questões de cidadania	2,3	0,0	2,1	4,8	2,3
Informação sobre as atividades cívicas	3,4	0,9	2,1	2,4	2,2
Apoio a movimentos sociais	1,1	0,0	0,5	2,4	1,0

Fonte: JRP (2014)

3.3.5 Relações de poder

Especificamente para esta tese, interessam a dimensão *Relações de poder* e os modelos *Cão de guarda* e *Leal-facilitador*, pois possibilitam articular com a enquete feita com os jornalistas que escreveram os itens noticiosos. Descartou-se os modelos *Disseminador-intervencionista*, *Jornalismo de serviço*, *Infotemenimento* e *Jornalismo cidadão*, pois além da articulação superficial com a enquete e ao tema da tese, o descarte deve-se à insuficiência de dados, por conta do objeto da pesquisa: abrangência nacional, com foco em Política e Economia.

Quadro 3 – Dimensão, modelos e respectivas variáveis do JRP para a tese

Dimensão: Relações de poder	
Modelo Cão de guarda	Modelo Leal-facilitador
Variáveis: a) Questionamento b) Crítica c) Denúncia d) Conflito e) Cobertura de processos e escândalos f) Investigações jornalísticas e externas	Variáveis: a) Apoio às atividades institucionais b) Promoção de políticas nacional ou regional c) Imagem positiva das elites política e econômica d) Destaque ao progresso ou triunfo do país e) Promoção do país f) Comparação com o resto do mundo g) Patriotismo

Fonte: JRP (2014)

A escolha desta dimensão e destes modelos justifica-se pela possibilidade de medir os papéis dos jornalistas nas relações com o poder de fato, por conta da heteronomia do campo jornalístico frente aos campos político e econômico, principalmente devido à variedade de forças que se refletem no grau da autonomia jornalística. Mesmo sendo 21,6% (425 itens noticiosos) do total dos itens analisados, os índices são idênticos aos percentuais da pesquisa completa (1.910 matérias assinadas), com um desvio padrão médio de apenas 0,3 ponto para mais ou para menos. Adotou-se a mesma metodologia de apuração, considerando a pontuação referente à ocorrência em cada questão. Optou-se por apurar os índices de cada jornal, para verificar eventuais dissonâncias ou consonâncias entre eles.

Na análise de conteúdo dos dois modelos – *Cão de guarda* e *Leal-facilitador* – aplicou-se o mesmo critério dos índices da enquête, para que se possa verificar as lacunas entre os tipos de autonomia, numa escala de 1 (nada), 2 (não muito), 3 (um pouco), 4 (muito) e 5 (extrema) autonomia. Para isto foram transformados os percentuais em pontos de 1 a 5, seguindo a metodologia da pesquisa *Journalistic role performance* (JRP, 2014), o que possibilita a comparação com as pesquisas em diferentes países e, inclusive, com pesquisas internacionais similares.

a) Modelo Cão de guarda (watchdog)

Para verificar o papel do jornalista brasileiro como guardião da sociedade, buscaram-se os dados do modelo *Cão de guarda*. A pesquisa considera que “o jornalismo cão de guarda procura responsabilizar os poderes públicos, as empresas e outras instituições fiscalizáveis” (JRP, 2014), como uma espécie de “quarto poder”, não como posição política,

mas com o aval da sociedade para questionar, criticar e denunciar.

Neste modelo medem-se os graus de *autonomia efetiva* (Tabela 16), pela iniciativa do jornalista e de heteronomia (Tabela 17), quando ocorre a dependência do jornalista aos campos externos. Essa cisão permite evidenciar e explicar as iniciativas dos jornalistas em comparação as interferências das fontes no campo jornalístico.

Quanto aos “questionamentos” do jornalista – sobre a validade daquilo que os agentes ou “grupos de poder” dizem ou fazem – e de outros, presentes nas citações, declarações e opiniões fornecidas por outros indivíduos, que não o jornalista, há uma disparidade, prevalecendo os questionamentos dos outros (3,8 a 2,5, uma diferença média de 34%), sendo maior em ZH (4,7 a 2,9), praticamente igual à média geral em OE (3,2 a 2,1), menor em OG (3,9 a 2,6) e na FSP (3,2 a 2,3).

A análise de conteúdo dos itens noticiosos revela que os jornalistas de ZH (1,5) questionam mais, seguidos pelos colegas de OG (1,4), FSP (1,4) e OE (1,3). Isso faz aflorar as interferências dos campos político e econômico, que a pesquisa classifica como “grupos de poder”. Talvez essa maneira singular de expressão justifique a grande diferença entre a crítica do jornalista e dos outros, que se refere a inclusão de críticas a indivíduos ou “grupos de poder” na forma de citações, declarações e opiniões negativas fornecidas pelas fontes.

Os dados da pesquisa comprovam sobremaneira, a hipótese da preponderância do “jornalismo sobre investigações” e a restrição do jornalismo investigativo. Basta perceber os baixos índices de denúncia (1,5) e de apuração investigativa (1,5) feita pelo jornalista, em contrapartida às denúncias dos outros (2,8) e à investigação externa (3,8).

Há uma recorrência de graus de autonomia: em ZH há pouca investigação (1,5) e denúncia (1,5), mas se utiliza da denúncia dos outros (3,1) e da investigação alheia (4,6), quase uma heteronomia extrema neste quesito. Esses percentuais são muito próximos aos apresentados por OG, com investigação (1,5) e denúncia (1,6) dos jornalistas, contra a investigação (4,4) e denúncia (2,6) externa. Isso também ocorre em OE (1,5 e 1,5 x 3,1 e 2,4, respectivamente) e na FSP (1,6 e 1,5 x 3,2 e 3,0, na mesma ordem).

Na questão dos “conflitos” ocorrem as menores taxas. A análise de conteúdo nos itens noticiosos neste modelo, alcança uma média ínfima de apenas 0,6, menos evidente em OG (0,3) e ZH (0,5) e mais comum na FSP (0,7) e OE (0,8), mesmo que irrelevante. Comprova-se

que o jornalista questiona (2,5) pouco, raramente investiga (1,5), ocasionalmente denuncia (1,5) e praticamente não faz críticas (0,9) diretas.

Tabela 16 – Modelo *Cão de guarda* – Graus de autonomia efetiva

Questões	FSP	OE	OG	ZH	Média
Questionamento do jornalista	2,3	2,1	2,6	2,9	2,5
Crítica do jornalista	0,9	0,8	0,8	0,9	0,9
Denúncia do jornalista	1,5	1,5	1,6	1,5	1,5
Apuração investigativa do jornalista	1,6	1,5	1,5	1,5	1,5
Conflitos	0,7	0,8	0,3	0,5	0,6
Média por jornal e geral	1,4	1,3	1,4	1,5	1,4

Fonte: JRP (2014)

Em contraponto à autonomia, os campos “vizinhos” atuam na mídia para tornar o jornalismo um campo heterônomo. Basta comparar os dados das Tabelas 17 e 18 para comprovar a larga discrepância. As fontes organizadas, em especial as oficiais e empresariais, dispõem de uma estrutura profissional, preferindo inclusive jornalistas com passagens na imprensa para agir estrategicamente e fornecer para a mídia as informações prontas para publicar, conforme os seus interesses. Sendo o jornalismo um espaço polifônico e do controverso. Os questionamentos, críticas e denúncias são acolhidos, em tese, com avidez pelos jornalistas, devido ao elevado teor de noticiabilidade.

Evidencia-se nestes casos uma heteronomia, relacionada às ações externas, pois apresenta um alto grau de interferência de fora, tanto nos questionamentos (3,8), críticas (3,5), denúncias (2,8) e investigação externa (3,8). Este papel é delegado às fontes, especialmente às oficiais, que são as preferidas da mídia, pois emitem informações aos cidadãos e tratam essencialmente do interesse da coisa pública, embora possam falsear a realidade, para preservar os seus interesses ou do grupo político.

Tabela 17 – Modelo *Cão de guarda* – Conteúdo externo

Questões	FSP	OE	OG	ZH	Geral
Questionamento dos outros	3,2	3,2	3,9	4,7	3,8
Crítica dos outros	3,0	3,1	3,9	4,0	3,5
Denúncia dos outros	3,0	2,4	2,6	3,1	2,8

Questões	FSP	OE	OG	ZH	Geral
Investigação externa	3,2	3,1	4,4	4,6	3,8
Média por jornal e geral	3,1	3,1	3,7	4,1	3,5

Fonte: JRP (2014)

b) Modelo Leal-facilitador

Neste modelo os papéis apresentam-se de duas maneiras. Na primeira, a lealdade, os jornalistas cooperam com o poder público e transmitem suas informações como algo verossímil, apoiando a agenda política. Demonstram lealdade às elites política e econômica, defendendo políticas governamentais e empresariais, e transmitindo uma imagem positiva das autoridades e empresários, principalmente. Chegam a assumir o papel de porta-vozes, ao transmitir mensagens tal como fornecidas pelas fontes.

Na segunda, facilitador, o jornalista ajusta o seu foco aos interesses do Estado e da Nação, mostrando somente os aspectos positivos de seu país, o progresso, os triunfos nacionais, em comparação ao resto do mundo, bem como ressaltando o patriotismo, para reforçar a ideia de pertencimento, preservar a harmonia social e fortalecer a unidade nacional.

Os valores do jornalismo indicam a lealdade ao cidadão, que mantém com o jornalista um pacto implícito, um contrato tácito para monitorar os poderes e a sociedade. Esta fidelidade está relacionada à independência jornalística. Mas o jornalista é submetido a uma série de pressões, principalmente do empregador, que transforma a notícia em “produto à venda”, e audiência para atrair verbas publicitárias, além da demanda de uma produtividade descomedida.

Porém, o público não supõe o jornalista submisso, dependente, servil, um defensor dos poderosos. Para alguns isso representa um paradoxo, para outros uma conformidade do jornalista que prefere as fontes oficiais, como “definidores primários”, pela institucionalização, notoriedade, poder (autoridade), especialização e por emitirem informações aos cidadãos e tratarem essencialmente do interesse público, embora representem “a coisa pública”.

Neste modelo mensura-se a heteronomia, ou seja, as interposições dos campos externos, em especial, político e econômico. Adota-se a mesma escala de pontos: 1 (nenhuma), 2 (não muito), 3 (um pouco), 4 (muito) e 5 (extrema). Na Tabela 18, a média geral (1,7) indica pouca heteronomia, igualmente em OE e OG (1,7) sendo quase “nenhuma” na

FSP (1,2) e “não muito” em ZH (2,2). Mas estas questões têm pouco impacto nos jornais brasileiros devido à cultura jornalística.

Os itens de apoio e defesa apresentam contrapontos em “atividades oficiais” (1,9) e de “políticas” (1,1), quando se trata em enaltecer, promover ou defender atividades oficiais e políticas nacionais ou regionais, ligadas aos poderes político e econômico. Nas “atividades oficiais” a heteronomia é maior no OE (2,5) e menor na FSP (0,5). Quanto ao apoio às “políticas”, há mais heteronomia em ZH (1,7) e menos da FSP (0,6). Tais índices talvez se justifiquem porque estes jornais não assumem claramente um posicionamento político –, aliás há um caso raro, quando o *Estadão* (OE) declarou apoio a José Serra, do PSDB, candidato derrotado à Presidência da República nas eleições de 2010, fato evidenciado na sua cobertura jornalística.

Nas questões de imagens positivas da elite política e econômica, ocorrem quando o jornalista acentua favoravelmente habilidades de gestão e liderança, bem como características pessoais de políticos e empresários, utilizando adjetivos positivos. Nota-se um maior apoio e defesa aos agentes econômicos (1,6) do que dos políticos (0,6), principalmente em ZH (2,6 e 1,3) e menor na FSP (0,6 e 0,2) e praticamente idêntica no OE (1,2 e 0,4) e em OG (1,6 e 0,5), respectivamente. Mas, se o jornalista não apresenta uma imagem positiva, não significa o contrário – criticar o político ou o empresário. Trata-se apenas de uma variável submetida à objetividade, um salvo-conduto jornalístico.

Quando o progresso e o sucesso do país, região ou estado são enfatizados pelos jornalistas podem ter repercussões internas, gerando orgulho no público, ou externa, suscitando admiração. Nisso há uma linha tênue entre promoção (marketing), divulgação positiva (relações públicas) e jornalismo. Talvez, por isso, seja o quesito com o maior grau de heteronomia (3,1) neste modelo, pela ordem: OE (3,8), ZH (3,6), OG (3,0) e FSP (2,0). Esta questão está associada aos “triumfos nacionais”, relativos aos indivíduos ou grupos vitoriosos no país ou exterior, com uma média geral de “não muita” (2,0) heteronomia, sendo maior em ZH (2,4) e OG (2,1) e menor no OE (1,8) e FSP (1,7). Na pesquisa, estes temas estão mais ligados ao futebol.

As questões “promoção da imagem positiva do país” (1,7) e “comparação com o resto do mundo” (2,7) mantêm uma diferença regular, inclusive em cada jornal, de 1 ponto. Para atingir um efeito publicitário, os órgãos públicos, principalmente, recorrem a uma

infinidade de ações de marketing e divulgação por meio do esporte (olimpíadas, campeonatos mundiais), de intercâmbios (artísticos, científicos), publicações (revistas, mídias digitais), envolvendo um exército de jornalistas (correspondentes) e formadores de opinião.

O “patriotismo” é um tópico emblemático no jornalismo brasileiro, em diferentes formas: lealdade à pátria, à língua e aos costumes, e aquele ligado à geopolítica. As ideologias de Estado (nazismo, comunismo, fascismo, nacionalismo, ditaduras) deturpam o sentido de “amor à pátria” e civismo. Na pesquisa, o enfoque é “o jornalista que valoriza positivamente o pertencimento a uma nação”. Talvez, isso seja insuficiente para abranger as formas e o sentido amplo de “patriotismo”. Diante disso, apura-se “nenhuma” heteronomia, com índices menores que 1, sendo a média geral 0,4, pouco relevante na FSP (0,2), OE (0,4), OG (0,4) e ZH (0,6).

Este modelo, *Leal-facilitador*, apresenta-se fraco para medir a heteronomia, diante das relações de poder que impõem ao campo jornalístico constrangimentos subliminares, ora pelo baixo grau de autonomia do jornalista e por vezes pelos ataques externos dos campos político, econômico, cultural, social e mesmo do público, que assumiu um novo papel na era digital, o de produtor de conteúdo, em que cada receptor é potencialmente um emissor, e vice-versa.

Tabela 18 – Modelo *Leal-facilitador*

Questões	FSP	OE	OG	ZH	Geral
Apoio e defesa das atividades oficiais	0,5	2,5	2,0	2,2	1,9
Apoio e defesa de políticas	0,6	0,8	1,3	1,7	1,1
Imagem positiva da elite política	0,2	0,4	0,5	1,3	0,6
Imagem positiva da elite econômica	0,6	1,2	1,6	2,6	1,5
Progresso, sucesso	2,0	3,8	3,0	3,6	3,1
Comparação com o resto do mundo	2,4	2,7	2,8	2,9	2,7
Triunfos nacionais	1,7	1,8	2,1	2,4	2,0
Promoção da imagem positiva do país	1,4	1,8	1,8	1,8	1,7
Patriotismo	0,2	0,4	0,4	0,6	0,4
Média por jornal e geral	1,2	1,7	1,7	2,2	1,7

Fonte: JRP (2014)

3.4 IDEAIS E PRÁTICAS PERCEBIDAS NO TRABALHO

Ao final da codificação de 2.750 itens noticiosos da pesquisa do JRP (2014), em 2015 foi aplicado uma enquete em rede (*online survey*) e presencial para 607 jornalistas, autores das 1.910 matérias assinadas nos referidos jornais brasileiros. Destes, 122 responderam o questionário, dividido em cinco tópicos: importância e práticas comuns no trabalho jornalístico, funções do jornalismo na sociedade, práticas no trabalho jornalístico, aspectos importantes na informação e perfil dos participantes. Os dois primeiros fazem uma correlação entre o que é importante para o jornalista (A: ideais) e aquilo que é comum no seu trabalho (B: práticas percebidas por ele), numa escala de 1 (nada), 2 (não muito), 3 (um pouco), 4 (muito) e 5 (extremamente).

Na Tabela 19, os maiores índices estão em “questionar o que indivíduos ou grupos poderosos dizem ou fazem”. Essa é uma das premissas do jornalismo. Em geral as perguntas dos repórteres são carregadas de segundas intenções, o que pode constranger as fontes. Mas trata-se de um processo elementar, para que a fonte revele aquilo que pretende esconder. Os repórteres sabem que os indivíduos, em especial os “grupos poderosos”, seguem um modo singular de responder, com base nos seus interesses, não necessariamente na verdade. A FSP apresenta uma maior autonomia neste quesito e a ZH, a menor, embora em OG ocorra a menor diferença entre o que é importante para o jornalista (ideais) e as práticas diárias percebidas.

Um dos pontos refere-se a “acusar indivíduos ou grupos poderosos de reter informações importantes”, com destaque para a FSP – 4,4 (ideais) e 3,7 (percepções). Quando a fonte se limita a emitir notas oficiais, usar advogados como porta-vozes e dizer “nada a declarar”, geralmente tem mais a esconder do que a declarar. Evidencia-se a sua estratégia nitidamente preventiva e defensiva. Por isso, cabe ao jornalista denunciar quem retém informações por interesses próprios ou escusos.

Em decorrência disso, cabe também ao jornalista “incluir informações sobre processos de indivíduos ou grupos poderosos”. Novamente a FSP apresenta o maior índice – 4,6 (ideais) e 3,8 (percepções). Há uma nítida redução do jornalismo investigativo e uma acomodação nas redações, pois o jornalista não vai às fontes, são elas que fornecem conteúdos jornalísticos prontos. Isso impacta no quesito “informar sobre abuso de poder ou irregularidades em investigação própria” (A: 4,5 e B: 3,4 ≠ 1,1, no geral) e “citar fontes que questionam,

criticam ou acusam irregularidades” (A: 4,3 e B: 3,8 \neq 0,5). O jornalismo contemporâneo prioriza a investigação dos outros (Ministério Público, Polícia Federal etc.) e, na maioria das vezes, não expõe “conflitos entre os jornalistas/a mídia e indivíduos ou grupos poderosos”. Neste quesito ocorrem as menores taxas de toda a pesquisa – A: 3,4 e B: 2,5 \neq 0,9 –, pois é comum o jornalista ou a organização de mídia não relatar os confrontos com as fontes.

A diversidade de fontes é um dos elementos do jornalismo. Isso significa “incluir novas vozes de organizações ou grupos de cidadãos” (A: 4,4 e B: 3,5, com elevada diferença de 0,9) e “incluir diferentes perspectivas ideológicas, políticas, religiosas, étnicas e/ou culturais”. Este item apresenta a maior disparidade de toda a pesquisa, 1,1 ponto – A: 4,5 e B: 3,4 – entre o que é importante para o jornalista (ideais) e o que ele percebe no ambiente de trabalho, respectivamente. Isso se deve à logística da apuração das notícias, que demanda tempo e custos.

Há uma lógica mercantil na rotina do trabalho jornalístico, que consiste em selecionar as informações que provavelmente terão maior audiência. Há, portanto, algum cinismo em tomar a si a responsabilidade de “indicar como um acontecimento ou ação pode influenciar as vidas das pessoas” (A: 4,5 e B: 3,9 \neq 0,6), “instruir as pessoas sobre seus deveres e direitos econômicos, sociais e/ou políticos” (A: 4,3 e B: 3,5 \neq 0,8) e “fornecer dicas e orientações práticas para o público lidar com problemas da vida cotidiana” (A: 4 e B: 3,4 \neq 0,6). Nestes itens distingue-se os jornalistas de OE e ZH. Estas questões estão associadas ao modelo *Jornalismo cidadão* do JRP.

Em relação à orientação cívica, no OE há uma percepção maior dos próprios valores, no entanto a maior diferença (0,86) entre a autonomia distinguida intuitivamente para si e a praticada. A menor desigualdade observa-se em OG e ZH (0,67), enquanto a FSP fica no intermediário (0,73), praticamente idêntica à média geral, a autonomia almejada (4,01), contrapondo-se à praticada. OG aponta o maior índice (A: 4,7 e B: 4 \neq 0,7) no quesito “questionar o que indivíduos ou grupos poderosos dizem ou fazem”. O menor índice cabe a ZH, (A: 3 e B: 2,2 \neq 0,8) na questão “expor conflitos entre os jornalistas/a mídia e indivíduos ou grupos poderosos”.

Tabela 19 – Ideais (A) e práticas percebidas (B) no trabalho

Ideais e práticas percebidas	FSP		OE		OG		ZH		Geral	
	A	B	A	B	A	B	A	B	A	B
Questionar o que indivíduos ou grupos poderosos dizem ou fazem	4,7	4,1	4,7	4,1	4,7	4,0	4,5	3,5	4,7	4,0
Incluir novas vozes de organizações ou grupos de cidadãos	4,5	3,4	4,2	3,3	4,5	3,6	4,3	3,4	4,4	3,5
Indicar como um acontecimento ou ação pode influenciar as vidas das pessoas	4,3	3,6	4,5	4,0	4,5	4,1	4,6	3,9	4,5	3,9
Acusar indivíduos ou grupos poderosos de reter informações importantes	4,4	3,7	4,3	3,5	4,0	3,2	4,0	2,9	4,2	3,3
Incluir informações sobre processos de indivíduos ou grupos poderosos	4,6	3,8	4,4	3,7	4,2	3,5	3,8	3,3	4,3	3,6
Instruir as pessoas sobre seus deveres e direitos econômicos, sociais, políticos	4,3	3,5	4,7	3,7	4,2	3,4	4,2	3,7	4,3	3,5
Fornecer dicas e orientações práticas para o público sobre a vida cotidiana	4,0	3,4	4,2	3,4	3,9	3,4	3,9	3,5	4,0	3,4
Expor conflitos entre os jornalistas/a mídia e indivíduos ou grupos poderosos	3,4	2,8	3,8	2,7	3,4	2,4	3,0	2,2	3,4	2,5
Informar sobre abuso de poder ou irregularidades em investigação própria	4,4	3,5	4,7	3,0	4,4	3,6	4,5	3,6	4,5	3,4
Explicar as causas, significados ou consequências de acontecimentos	4,5	3,8	4,7	4,0	4,6	4,2	4,7	4,3	4,6	4,1
Citar fontes que questionam, criticam ou acusam irregularidades	4,7	4,1	4,5	3,8	4,2	3,6	4,0	3,7	4,3	3,8
Apresentar contexto e informação de bastidores sobre eventos políticos	3,9	3,7	4,3	3,8	4,2	3,7	4,5	3,8	4,2	3,8
Mencionar o impacto de decisões políticas, além da capital	4,5	3,0	4,3	3,1	4,2	3,2	4,3	3,3	4,3	3,2
Incluir diferentes perspectivas ideológicas, políticas, religiosas, étnicas	4,6	3,6	4,6	3,1	4,4	3,5	4,3	3,3	4,5	3,4
Média geral	4,1	3,3	4,1	3,3	4,0	3,3	3,9	3,2	4,0	3,3

Fonte: JRP (2014)

Na Tabela 20 seguem os comparativos anteriores, referentes à autonomia: o que o jornalista considera importante (A) e a prática comum (B), desta feita em relação aos papéis do jornalismo na sociedade. O quesito “monitorar e fiscalizar líderes políticos” (A: 4,7 e

B: 3,9 \neq 0,8) enquadra-se nos ideais do jornalismo. Para levar adiante esse papel, o jornalista precisa manter independência das fontes. Nisso se entrelaçam os estatutos de independência e autonomia, relacionados aos valores do rigor, da insubmissão às fontes e às suas pressões. Isso permite que atue “como fiscal (*watchdog*) em nome da sociedade civil”, no que os jornalistas consideram que têm “muita” autonomia (4,5 pontos), mas na prática percebida é “um pouco” (3,7). É comum o esmero em divulgar as investigações judiciais, mas os jornalistas pouco investigam. Repetem um discurso entediante das fontes em negar o envolvimento em crimes já supostamente comprovados e delatados.

Quanto a “monitorar os negócios” (A: 3,5 e B: 3 \neq 0,5), as respostas evidenciam a influência e os constrangimentos por parte do campo econômico em impor a própria vontade. Isso resulta em autonomia consentida pela organização de mídia, a partir da lógica da audiência (leitores, assinantes e anunciantes) que, por sustentar o emprego, provoca um autocontrole do jornalista em não monitorar com total volição os desvios de conduta de empresas e empresários.

“Ser um observador imparcial” tem um elevado grau de autonomia individual de 4,4 pontos, enquanto reduz para 3,4 a percepção no ambiente de trabalho, sendo a segunda maior diferença geral de toda a pesquisa, 1 ponto, ainda mais acentuada na FSP (A: 4,7 e B: 3,6). Este ajuste faz emergir práticas singulares, transformadas em ideologia profissional para reforçar uma autonomia pretendida e uma deontologia coletiva, pois há um limite confuso entre “ser imparcial” e interpretar os fatos.

A opinião pública se forma periodicamente, a partir de posições e atitudes mutantes, mais ou menos coesas e conflitantes. A possibilidade de o jornalista “influenciar a opinião pública” está no seu poder de tornar visíveis os discursos. No entanto, abre-se um espaço de manobras nos ajustes, o que pode tornar a mídia a própria opinião pública. Mas a maioria dos jornalistas não admite o poder de manipular a opinião pública – poder da empresa de mídia e não do jornalista – confirmado pelo menor índice de relevância (3,) e a diferença negativa (-0,5), ainda maior na ZH (A: 2,7 e B: 3,3 \neq -0,6).

O jornalista busca convencer de que as suas funções são importantes e necessárias para a sociedade, contra a força e o arbítrio, por isso merecem reconhecimento e proteção. Essas funções práticas habilitam o jornalista a oferecer o seguinte: “análises de assuntos atuais” (A: 4,5 e B: 3,9 \neq 0,6), “informações de que as pessoas precisam para

tomar decisões políticas” (A: 4,3 e B: 3,4 \neq 0,9), “conselhos e orientações em problemas da vida diária” (A: 3,3 e B: 3 \neq 0,3), além de prover “à audiência a informação mais interessante” (A: 4,2 e B: 3,6 \neq 0,6). Nota-se que os jornalistas arrogam “muita” (4) autonomia nesses papéis, embora isso seja “pouco” menos (3,5) comum no dia a dia. Essas questões destoam na defesa da “mudança social” (3,8 e B: 2,8 \neq 1) e na influência “nas decisões de políticas públicas” (A: 3,7 e B: 3,4 \neq 0,3), ainda que roguem capacidade para “promover a tolerância e a diversidade cultural” (A: 4,6 e B: 3,5 \neq 1,1).

Tabela 20 – Funções: ideais (A) e práticas percebidas (B)

Funções do jornalismo	FSP		OE		OG		ZH		Geral	
	A	B	A	B	A	B	A	B	A	B
Monitorar e fiscalizar líderes políticos	4,6	4,0	4,7	3,8	4,8	4,0	4,7	4,1	4,7	4,0
Fornecer análises de assuntos atuais	4,4	3,6	4,7	3,7	4,5	4,1	4,7	4,1	4,5	3,9
Fornecer conselhos e orientações em problemas da vida diária	3,3	2,6	3,3	2,9	3,2	3,1	3,6	3,3	3,3	3,0
Fornecer informações de que as pessoas precisam para tomar decisões políticas	3,9	3,0	4,2	3,2	4,5	3,6	4,3	3,6	4,3	3,4
Influenciar a opinião pública	3,0	3,6	3,2	3,3	3,0	3,6	2,7	3,3	3,0	3,5
Influenciar nas decisões de políticas públicas	3,8	3,4	3,7	3,4	3,8	3,6	3,6	3,1	3,7	3,4
Ser um observador imparcial	4,7	3,6	4,4	3,2	4,2	3,4	4,6	3,7	4,4	3,4
Monitorar negócios	4,1	3,3	3,3	2,7	3,2	3,1	3,4	2,8	3,5	3,0
Fornecer à audiência a informação mais interessante	3,8	3,4	4,1	3,5	4,3	3,8	4,5	4,0	4,2	3,6
Atuar como fiscal (<i>watchdog</i>) em nome da sociedade civil	4,8	3,8	4,4	3,5	4,4	3,8	4,6	3,6	4,5	3,7
Promover a tolerância e a diversidade cultural	4,5	3,3	4,6	3,2	4,6	3,9	4,6	3,6	4,6	3,5
Defender a mudança social	3,6	2,9	3,7	2,7	4,0	2,9	3,8	2,8	3,8	2,8
Média geral	4,0	3,4	4,0	3,3	4,0	3,6	4,1	3,5	4,0	3,4

Fonte: JRP (2014)

A heteronomia, submissão às forças externas e à falta de compromisso, contrapõe-se à autonomia. Por isso, torna-se importante verificar se o campo jornalístico se apresenta heterônomo e em que grau,

além de compreender os conflitos e as relações de poder em contextos políticos, econômicos e culturais, marcados pelos confrontos de interesses e valores. Estabelecer os quesitos referentes à heteronomia exige uma reflexão sobre os graus de influências dos campos externos ao jornalismo. Na Tabela 21 são apresentados os índices da importância (A) e práticas comuns percebidas (B) no ambiente de trabalho e quanto às funções do jornalismo na sociedade, numa relação direta com o modelo *Leal-facilitador*. Segue-se a escala de 1 (nada heterônomo), 2 (não muito), 3 (um pouco), 4 (muito) e 5 (extremamente heterônomo). Os índices são bem próximos, mas praticamente todos os jornalistas consideram o seu trabalho menos influenciado pela heteronomia que o trabalho comum no seu ambiente.

A independência do jornalista em relação à política apresenta-se parcial. Pois, ao disseminar as informações políticas, observando o que é importante e interessante, os jornalistas dão relevância às atividades políticas ou oficiais, de forma a não promover o agente político. No entanto, as fontes oficiais exercem uma certa influência nas rotinas jornalísticas, conforme demonstra a questão “apresentar de forma positiva as atividades oficiais ou políticas nacionais”, em que o jornalista, por ideal, considera uma certa influência (2,1), mas percebe que isso ocorre a pouco a mais na redação (2,3), a exemplo da FSP e OG, enquanto no OE a interferência é similar (2,0 e 2,0), e ainda maior em ZH (2,1 e 2,4).

Essa interferência amplia-se quando o jornalista é levado a “ênfatisar e destacar favoravelmente lideranças ou suas gestões”. Os dados mostram que jornalistas e líderes políticos e econômicos disputam os enfoques das coberturas e a seleção dos temas. As fontes agem proativamente fornecendo conteúdo irrecusável, pois seguem a lógica jornalística, em busca de visibilidade e credibilidade. Este item apresenta um certo equilíbrio entre os ideais (2,5) as práticas percebidas no trabalho (2,6), parêntese na FSP (2,3 e 2,3), semelhante em OE (2,8 e 2,9) e na ZH (2,4 e 2,5) e um pouco maior em OG (2,5 e 2,7).

O jornalismo alimenta-se do negativo e das derrotas, mas é pressionado a reconhecer os avanços. Diante disso, ocorre o maior índice de heteronomia, referente a “ressaltar as conquistas políticas, sociais e econômicas do país”. Inverte-se o maior grau para o jornalista (3,4) em comparação às práticas comuns no trabalho (3,0), e até mesmo os jornalistas da FSP, que vêm apresentando os maiores índices de autonomia e os menores de heteronomia apontam um maior grau de

influência (3,6 e 3,0), seguidos pelo OE (3,7 e 3,2), OG (3,4 e 3,1) e ZH (2,9 e 2,7). Mesmo de forma invertida (2,8 e 3,0), o jornalismo é levado a “defender as conquistas de indivíduos e grupos sociais no país ou região”.

Muitos consideram as empresas jornalísticas brasileiras hegemônicas e oligárquicas, mais voltadas aos interesses econômicos neoliberais e menos preocupadas em “defender os valores nacionais” e “apoiar o desenvolvimento nacional”. Diante disso, os jornalistas, ao serem forçados a atuar nesta perspectiva, toleram o intrometimento (2,6 e 3,3) e percebem também isso no trabalho (2,7 e 3,1, respectivamente). Há uma maior disposição no apoio ao “desenvolvimento”, com médias superiores a 3 pontos.

Cabe ao jornalismo monitorar – e não “apoiar as políticas governamentais” –, para que elas sejam implementadas a partir do interesse público. Mas o jornalista sofre pressões e influências, pois as fontes buscam no seu aval a legitimação dessas políticas. Neste sentido, a pesquisa mostra uma certa heteronomia sobre os jornalistas (2,2), que também notam ser um pouco comum no trabalho (2,3), maior na FSP (2,0 e 2,3). Nos demais jornais essa coação é idêntica no OE (2,4 e 2,4), OG (2,2 e 2,2) e na ZH (2,3 e 2,3).

O conluio entre certos políticos e alguns empresários em escândalos de corrupção e crimes contra o erário, reduz a visibilidade positiva destes agentes. Nos dois quesitos ocorrem os menores graus de influência, quando se trata de “transmitir uma imagem positiva de líderes” políticos (1,6 e 1,8) e econômicos (1,8 e 2,3). Os jornalistas acham que não são persuadidos tanto nestes quesitos, em comparação ao que notam como comum no seu trabalho. Para resguardar uma “imagem positiva”, algumas fontes são reativas, esquivando-se de aparições e declarações, amparadas por notas oficiais evasivas.

Tabela 21 – Ideais (A) e práticas percebidas (B) no trabalho – Heteronomia

Ideais e práticas percebidas	FSP		OE		OG		ZH		Geral	
	A	B	A	B	A	B	A	B	A	B
Apresentar de forma positiva as atividades oficiais ou políticas nacionais	2,1	2,3	2,0	2,0	2,1	2,3	2,1	2,4	2,1	2,3
Enfatizar e destacar favoravelmente lideranças ou suas gestões	2,3	2,3	2,8	2,9	2,5	2,7	2,4	2,5	2,5	2,6

Ideais e práticas percebidas	FSP		OE		OG		ZH		Geral	
	A	B	A	B	A	B	A	B	A	B
Ressaltar as conquistas políticas, sociais e econômicas do país	3,6	3,0	3,7	3,2	3,4	3,1	2,9	2,7	3,4	3,0
Defender as conquistas de indivíduos ou grupos no país ou região	2,1	2,6	3,2	3,0	3,2	3,2	2,5	3,1	2,8	3,0
Defender os valores nacionais	2,3	2,4	2,8	2,7	2,6	2,7	2,8	2,8	2,6	2,7
Apoiar o desenvolvimento nacional	3,3	2,7	3,4	3,3	3,2	3,2	3,3	3,0	3,3	3,1
Apoiar políticas governamentais	2,0	2,3	2,4	2,4	2,2	2,2	2,3	2,3	2,2	2,3
Transmitir uma imagem positiva de líderes políticos	1,5	1,5	1,6	1,7	1,6	2,0	1,7	1,9	1,6	1,8
Transmitir uma imagem positiva de líderes econômicos	1,7	1,9	1,8	2,6	1,7	2,3	1,9	2,4	1,8	2,3
Média por jornal e geral	2,3	2,3	2,6	2,6	2,5	2,6	2,4	2,6	2,5	2,6

Fonte: JRP (2014)

A pesquisa mostra uma contiguidade entre os tópicos (Tabelas 22 e 23) nos índices gerais (A: 4,0/4,0 e B: 3,3/3,4, respectivamente). Entre os profissionais dos jornais há uma diferença mínima de 0,1 (A) ponto apenas e de 0,3 (B). Observa-se uma estreita correlação da autonomia entre as funções do jornalismo na sociedade e os ideais e práticas percebidas no trabalho jornalístico, conforme a Tabela 22. Portanto, valida-se a ideia de uma autonomia homogênea entre os jornalistas, independentemente da mídia onde atuam. As tabelas seguintes complementam os tópicos anteriores.

Tabela 22 – Ideais e práticas percebidas e funções do jornalismo – Autonomia

Ideais e práticas x funções	FSP		OE		OG		ZH		Geral	
	A	B	A	B	A	B	A	B	A	B
Ideais e práticas	4,1	3,3	4,1	3,3	4,0	3,3	3,9	3,2	4,0	3,3
Funções do jornalismo	4,0	3,4	4,0	3,3	4,0	3,6	4,1	3,5	4,0	3,4

Fonte: JRP (2014)

A Tabela 23 trata de uma autonomia individual quanto às práticas

no trabalho jornalístico, e os índices praticamente permanecem no mesmo patamar das práticas comuns percebidas pelos jornalistas em cada jornal, especialmente nos três primeiros questionamentos. A pesquisa expõe um grau moderado de autonomia profissional, devido às múltiplas predominâncias contextuais, em especial da pauta, das fontes, da ética jornalística, do acesso limitado às informações, prazos e políticas editoriais, bem como da influência de supervisores e editores superiores, que limitam o trabalho. Verifica-se que apenas na FSP ocorrem três índices próximos a 4 pontos (muita autonomia); os demais variam de 2 a 3,8 pontos (não muita e pouca).

O item “meu trabalho não tende a ser editado por outros” – média geral de 2,4 – tem um questionamento dúbio, que pode levar à resposta equivocada e gerar um acentuado desvio. A produtividade leva o jornalista contemporâneo a produzir conteúdo pronto, em condições de publicação sem a revisão. Foi-se o tempo do “copidesque”, que além de revisar, reescrevia o texto. Na atualidade, editar restringe-se ao preparo do material, selecionando, suprimindo ou diminuindo o texto para a veiculação. Cabe ao editor a gestão de uma seção no jornal.

Tabela 23 – Práticas comuns percebidas no trabalho jornalístico

Práticas	FSP	OE	OG	ZH	Média
Quando tenho ideia sobre um tema que considero importante, eu consigo que ele seja coberto	4,1	3,8	3,8	3,6	3,8
Tenho bastante ou muita liberdade para selecionar as notícias/histórias em que vou trabalhar	4,0	3,7	3,8	3,7	3,8
Tenho muita liberdade para decidir quais os aspectos de uma notícia/história devo enfatizar	4,2	3,8	3,7	3,6	3,8
Meu trabalho não tende a ser editado por outros	2,0	2,6	2,9	2,2	2,4
Média geral	3,6	3,5	3,6	3,3	3,5

Fonte: JRP (2014)

Na Tabela 24 percebe-se uma elevação do índice de importância atribuída a si, próximo ao máximo (extremamente), 5 pontos na FSP, em especial na questão do “uso de fatos concretos e dados verificáveis”. Tais elementos do jornalismo – verificar e apurar os fatos –, estruturam a cultura profissional. A atualidade compreende o factual, o juízo de fato: “o que as coisas são, como são e por que são”, de onde se sucede a notícia. O fato é a matéria-prima do jornalismo e a verificação, a busca

da sua autenticidade. A checagem prévia dos fatos visa confirmar ou não uma informação, com o propósito de oferecer uma notícia correta e confiável.

Outros aspectos importantes no texto - “presença de diferentes pontos de vista” (4,7) e “citações de fontes” (4,5) – igualmente demonstram uma alta relevância individual. A mídia é o espaço público do controverso e do contraditório. O jornalista trabalha na aproximação e no entrelaçamento de diferentes pontos de vista de atores diversos e, às vezes, estranhos entre si, para apresentar uma abordagem plural. Sem fontes “não há notícia nem noticiário” e a sua citação torna a narrativa confiável e credível. O crédito e a identificação correta das fontes são princípios da ética jornalística.

Tabela 24 – Aspectos importantes na informação

Aspectos importantes no texto	FSP	OE	OG	ZH	Média
Presença de diferentes pontos de vista	4,8	4,5	4,6	4,7	4,7
Uso de fatos concretos e dados verificáveis	5,0	4,9	4,9	4,8	4,9
Citações de fontes	4,6	4,5	4,4	4,4	4,5
Média geral	4,8	4,6	4,6	4,7	4,7

Fonte: JRP (2014)

Pela Tabela 25 confirma-se um grau relativo de autodeterminação dos jornalistas de 4,2 pontos. A FSP apresenta o maior média (4,3), em seguida OE (4,3), ZH (4,2) e OG (4,2). Quando comparada às práticas jornalísticas percebidas no ambiente de trabalho, os graus são menores. Mas isoladamente, a média é bem maior, superior a 0,7 ponto, ou seja, mais de 13%. Portanto, o jornalista atribui a si próprio um grau de “muita” autonomia.

Tabela 25 – Ideais: valores importantes para os jornalistas

Autonomia individual: ideais	FSP	OE	OG	ZH	Média
Ideais e práticas percebidas	4,1	4,1	4,0	3,9	4,0
Funções do jornalismo	4,0	4,0	4,0	4,1	4,0
Aspectos importantes na informação	4,8	4,6	4,6	4,7	4,7
Média geral	4,3	4,3	4,2	4,2	4,2

Fonte: JRP (2014)

Pela Tabela 26, na prática profissional percebida pelos jornalistas no seu local de trabalho, o grau de autonomia é considerado menor, “um pouco” (3,4 pontos). Em OG, os jornalistas apontaram uma *autonomia percebida* maior (4,5 pontos) se comparada à FSP (3,4, próximo da média), ao OE e ZH (mesmo índice de 3,3). Ao contrário dos aspectos importantes, na prática profissional há um equilíbrio maior, de 3,4 pontos, ou seja, uma distinção de 0,8 a 0,12 ponto. Pela opinião dos jornalistas, no trabalho comum do dia a dia, há “um pouco” de autonomia.

Tabela 26 – Práticas profissionais percebidas no trabalho

Práticas comuns no trabalho	FSP	OE	OG	ZH	Geral
Práticas percebidas no trabalho (A)	3,3	3,3	3,3	3,2	3,3
Práticas nas funções do jornalismo (B)	3,4	3,3	3,6	3,5	3,4
Práticas no trabalho jornalístico (C)	3,6	3,5	3,6	3,3	3,5
Média por jornal e geral	3,4	3,3	3,5	3,3	3,4

Fonte: JRP (2014)

3.5 LACUNAS ENTRE OS TIPOS DE AUTONOMIA

Os dados da pesquisa do JRP (2014) apontam lacunas entre os tipos de autonomia – ideais, práticas percebidas e efetivas –, que apresentam diferentes graus. São vácuos que demonstram a complexidade das relações de poder no jogo social. Entende-se por ideais, aquilo que se aspira, um desejo, a partir de certos padrões. Trata-se daquilo que a razão pura demanda, uma convicção. A pesquisa questiona o que é importante para o jornalista. Ao responder revelam-se os modelos de ideais: normativo, ético, deontológico, funcionalista. Nesta perspectiva constrói-se a *autonomia dos ideais*, individual, aquela que o jornalista atribui a si, por ser importante para ele, a partir de valores, procedimentos e papéis.

Mas isso pode ou não ser comum no seu trabalho. Então ele transfere para outros indivíduos ou o grupo profissional, uma autonomia coletiva. Esta percepção, aplicada à sociologia, envolve uma série de elementos: estruturas, sentimentos, cultura, experiências etc. Uma questão central é o papel social. Nessa perspectiva, ao se indagar o que é

“comum no trabalho”, revela-se um certo distanciamento dos ideais, daquilo que se espera. Não se trata de uma perversão, mas um desvio da atuação profissional. Por conta disso ocorrem graus de autonomia diferentes, entre o que o indivíduo tem vontade de fazer (ideais) e aquilo que ele percebe que é comum nos afazeres.

Mas essas concepções empíricas podem não representar a realidade, pois provem dos sentidos ou da introspecção, interpondo-se à racionalidade prática, que subordina os indivíduos à realidade. Nela ocorre a *autonomia efetiva*, real, o que se verifica no exercício da profissão, no resultado do trabalho. Esta autonomia na prática jornalística também é relativa – maior ou menor, mais ou menos –, revela quando se estabelece graus de autonomia (interna) e heteronomia (relações de poder externas ao campo).

Para verificar e medir os graus de autonomia, selecionou-se questões iguais, presentes simultaneamente na enquete (*survey*) e na análise de conteúdo. Foram desconsideradas as questões indiretas, para evitar aproximações e permitir uma comparação idêntica e apurar uma unidade de medida nos diferentes tipos: ideais (A), percepções (B) e práticas efetivas (C), escala de 1 (nada), 2 (não muito), 3 (um pouco), 4 (muito) e 5 (extrema), extraindo uma média por jornal – *Folha de S. Paulo* (FSP), *O Estado de S. Paulo* (OE), *O Globo* (OG) e *Zero Hora* (ZH) – e geral.

A Tabela 27 apresenta um padrão entre os índices, idêntico a uma comparação aleatória e indireta entre os quesitos, com um desvio padrão médio de 0,3 ponto. Este indicador mostra uma medida média recorrente, uma diferença decrescente surpreendente. Para isso, basta analisar a média geral: 4,4 (ideais, A), 3,6 (percepções, B) e 2,3 (práticas efetivas, C), ou seja uma diferença de 0,8 ponto; entre A e B, de 1,3 ponto e de A para C: 2,1 pontos. Fica evidente a disparidade entre os tipos de autonomia. Por si só comprova a ambivalência entre ideais e práticas profissionais.

Os graus de autonomia entre os jornais são parelhos. A FSP coloca-se um pouco à frente, liderando a *autonomia dos ideais* (4,5), mas igualando ao OE e à ZH (3,5) na percepção e ao OG e ZH (2,3) na prática efetiva. Enquanto o OG destoa um pouco em ideais (4,2) práticas percebidas (3,7). Portanto, por esta análise, os jornalistas brasileiros se consideram “muito” autônomos (4,4), percebem “um pouco” (3,6) de autonomia no seu trabalho, mas efetivamente “não são muito” (2,3) autônomos.

Tabela 27 – Graus por tipos de autonomia

Questões	FSP			OE			OG			ZH			GERAL		
	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C
Questionar	4,7	4,1	2,3	4,7	4,1	2,1	4,7	4,0	2,6	4,5	3,5	2,9	4,7	4,0	2,5
Denunciar, acusar	4,4	3,7	1,5	4,3	3,5	1,5	4,0	3,2	1,6	4,0	2,9	1,5	4,2	3,3	1,5
Cão de guarda	4,8	3,8	2,0	4,4	3,5	1,8	4,4	3,8	1,7	4,6	3,6	1,9	4,5	3,7	1,8
Investigação própria	4,4	3,5	1,6	4,7	3,0	1,5	4,4	3,6	1,5	4,5	3,6	1,5	4,5	3,4	1,5
Monitorar políticos	4,6	4,0	3,0	4,7	3,8	3,0	4,2	4,0	3,2	4,7	4,1	3,1	4,7	4,0	3,1
Monitorar negócios	4,1	3,3	2,5	3,3	2,7	1,8	3,2	3,1	2,2	3,4	2,8	2,0	3,5	3,0	2,1
Interpretar, explicar	4,5	3,8	2,9	4,7	4,0	3,2	4,6	4,2	3,4	4,2	4,0	3,5	4,6	4,1	3,3
Média: jornal e geral	4,3	3,4	2,7	4,3	3,3	2,6	4,2	3,5	2,6	4,2	3,3	2,5	4,2	3,4	2,6

Fonte: JRP (2014)

A Tabela 28 apresenta alguns graus de heteronomia. A tese não tem o propósito desta mensuração. Mas apresenta alguns resultados para evidenciar a influência das forças externas, principalmente, dos campos da Política e da Economia. A pesquisa JRP (2014) não enfatiza a heteronomia, apresentando questões vagas, algumas irrelevantes, e de difícil comparação direta entre a enquete (*survey*) e a análise de conteúdo.

Contudo, a Tabela 28 indica que o campo jornalístico é quase “nada” (1,1) heterônimo na prática e apresenta um “um pouco” de heteronomia, naquilo que é importante (2,1) para os jornalistas e no que eles percebem de comum no trabalho (2,3), nos quesitos que se pode comparar. Mas, ao se tomar por base a Tabela 12, no modelo *Cão de guarda*, apura-se um grau bem mais elevado (3,5) de heteronomia na prática, quando os agentes externos agem na mídia para fazer seus questionamentos, críticas e denúncias, as partir de suas investigações.

Tabela 28 – Graus por formas de heteronomia

Questões	FSP			OE			OG			ZH			GERAL		
	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C
Forma positiva de atividades oficiais	2,1	2,3	0,5	2,0	2,0	2,5	2,1	2,3	2,0	2,1	2,4	2,2	2,1	2,3	1,9

Questões	FSP			OE			OG			ZH			GERAL		
	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C
Destaque positivo de líderes políticos	2,3	2,3	0,2	2,8	2,9	0,4	2,5	2,7	0,5	2,4	2,5	1,3	2,5	2,6	0,6
Apoiar políticas governamentais	2,0	2,3	0,6	2,4	2,4	0,8	2,2	2,2	1,3	2,3	2,3	1,7	2,2	2,3	1,1
Imagem positiva de líderes políticos	1,5	1,5	0,2	1,6	1,7	0,4	1,6	2,0	0,5	1,7	1,9	1,3	1,6	1,8	0,6
Média: jornal e geral	2,0	2,1	0,4	2,2	2,3	1,0	2,1	2,3	1,1	2,1	2,3	1,6	2,1	2,3	1,1

Fonte: JRP (2014)

3.5.1 Os graus de autonomia do jornalista brasileiro

A partir dos dados da análise de conteúdo de 425 itens noticiosos produzido por 122 jornalistas da *Folha de S. Paulo*, *O Estado de S. Paulo*, *O Globo* e *Zero Hora*, os quais responderam uma enquete, pode-se afirmar que eles se consideram “muito” autônomos e percebem “um pouco” de autonomia no seu trabalho, mas efetivamente, na prática profissional “não são muito” autônomos.

A Tabela 29 e os Gráficos 1 e 2 apresentam as médias por jornal e geral. Nota-se que as diferenças são de apenas 0,1 ponto (considerando-se a média geral) para mais ou para menos, em cada tipo de autonomia. Isso confirma a consistência e recorrência nos índices. A FSP e o OE (4,3), bem como OG e ZH (4,2) empatam no grau de *autonomia dos ideais*.

O empate também ocorre na *autonomia percebida* entre OE e ZH (3,5), sendo que a FSP (3,4) mantém-se na média e OG (3,5) acima. Na *autonomia efetiva* ocorre uma relação semelhante: OE e OG (2,6) na média, FSP (2,7) acima e ZH (2,5) abaixo. Por esta média, pode-se apontar que os jornalistas da FSP e OE (4,3) se consideram mais autônomos; do OG (3,5) percebem uma autonomia maior no trabalho e a da FSP (2,7), na prática efetiva, são os mais autônomos (ou menos heterônomos).

Tabela 29 – Diferentes graus por tipos de autonomia

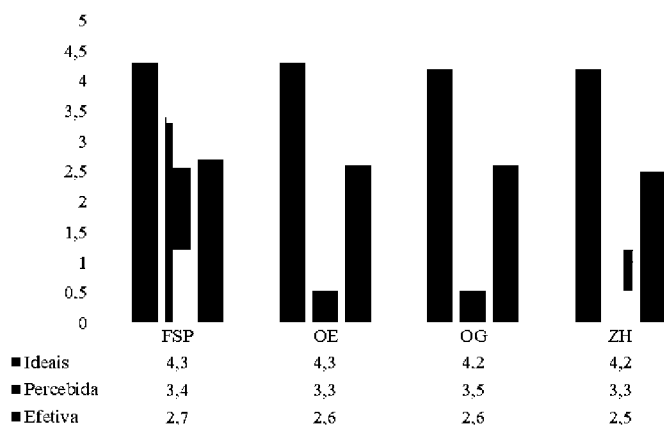
Graus por tipos de autonomia	FSP	OE	OG	ZH	Geral
Graus de autonomia dos ideais	4,3	4,3	4,2	4,2	4,2

Graus por tipos de autonomia	FSP	OE	OG	ZH	Geral
Graus de autonomia percebida	3,4	3,3	3,5	3,3	3,4
Graus de autonomia efetiva	2,7	2,6	2,6	2,5	2,6

Fonte: JRP (2014)

Pelo Gráfico 1 visualiza-se as diferenças entre os tipos e graus de autonomia por jornais. Desta forma, identifica-se nitidamente o desequilíbrio entre os tipos. No entanto, há uma proporção semelhante nos tipos de autonomia entre os jornais.

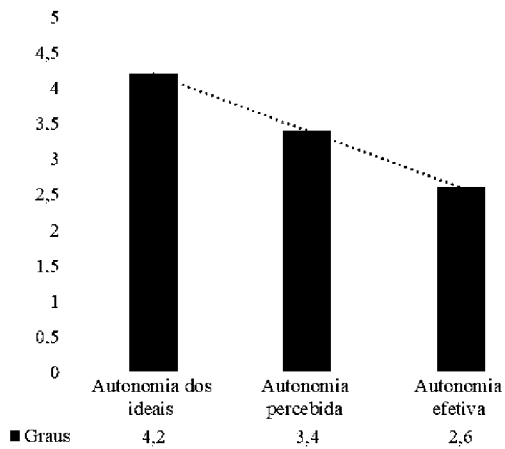
Gráfico 1 – Graus e tipos de autonomia por jornal



Fonte: JRP (2014)

O Gráfico 2 demonstra as médias gerais dos graus por tipo de autonomia. Evidencia-se uma diferença de 0,8 ponto decrescente entre *autonomia dos ideais* (4,2), *percebida* (3,4) e *efetiva* (2,6) nas práticas profissionais. Confirma-se a hipótese das lacunas entre os ideais da profissão, as percepções comuns no trabalho e as práticas apuradas nos resultados da análise do conteúdo. Portanto, a pesquisa mostra que os jornalistas que atuam nestes jornais se consideram “muito” autônomos; pelo que percebem como comum no trabalho têm “um pouco” de autonomia; mas, efetivamente “não são muito” autônomos.

Gráfico 2 – Graus e tipos de autonomia, média geral



Fonte: JRP (2014)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao final cumpre-se o objetivo inicial de verificar e demonstrar os graus de autonomia do jornalista brasileiro e confirmar a hipótese das lacunas entre ideais, percepções e práticas profissionais efetivas, presentes nos resultados da pesquisa, revelando que os jornalistas brasileiros se consideram “muito” autônomos e percebem “um pouco” de autonomia no seu trabalho, mas efetivamente “não são muito” autônomos.

Para apurar os graus e tipos de autonomia profissional utilizou-se os dados da pesquisa internacional *Journalistic role performance around the globe*, etapa Brasil, nos jornais *Folha de S. Paulo* (FSP), *O Estado de S. Paulo* (OE), *O Globo* (OG) e *Zero Hora* (ZH), pelo método de análise de conteúdo e enquete (*survey*), em 425 itens noticiosos (práticas efetivas), produzidos por 122 jornalistas, que responderam à enquete (*survey*) apontando o que é “importante para mim” (ideais) e “comum no meu trabalho” (percepções).

A tese propõe uma tipologia da autonomia profissional para averiguar esses graus: a *autonomia dos ideais*, aquela que o indivíduo atribui a si, pela importância que confere ao que faz com base nos valores profissionais; a *autonomia percebida*, relacionada aquilo que ele nota de comum no seu ambiente de trabalho e a *autonomia efetiva*, mensurada no resultado do seu trabalho.

Ou seja, compara-se o que o profissional diz que faz, com o que percebe que é feito e aquilo que realmente faz. Nesse processo evidenciam-se lacunas, demonstradas em diferentes graus, representados por índices.

Qualquer profissão está submetida a uma autonomia relativa, maior ou menor, em relação a campos externos. Mesmo os profissionais liberais, supostamente os mais autônomos, têm sua autonomia regida pelas entidades de classe, instituições, organizações, regulamentações, leis e sobretudo pelo público (cliente, paciente).

A palavra “profissão” provém do substantivo latino “*professione*”, que, para além de significar “professar”, refere-se também a “jurar” ou “declarar ao público”. Em outras palavras, “profissão” significa “declarar ao público e cumprir o dever de servir a alguém”.

A autonomia está relacionada à “boa vontade”, na perspectiva kantiana. Por exemplo, um ditador soberano pode dispor de “extrema

autonomia” e, por conta disso, cometer atrocidades. Nesse caso, trata-se de tirania, não de autonomia.

Em geral, as práticas sociais confrontam dois modelos opostos da ação social: um relacionado ao indivíduo livre e racional (autonomia) e outro, aos constrangimentos e imposições externas (heteronomia). Nisso, há um “sentido prático” ou “uma competência social”, em que um conhecimento resulta da experiência do indivíduo que age no mundo e sobre ele.

Para isso, o indivíduo vale-se de um *habitus* profissional, ou seja, disposições e estratégias de práticas determinadas, que dão a sensação de ser livre, autônomo. No entanto, ele é submetido a um campo de forças sociais, ao ocupar determinadas posições.

À vista disso, a possibilidade de estabelecer índices de autonomia, em função da posição do profissional no campo, de como se comporta e a sua capacidade de resistir às forças de fora. Trata-se, portanto, de interdependência e autodeterminação.

Desse modo, ocorrem lacunas de autonomia, que revelam a racionalidade (ideais, regras), o caos (a percepção) e a ordem (o que é regular, a prática efetiva), que o profissional toma a si e reflete no seu grupo social, ao desempenhar os seus papéis.

Por isso, a trilogia da autonomia profissional apresenta-se como um esquema útil para medir os seus graus, não somente do jornalista, mas de qualquer profissão regida por ideais, práticas percebidas e práticas profissionais efetivas.

A autonomia profissional é dinâmica e complexa, não no sentido de “difícil, confusa e complicada”, mas quanto à qualidade daquilo que possui múltiplos elementos, cujas relações de interdependência exigem uma compreensão social.

O profissional tem uma “razão de agir”, a partir de ideais e valores, uma intenção (*autonomia dos ideais*); enquanto as “tendências para agir” referem-se à motivação da ação, por impulso, um *habitus* profissional, que se relaciona à *autonomia percebida*, pois trata-se de uma ação ingênua, por necessidade, uma convicção, presente na capacidade ativa, criadora, inventiva e imprevista.

O *habitus* – concepção de Pierre Bourdieu – orienta as estratégias de trabalho e as práticas. Desse modo, ocorre uma matriz de percepções, em que o profissional vale-se de certos conhecimentos e experiências para atender a produtividade. Por conta disso, o *habitus* é criativo.

Os eventuais elevados índices da *autonomia dos ideais* e da

autonomia percebida, evidenciam a construção de uma identidade individual e do grupo social. Isso denota orgulho e um regime de verdade próprio, uma certa pretensão ou a presunção dos papéis profissionais.

A atuação profissional exige esclarecimento, inteligência, ousadia e orgulho do que se faz; tais requisitos, geralmente considerados positivos, podem, todavia, indicar um desvio da sua autonomia relativa.

Essa autonomia idealizada deve-se à pressuposta coragem, de assumir as suas próprias opiniões, identidade ou personalidade, o que remete a “apropriar-se, tomar como próprios” seus papéis e funções. Esses comportamentos sinalizam a resistência às pressões heterônomas, pois os profissionais precisam recorrer a variadas estratégias de autopreservação.

Diante disso, a tese recorre à metodologia compreensiva de Max Weber e à sociologia reflexiva de Bourdieu, visto que o monismo de métodos e técnicas de pesquisas se revelou insuficiente para apurar tamanha interdependência social.

Tanto Weber quanto Bourdieu não são alheios ao jornalismo. Seus estudos deixaram legados para a sociologia do campo. Weber propôs um arrojado programa de pesquisa, que na época não se realizou, mas apresenta-se como uma plataforma para as investigações sobre a mídia e o jornalismo. Ele também antecipou o debate sobre a ética e os estatutos da profissão.

Bourdieu centra-se na *socioanálise* do campo jornalístico. Contundente em suas interferências, ele oferece uma visão sobre a autonomia relativa do jornalista, diante dos campos vizinhos, em especial a Economia e a Política, considerando o jornalismo “um campo autônomo muito fraco”, que carece de estudos para verificar “a maneira que os agentes se comportam”.

Tanto um, quanto o outro, concentraram-se nos estudos “extrarredação”. Do mesmo modo, a tese desprende-se das amarras dos modelos anglófonos de pesquisas “midiacentristas” sobre o jornalismo, com ênfase nas rotinas das redações, que aceitam devotamente o que o jornalista diz fazer.

Desse modo, torna-se possível refletir e explicar a autonomia profissional a partir do resultado do trabalho, a prática profissional efetiva, comparando com aquilo que o jornalista atribui a ele e ao seu grupo social, tendo a “gramática como operadora da compreensão” e a *práxis* como reflexo da ação social.

A metodologia interpretativa e a sociologia reflexiva

possibilitaram desvendar ações veladas, que envolvem a cultura e o “espírito” do jornalismo. Isso indica que, para compreender a contemporaneidade, torna-se prudente verificar as “mudanças e permanências” dos ideais, práticas jornalísticas percebidas e efetivas, analisadas ao longo da tese.

Buscou-se em Weber a compreensão da disposição dos indivíduos em valorizar e monopolizar o trabalho (ideais e percepções) e em Bourdieu, a reflexão sobre os sistemas simbólicos – *habitus*, capitais e campo –, que determinam as representações e a *práxis* (percepções e práticas efetivas). Ou seja, um indica que a ação social usa sentidos à esfera social e o outro, o *habitus* aplica capitais a determinado campo.

Pelas reflexões pode-se empreender uma crítica ao método utilizado em pesquisas colaborativas internacionais sobre os papéis e perfis dos jornalistas. Ao adotar o projeto JRP (2014) foi possível conferir as interdependências entre ações, percepções e práticas singulares, ao analisar os papéis profissionais, porque além da enquete, aplica a análise de conteúdo.

Por recomendação de Weber constrói-se o *tipo ideal* da pesquisa: um jornalista (repórter, editor e colunista), graduado em Jornalismo, que atua sobretudo nas seções de Política e Economia dos quatro principais jornais brasileiros, com larga experiência profissional (em média, quase 18 anos) e considerável tempo de atuação no emprego atual (mais de 9 anos), idade madura (média de 40 anos) e uma autoidentificação ideológica de centro, com tendência à esquerda.

Afinal, esse jornalista brasileiro fiscaliza suficientemente as organizações, seus agentes públicos e privados, na proteção do interesse público? Questiona, critica e denuncia ou apenas divulga os questionamentos, as críticas e as denúncias dos outros? Existe um jornalismo investigativo ou um jornalismo *sobre* investigações?

Quanto à fiscalização, há quem defenda que o papel do jornalista não é de fiscalizar, somente informar. Os dados da pesquisa indicam essa direção, da informação sobre processos judiciais e administrativos e a divulgação dos questionamentos, críticas e denúncias dos outros e não do jornalista, levando a crer que a mídia abdicou da sua posição de “quarto poder” em favor do Ministério Público, da Polícia e de outras instituições investigativas.

Um dos principais elementos do jornalismo é o interesse público. Mas as organizações de mídia impõem aos jornalistas o seu entendimento de “interesse público”, geralmente deslocado à “coisa

pública” e ao “interesse *do* público” (audiência). Nesse processo, os jornalistas ficam subordinados aos mais variados interesses, inclusive o particular, também legítimo. A pesquisa mostra a “vontade” (um ideal) do jornalista em proteger o interesse público.

O público quer celeridade, especialmente nos julgamentos de abusos de poder e corrupção. E o jornalista, mesmo sujeito ao “erro de direito”, ao fiscalizar as organizações, seus agentes públicos e privados, compõe um júri, por meio de um contrato tácito que a sociedade lhe confere, para “julgar e condenar” os eventuais culpados na esfera pública.

Mas, ao se precaver das retaliações e processos judiciais, o jornalista renega seu papel de fiscalizador combativo e implacável na defesa do interesse público. Por causa disso, ele se guia cada vez mais pelas consequências, do que pelas convicções e limita-se a divulgar as notas sobre “o que dizem os acusados”.

O papel de questionar é uma das premissas da profissão do jornalista, que pergunta para que a fonte diga aquilo que não estaria disposta a revelar. Por técnica, os repórteres sabem que as fontes respondem conforme os seus interesses, não necessariamente a verdade, mas apresentam as suas versões da verdade ou blefe.

Nessa perspectiva, o estudo evidencia que o jornalista pouco questiona, critica menos e quase não denuncia. Ele outorga estas tarefas aos outros (policiais, procuradores, promotores públicos), a quem recorre para praticar um “jornalismo *sobre* investigações”, comprovado pelo elevado índice do uso de “investigação externa” e pouca “apuração investigativa” própria.

As fontes, principalmente as oficiais e empresariais, estrategicamente, deixaram de apenas contribuir na apuração da notícia. Passaram também a produzir e oferecer conteúdo genuinamente jornalístico, levando a mídia a divulgar as suas notícias. Em seus discursos na mídia, esses agentes têm o propósito de pautar e repercutir positivamente seus interesses perante a opinião pública.

Essas fontes organizadas buscam o aval e a credibilidade do jornalismo, como um canal para a gestão de sua suposta imagem positiva e reputação ilibada. Transformam o interesse público em interesse particular, e vice-versa. Isso impacta diretamente nos graus de autonomia do jornalista.

Esse fenômeno se replica na questão da crítica, quando o jornalista abre espaço às críticas dos outros. Exceto em seções de

opinião, o jornalista, em geral, se abstém das críticas pelo seu apego à objetividade e à neutralidade, pois a crítica contém advérbios e adjetivos.

Essa regra da linguagem jornalística, a supremacia do substantivo, ancorado no juízo de fato – o que as coisas são, como são e por que são – leva o jornalista a relatar um acontecimento de forma objetiva, ou seja, sem a interferência da subjetividade. Isso inibe a crítica.

Ao divulgar essas críticas, indiretamente, o jornalista pode, eventualmente, compactuar com elas, ao utilizar a fala dos outros para exprimir a sua opinião, mesmo que apresente um conteúdo impessoal, sem juízo de valor, neutro e desinteressado.

A denúncia do jornalista inclui afirmações ou referências dele, nas quais acusa ou evidencia algo encoberto, não apenas ilegal, mas também irregular e inconveniente no caso de má gestão, corrupção, fraude, perseguição, escândalos etc. O mesmo ocorre com as “denúncias dos outros”, mas baseadas em citações e testemunhos das fontes, que assumem a origem e a autoria da denúncia.

Quanto à “apuração investigativa” refere-se ao trabalho do jornalista em apurar o abuso de poder, transgressão de direitos e toda sorte de desvios ético e legal, mas amparados em inquéritos e investigações em documentos, registros públicos ou observações diretas e consultas às fontes secundárias. Enquanto a “investigação externa” trata de uma cobertura a partir de um conjunto de diligências de agentes públicos encarregados de elucidar crimes, corrupção etc.

Nessas situações, os dados por si só demonstram a carência de um perfil de jornalista cão de guarda e o provimento de um jornalismo, mesmo que vigilante, mas por diligência de outros.

Quanto aos conflitos entre jornalistas e fontes, praticamente não aparecem na mídia. Isso ocorre, talvez porque os jornalistas e a organizações de mídia pouco relatam os confrontos, embora aconteçam conflitos entre os jornalistas e os agentes de “grupos de poder”. Não raro ocorrem ameaças, perseguições, vetos etc.

Mas se formos ainda mais adiante e verificar o resultado do trabalho do jornalista, aprofundando-se no seu papel de cão de guarda, em particular nos embates com os campos político e econômico, evidencia-se uma heteronomia ou um grau baixo.

O modelo *Leal-facilitador* do projeto JRP (2014) aponta o campo jornalístico muito heterônomo, mas os índices são insuficientes para determinar os graus de heteronomia, pois propõe questões indiretas e este não é o objeto da tese, mas cabem algumas considerações.

Entre as questões destaca-se a de “questionar o que indivíduos ou grupos poderosos dizem ou fazem”. Em contraponto à análise de conteúdo das notícias, o jornalista afirma que sempre questiona, afinal o “repórter é alguém de pergunta”, mas quase nunca interpela de modo inquisitivo.

As interferências dos campos político e econômico, que a pesquisa classifica como “grupos poderosos”, levam os jornalistas a articular a sua capacidade de resistir às influências políticas e aos constrangimentos econômicos, principalmente.

A diversidade de fontes é um dos princípios do jornalismo. Além de apresentar diferentes pontos de vista, trata-se da busca pela verdade ou versões dela, confrontada por fontes antagônicas, homogêneas ou independentes, capazes de avaliar os conteúdos. Novamente este é um aspecto que se contrapõe à prática verificada.

O público espera do jornalismo uma prestação de serviço e o jornalista justifica o que faz pelo serviço que presta ao cidadão e ao interesse público, que supostamente defende. Desse modo, o público recebe a notícia crente de que “pediu o produto” que consome.

A enquete mostra um elevado índice, de “muito” (ideais) e “um pouco” (percepção) na questão de instruir o público quanto a seus deveres, direitos e orientações sobre os problemas do dia a dia.

Os jornalistas dispõem de um contrato social tácito, que legitima e delega a eles a tarefa de representar o público perante os diversos poderes, para que estes prestem conta à sociedade.

Nessa perspectiva os jornalistas se consideram altamente habilitados a atuar “como fiscal (*watchdog*) em nome da sociedade civil”. Mas apresenta-se outra discrepância à prática real e confirma que o tema domina o imaginário dos jornalistas brasileiros, referenciado pelo modelo *watchdog* norte-americano.

Quanto a “monitorar os negócios”, pelo ideário e entendimento dos jornalistas, eles dizem que agem prontamente. No entanto trata-se de uma autonomia consentida pela organização de mídia, que depende da publicidade para subsistir.

Outra contrariedade à prática efetiva ocorre no papel de “ser um observador imparcial”. Trata-se de um alarde da profissão, expresso em “manuais práticos” e nos deveres dos jornalistas. A imparcialidade e a neutralidade são os ideais mais prezados pelos jornalistas e questionados pelo público.

O jornalista diz que “oferece lealdade aos cidadãos”, embora o

compromisso seja com o seu público (audiência) e a organização de mídia, na qual atua. Esse discurso social de fidelidade tem como fim a autolegitimação do trabalho e o lastro do seu capital social, além da manutenção do emprego.

Os resultados verificados e demonstrados na tese são importantes para discutir as lacunas entre os ideais da profissão, as percepções no trabalho e as práticas jornalísticas efetivas.

Não se pode prejudicar se a autonomia é boa ou ruim ou se os graus apurados aumentam ou reduzem a importância do jornalismo. Pelas variações da autonomia, deve-se analisar cada contexto e seu momento histórico.

A pesquisa fez a análise do conteúdo jornalístico produzido em 2012 e 2013. Um período de estabilidade social, política e econômica requer, supostamente, menos vigilância do jornalismo e autonomia menor dos jornalistas, embora espera-se que monitorem permanentemente os poderes e a sociedade.

Na política, o lulismo alcançou o seu auge, tanto que uma das maiores manifestações populares do país, em meados de 2013, não afetou a popularidade da presidente Dilma Rousseff, reeleita no ano seguinte.

Um período de estabilidade social, política e econômica requer, supostamente, menos vigilância do jornalismo e autonomia menor dos jornalistas, embora espera-se que monitorem permanentemente os poderes e a sociedade.

Estes jornais, por serem os principais do Brasil, talvez representem um panorama da autonomia do jornalista brasileiro. Mas, ao se analisarmos outros jornais, de menor porte, em diferentes regiões, talvez os resultados não sejam os mesmos.

Por certo, serão outros resultados, se o estudo for realizado em outras mídias, no telejornalismo, radiojornalismo ou no jornalismo online. Pode-se chegar a outros índices, se optar por determinadas funções específicas (repórter, editor, colunista).

Há outras questões que fogem do escopo da tese e do desenho do projeto JRP (2014), a exemplo da precarização do trabalho, notadamente a imposta aos jornalistas autônomos (*freelancers*), em número crescente com a legislação da terceirização.

Ainda podem interferir na autonomia os aspectos de saúde, estresse, pressões psicológicas, assédio moral etc. As mídias digitais também introduziram novos impactos, como o embate com o público,

antes somente receptor, agora também emissor de informações, bem como a busca desenfadada por mais cliques, algoritmos, atualização frenética de conteúdo etc.

O propósito inicial da tese era comparar os índices do Brasil com os demais países participantes da projeto JRP (2014), mas ocorreram atrasos e outros problemas. Até a conclusão da tese, a coordenação geral da pesquisa internacional não disponibilizou os dados consolidados da enquete e o resultado comparativo da análise de conteúdo foram divulgadas separadamente ao longo da pesquisa.

Igualmente os artigos publicados tratam basicamente do escopo da análise de conteúdo da pesquisa, aquilo que consta do “livro de códigos” para referenciar as tabelas de dados.

A tarefa de codificar tornou-se estafante para os pesquisadores, pois em cada item noticioso foram verificados mais de 82 diferentes aspectos ou variáveis. Devido a carga demasiada de trabalho, houve atrasos e codificações incompletas, exigindo remanejamentos de tarefas entre a equipe e contratação de codificadores remunerados.

O outro problema refere-se à delimitação da amostra em notícias de interesse nacional. No Brasil, um país continental, a maior parte dos temas é enquadrada a partir dos vínculos locais. Isso afeta a comparação internacional dos dados e a mensuração de diferentes modelos de papéis dos jornalistas brasileiros.

O atraso no cronograma original da codificação dos itens noticiosos afetou a aplicação da enquete (*survey*), pois os jornalistas responderam o questionário em 2015, sobre notícias que haviam produzido em 2012 e 2013.

Muitos deles não trabalhavam mais naqueles jornais. Foram identificados os e-mails de 65% dos 607 autores. Muitos não abriram as mensagens com o convite para a pesquisa e 32% não chegaram a preencher completamente o questionário on-line. Isto levou a aplicação da pesquisa impressa em *O Globo* e *Zero Hora* e inviável na *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo*.

Diante disso, pode-se avançar em outras pesquisas a partir dos resultados apresentados na tese, como a comparação dos índices do Brasil com os demais países pesquisados no projeto JRP (2014), bem como estudos em outros jornais ou tipos de mídia diferentes (televisão, rádio, internet), em diferentes regiões, pelas suas peculiaridades; ainda, pesquisas específicas pelas funções: repórter, editor, colunista etc. Há também a possibilidade de pesquisas para levantar os graus de

heteronomia do campo jornalístico.

REFERÊNCIAS

ACCARDO, Alain. Derrière la subjectivité des journalistes. **Le Monde Diplomatique**. 1 mai. 2000. Disponível em: <goo.gl/76y8Tj>. Acesso em: 21 jul. 2015.

_____. Pour une socioanalyse des pratiques journalistiques. In: ACCARDO, Alain et al. **Journalistes précaires, journalistes au quotidien**. Marseille, 2007. p. 15-80.

AGUIAR, Leonel; BARSOTTI, Adriana. O jornalista como mobilizador da audiência na internet. In: MOURA, Dione; PEREIRA, Fábio; ADGHIRNI, Zélia. **Mudanças e permanências do jornalismo**. Florianópolis: Insular, 2015. p. 77-95.

ALBUQUERQUE, Afonso. Another “fourth branch”: press and political culture in Brazil. **Journalism**, v. 6, n. 4, p. 486-504. 2005. Disponível em: <goo.gl/CKLqvz>. Acesso em: 12 jun. 2016.

_____. **Mídia e democracia: Brasil e África do Sul numa perspectiva comparada**. COMPOLÍTICA, 2013, Curitiba. Anais, 2013. Disponível em: <goo.gl/3D7OXY>. Acesso em: 16 jun. 2016.

_____. O parelismo político em questão. **Compolítica**, v. 2, n. 1, p. 6-28, jan./jun. 2012. Disponível em: <goo.gl/tsfuAM>. Acesso em: 10 jun. 2015.

ALBUQUERQUE, Afonso; HOLZBACH, Ariane Diniz. Metamorfoses do contrato representativo: jornalismo, democracia e os manuais de redação da *Folha de S. Paulo*. **Comunicação, Mídia e Consumo**, v. 5 n. 14, p. 149-170, 2008. Disponível em: <goo.gl/KP1Mb4>. Acesso em: 12 jun. 2016.

ALEXANDER, Jeffrey. Entrevista. **Revista Estudos Políticos**, v. 5, n.2, p. 358-378, dez. 2014. Disponível em: <goo.gl/sTnmrw>. Acesso em: 29 jun. 2015. Entrevista conduzida por Alexandre Werneck, Antonio Brasil Júnior, Cristina Buarque e Marcelo de Oliveira.

ALSINA, Miquel R. **A construção da notícia**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

AMARAL, Luiz. **Jornalismo: matéria de primeira página**. 6. ed. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2008.

ANJ. **Os maiores jornais do Brasil de circulação paga, 2014-2015**. Associação Brasileira de Jornais, 2016. Disponível em: <anj.org.br>. Acesso

em: 4 abr. 2017.

BABBIE, Earl. **Métodos de pesquisas de survey**. 2. ed. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

BALZAC, Honoré. **Os jornalistas**. 2. ed. Rio de Janeiro: Ediouro, 2004.

BARBOSA, Marialva. Práticas jornalísticas: um percurso histórico a partir de vestígios. In: DUARTE, Elizabeth, CASTRO, Maria Lília D. **Em torno da mídia: práticas e ambiências**. Porto Alegre: Sulina, 2008.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2011.

BASTIN, Gilles. **Le journalisme comme trouble ou comme problème? A propos des relations entre sociologie et journalism**. In: MEJOR, Colóquio Internacional, 3., 2015, Florianópolis. **Anais...** Mejor, 2015. p. 18-21.

_____. Paradox of the pariah: toward a weberian understanding of modern journalism. **Max Weber Studies**, v. 13, n. 2, p. 216-236, jul. 2013a. Disponível em: <goo.gl/jTSHxu>. Acesso em: 10 out. 2014.

_____. The press in the light of modern capitalism: a planned survey by Max Weber on newspapers and journalism. **Max Weber Studies**, v. 13, n. 2, p. 151-175, jul. 2013b. Disponível em: <goo.gl/omOHff>. Acesso em: 10 out. 2014.

BENSON, Rodney; NEVEU, Erik. **Bourdieu and the journalistic field**. Cambridge: Polity Press, 2005.

BERELSON, Bernard. **Content analysis in communication research**. 2. ed. London: Macmillan, 1971.

BERGER, Christa. **Campos em confronto: a terra e o texto**. 2. ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2003.

BERNSTEIN, Carl. The idiot culture. **The New Republic**, 8 jun. 1992, p. 22-28. Disponível em: <goo.gl/ctPSko>. Acesso em: 22 abr. 2014.

BERNSTEIN, Carl; WOODWARD, Bob. **Todos os homens do presidente**. São Paulo: Três Estrelas, 2014.

BOURDIEU, Pierre. **A distinção: crítica social do julgamento**. Porto Alegre, Zouk, 2007.

_____. **A economia das trocas simbólicas**. 7. ed. São Paulo:

Perspectiva, 2013a.

_____. A opinião pública não existe. In: BOURDIEU, Pierre. **Questões de sociologia**. Lisboa: Fim de Século, 2003. p. 233-245.

_____. **As regras da arte**: gênese e estrutura do campo literário. 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2002a.

_____. Capital simbólico e classes sociais. **Novos Estudos**, n. 96, p.105-115, jun. 2013b. Disponível em: <goo.gl/c2Sg6f>. Acesso em: 10 out. 2014.

_____. **Coisas ditas**. 2. ed. São Paulo: Brasiliense, 2004.

_____. Compreender. In: BOURDIEU, Pierre (Coord.). **A miséria do mundo**. 7. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008. p. 693-713.

_____. **Contrafogos**: táticas para enfrentar a invasão neoliberal. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.

_____. Esboço de uma teoria da prática. In: ORTIZ, Renato (Org.). **Pierre Bourdieu**: sociologia. São Paulo: Olho d'Água, 2013c. p. 39-72.

_____. **Homo academicus**. 2. ed. Florianópolis: Editora UFSC, 2013c.

_____. L'emprise du journalisme. **Actes de la Recherche en Sciences Sociales**, Paris, v. 101, p. 3-9, mar. 1994. Disponível em: <goo.gl/jFFNM8>. Acesso em: 10 mar. 2010.

_____. La práctica de la sociología reflexiva. In: BOURDIEU, Pierre; WACQUANT, Loïc. **Una invitación a la sociología reflexiva**. Buenos Aires: Siglo Veintiuno, 2012. p. 266-317.

_____. Les doxosophes. In: BOURDIEU, Pierre. **Interventions, 1961-2001**: science sociale & action politique. Marseille: Agone, 2002b. p. 84-85.

_____. **Lições da aula**. São Paulo: Ática, 2001

_____. Maîtres du monde, savez-vous ce que vous faites? **Libération**, 13 out. 1999. Disponível em: <goo.gl/ymS2Mw>. Acesso em: 17 jun. 2014.

_____. **O campo econômico**: a dimensão simbólica da dominação. Campinas, SP: Papirus, 2001.

_____. O campo político. **Revista Brasileira de Ciência Política**, n. 5, jan./jul. 2011, p. 193-216. Disponível em: <goo.gl/JbcIKc>. Acesso em: 14

set. 2015.

_____. **O desencantamento do mundo**: estruturas econômicas e estruturas temporais. São Paulo: Perspectiva, 1979.

_____. **O poder simbólico**. 14. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2006.

_____. **O senso prático**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

_____. **Para uma sociologia da ciência**. Lisboa: Edições 70, 2000.

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

_____. **Razões práticas**: sobre a teoria da ação. Campinas, SP: Papyrus, 1996.

_____. The political field, the social science field, and the journalistic field. In: BENSON, Rodney; NEVEU, Erik. **Bourdieu and the journalistic field**. Cambridge: Polity Press, 2005. p. 29-47.

BOURDIEU, Pierre; WACQUANT, Loïc. El propósito de la sociología reflexiva. In: BOURDIEU, Pierre; WACQUANT, Loïc. **Una invitación a la sociología reflexiva**. Buenos Aires: Siglo Veintiuno, 2012. p. 91-265.

BRINK, Bert et al. **Autonomy gaps**: Joel Anderson in dialogue. New York: Bloomsbury, 2017

BUCCI, Eugênio. **A imprensa e o dever da liberdade**. São Paulo: Contexto, 2009.

CARDOSO, Adalberto. Jornalistas: ética e democracia no exercício da profissão. **Novos Estudos**, n. 42, jul. 1995. p. 130-140. Disponível em: <goo.gl/IKhWkM>. Acesso em: 12 nov. 2017.

CHALABY, Jean K. O jornalismo como invenção anglo-americana: comparação entre o desenvolvimento do jornalismo francês e anglo-americano, 1830-1920. **Media & Jornalismo**, v. 2, n.3, p. 29-50, 2003. Disponível em: <goo.gl/qWYyGC>. Acesso em: 5 out. 2014.

_____. **The invention of journalism**. London: Macmillan, 1998.

CHAMPAGNE, Patrick. A visão mediática. In: BOURDIEU, Pierre (Coord.). **A miséria do mundo**. 5. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008. p. 63-79.

_____. La double dépendence: quelques remarques sur les rapports entre le champs politique, économique et journalistique. **Hermès**, v. 3, n. 17-18, p. 215-229, 1995. Disponível em: <goo.gl/IOJqAB>. Acesso em: 15 jun 2014.

CHAPARRO, Manuel Carlos. **Pragmática do jornalismo**: buscas práticas para uma teoria da ação jornalística. 3. ed. São Paulo: Summus, 2007.

_____. Jornalismo na fonte. In: DINES, Alberto; MALIN, Mauro (Orgs.). **Jornalismo brasileiro**: no caminho das transformações. Brasília: Banco do Brasi, 1996. p. 132-154.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2009.

CHARRON, Jean. Journalisme et démocratie. In: GUILBERT, Lucille. **Médiations et processus culturels**. Québec: Presses de l'Université Laval, 2014. p. 159-170.

CHARRON, Jean; BONVILLE, Jean. **Natureza e transformação do jornalismo**. Florianópolis, Brasília: Insular, FAC Livros, 2016

CHARTIER, Roger. **A história cultural entre práticas e representações**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1990.

CHILDS, Harwood L. **Relações Públicas, propaganda e opinião pública**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1964.

CURRAN, James. Entertaining democracy in the era of neo-liberalism. **Brazilian Journalism Research**, v. 12, n. 2, p. 12-29, 2016. Dossiê Journalism and democracy.

_____. **Media and democracy**. London: Routledge, 2011.

DARRAS, Eric. Media consecration of the political order. In: BENSON, Rodney; NEVEU, Erik. **Bourdieu and the journalistic field**. Cambridge: Polity Press, 2005. p. 156-173.

DAVIS, Aeron. Applying a weberian perspective to the analysis of UK journalism: Hacking and Leveson as products of organizational rationalization. **Max Weber Studies**, v. 13, n. 2, p.176-196, jul. 2013. Disponível em: <goo.gl/W7WZzU>. Acesso em: 10 out. 2014.

DEUZE, Mark. What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered. **Journalism**, v. 6, n. 4, p. 442-464, 2005. Disponível em: <goo.gl/sh8GYV>. Acesso em: 10 jun. 2015.

DICKINSON, Roger. Weber's sociology of the press and journalism: continuities in contemporary sociologies of journalists and the media. **Max Weber Studies**, v. 13, n. 2, p.197-215, jul. 2013. Disponível em: <goo.gl/wfqUqZ>. Acesso em: 10 out. 2014.

DUARTE, Jorge; SCHMITZ, Aldo Antonio; COSTA, Carlito. **Papel e a atuação do jornalista em assessoria de imprensa na área pública**. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 10., 2012, Curitiba.

DUBAR, Claude. **A crise das identidades: a interpretação de uma mutação**. São Paulo: EdUSP, 2009.

_____. **Agent, acteur, sujet, acteur: du pareil au même?** In: CONGRÈS DE L'ASSOCIATION FRANÇAISE DE SOCIOLOGIE, 1., fev. 2004, Villetaneuse, France. Disponível em: <goo.gl/WxHnIv>. Acesso em: 20 out. 2015.

DURKHEIM, Émile. **As regras do método sociológico**. São Paulo: Nacional, 1985.

_____. **O suicídio: estudo de sociologia**. São Paulo: Edipro, 2013.

DUVAL, Julien. **Critique de la raison journalistique: les transformations de la presse économique en France**, Paris: Le Seuil, 2004.

ECO, Umberto. **Número zero**. São Paulo: Record, 2015.

ESSER, Frank; HANITZSCH, Thomas. On the why and how of comparative inquiry in communication studies. In: ESSER, Frank; HANITZSCH, Thomas (Eds.). **The handbook of comparative communication research**. New York, London: Routledge, 2012. p. 24-49.

ESTADÃO. **O Estado de S. Paulo**. Disponível em: <estadao.com.br>. Acesso em: 2 jun. 2018.

FERNANDES, Florestan. **Fundamentos empíricos da explicação sociológica**. 4. ed. São Paulo: T. A. Queiroz, 1980.

FIDALGO, Joaquim. **Jornalista na busca inacabada de identidade**. In: CONGRESSO SOPCOM, 4., 2005, Aveiro, Portugal. Disponível em: <goo.gl/CdVg19>. Acesso em 20 set. 2013.

FÍGARO, Roseli. Perfis e discursos de jornalistas no mundo do trabalho. In:

FÍGARO, Roseli (Org.); NONATO, Claudia; GROHMANN, Rafael. **As mudanças no mundo do trabalho do jornalista**. São Paulo: Atlas, 2013. p. 6-142.

FOLHA. **Folha de S. Paulo**. Disponível em: <folha.uol.com.br>. Acesso em 2 jun. 2018.

FOUCAULT, Michel. **Governo de si e dos outros**: curso no Collège de France (1982-1983). São Paulo: WMF Martins Fontes, 2010.

_____. **Microfísica do poder**. 16. ed. Rio de Janeiro: Graal, 2001.

FREIDSON, Eliot. **Professionalism: the third logic**. Cambridge: Polity, 2001.

G1. **Retrospectiva 2012**: 50 notícias do ano. Disponível em: <goo.gl/V7a3TE>. Acesso em: 15 jul. 2018.

_____. **Retrospectiva 2013**. Disponível em: <goo.gl/w66Esm>. Acesso em: 15 jul. 2018.

GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide**: para uma teoria marxista do jornalismo. Florianópolis: Insular, 2012.

GOMES, Wilson. **Jornalismo, fatos e interesses**: ensaios da teoria do jornalismo. Florianópolis: Insular, 2009.

GEERTZ, Clifford. **O saber local**: novos ensaios em antropologia interpretativa. Petrópolis, RJ: Vozes, 1997.

GOMES, Wilson. **Jornalismo, fatos e interesses**: ensaios de teoria do jornalismo. Florianópolis: Insular: 2009.

GORZ, André. **Metamorfoses do trabalho**: crítica da razão econômica. 2. ed. São Paulo: Annablume, 2007.

GROTH, Otto. **O poder cultural desconhecido**: fundamentos da ciência dos jornais. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.

_____. Tarefa da pesquisa da ciência da cultura. In: MAROCCO, Beatriz; BERGER, Christa. **A era glacial do jornalismo**: teorias sociais da imprensa. Porto Alegre: Sulina, 2006. p. 182-305.

GUAZINA, Liziane; ROTHBERG, Danilo. Advances and setbacks to the contribution of journalism to democracy. **Brazilian Journalism Research**,

v. 12, n. 2, p. 4-11, 2016. Dossiê Journalism and democracy.

HABERMAS, Jürgen. **Teoria do agir comunicativo: racionalidade da ação e racionalização social**. v. 1. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2012.

HALIMI, Serge. **Les nouveaux chiens de garde**. 2. ed. Paris, Liber, 2005.

HALL, Stuart et al. **Policing the crisis: mugging, the state and law and order**. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 1978.

HALLIN, Daniel. Field theory, differentiation theory, and comparative media research. In: BENSON, Rodney; NEVEU, Erik. **Bourdieu and the journalistic field**. Cambridge: Polity Press, 2005. p. 224-243.

_____. The passing of the “high modernism” of american journalism. **Journal of Communication**, v. 42, n. 3, p. 14-25, 1992. Disponível em: <goo.gl/YgvJo0>. Acesso em: 15 jul. 2015.

HALLIN, Daniel; MANCINI, Paolo (Org.). **Comparing media systems: three models of media and politics**. Cambridge, New York: Cambridge University Press, 2004.

_____. Comparing media systems: a response to critics. In: ESSER, Frank; HANITZSCH, Thomas (Eds.). **The handbook of comparative communication research**. New York, London: Routledge, 2012. p. 316-334.

_____. **Comparing media systems beyond the western world**. Cambridge, New York: Cambridge University Press, 2011.

HANITZSCH, Thomas. Comparative journalism studies. In: WAHL-JORGENSEN, Karin; HANITZSCH, Thomas. **The handbook of journalism studies**. London: Routledge, 2009. p. 413-427.

_____. Comparing journalism across cultural boundaries: state of the art, strategies, problems, and solutions. In: LÖFFELHOLZ, Martin; WEAVER, David. **Global journalism research: theories, methods, findings, future**. Oxford: Blackwell, 2008. p. 93-105.

_____. Populist disseminators, detached watchdogs, critical change agents and opportunist facilitators: professional milieus, the journalistic field and autonomy in 18 countries. **The International Communication Gazette**, v. 73, n. 6, 2011. p. 477-494.

HANITZSCH, Thomas et al. Mapping journalism cultures across nations: a comparative study of 18 countries. **Journalism Studies**, v. 12, n.3, p. 273-93, 2011.

_____. Worlds of journalism: journalistic cultures, professional autonomy, and perceived influences across 18 nations. In: WEAVER, David H.; WILLNAT, Lars (Eds.). **The global journalist in the 21st century**. New York: Routledge, 2012. p. 473-494.

HANITZSCH, Thomas; MELLADO, Claudia. What shapes the news around the World? How journalists in eighteen countries perceive influences on their work. **International Journal of Press Politics**, v. 16, n. 3, p. 404-426, 2011. Disponível em <goo.gl/Wq4fVB>. Acesso em: 10 mar. 2015.

HANSEN, Anders et al. **Mass communication research methods**. London: Macmillan, 1998.

HARKNESS, Janet A. Comparative survey research. In: ESSER, Frank; HANITZSCH, Thomas (Eds.). **The handbook of comparative communication research**. New York, London: Routledge, 2012. p.664-685.

HARDT, Hanno. **Social theories of the press: constituents of communication research, 1840s to 1920s**. 2. ed. Lanham, Maryland: Rowman & Littlefield, 2001.

HELLMUELLER, Lea et al. The contextualization of the watchdog and civic journalistic roles: reevaluating journalistic role performance in U.S. newspapers. **Palabra Clave**, v. 19, n. 4, dez. 2016. p. 1072-1100.

HELLMUELLER, Lea; MELLADO, Claudia. Professional role and news construction: a media sociology conceptualization on journalists' role conception and performance. **Communication & Society**, v. 28, n. 3, p. 1-11, set. 2015. Disponível em: <goo.gl/Fs97V1>. Acesso em: 30 set. 2015.

HENNINGHAM, John P. Comparisons between Australian and US broadcast journalists' professional values. **Journal of Broadcasting**, v. 8, n. 3, p. 323-331, maio 1984. Disponível em: <goo.gl/K97zOu>. Acesso em: 10 out. 2015.

HERSCOVITZ, Heloiza G. Análise de conteúdo em jornalismo. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Márcia. **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. 2. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008. p. 123-142.

_____. Brazilian journalists in the 21st century. In: WEAVER, David H.; WILLNAT, Lars (Eds.). **The global journalist in the 21st century: news people around the world**. New York: Routledge, 2012. p. 365-381.

_____. Jornalistas paulistas: comparação com jornalistas americanos e franceses. **PCLA – Pensamento Comunicacional Latino-Americano**, v. 2, n. 2, jan/mar. 2001. Disponível em: <goo.gl/NovfGh>. Acesso em: 6 ago 2013.

IBGE. **Censo 2010**. Disponível em: <censo2010.ibge.gov.br>. Acesso em: 26 jul. 2014.

IVC, Instituto Verificador de Comunicação. **Circulação de jornais no Brasil em 2017**. 28 fev. 2018. Disponível em: <ivcbrasil.org.br>. Acesso em: 10 abr. 2018.

HUBERT, Dreyfus; RABINOW, Paul. **Michel Foucault: beyond structuralism and hermeneutics**. 2. ed. Chicago: The University of Chicago Press, 1983.

JRP. **Journalistic role performance around the globe**. Disponível em: <journalisticperformance.org>. Acesso em: 8 ago. 2014.

KANT, Immanuel. **Fundamentação da metafísica dos costumes**. Lisboa: Edições 70, 2009.

_____. Resposta à pergunta: o que é “esclarecimento”? [“aufklärung”]. In: **Immanuel Kant: textos seletos**. 9. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012. p. 100-117.

KARAM, Francisco José. **A ética jornalística e o interesse público**. São Paulo: Summus, 2004.

KLINENBERG, Eric. Channeling into the journalistic field: youth activism and the media justice movement. In: BENSON, Rodney; NEVEU, Erik. **Bourdieu and the journalistic field**. Cambridge: Polity Press, 2005. p. 174-192.

KOLMER, Christian. Methods of journalism research: content analysis. In: LÖFFELHOLZ, Martin; WEAVER, David. **Global journalism research: theories, methods, findings, future**. Oxford: Blackwell, 2008. p. 117-130.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo**. Porto, Portugal: Porto Editora, 2004.

- KRIPPENDORFF, Klaus. **Content analysis: an introduction to its methodology**. 3. ed. London: Sage, 2013.
- LAGASNERIE, Geoffroy. **L'empire du l'université: sur Bourdieu, les intellectuels et le journalisme**. Paris: Amsterdam, 2007.
- LAHIRE, Bernard. **Homem plural**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.
- LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. 6. ed. Rio de Janeiro: Record, 2006.
- _____. **Ideologia e técnica da notícia**. 4. ed. Florianópolis: Insular, 2012.
- LASSWELL, Harold D. **Propaganda technique in the World War I**. 2. ed. Cambridge, MA: The MIT Press, 1971.
- LATOURE, Bruno. **Jamais fomos modernos**. 3. ed. São Paulo: Editora 34, 2013.
- LE CAM, Florence; PEREIRA, Fábio; RUELLAN, Denis. Mudanças e permanências do jornalismo. In: MOURA, Dione; PEREIRA, Fábio; ADGHIRNI, Zélia. **Mudanças e permanências do jornalismo**. Florianópolis: Insular, 2015. p. 11-22.
- LEMIEUX, Cyril. De la difficulté des journalistes à respecter leur déontologie: une approche sociologique. In: GARDINI, Gianluca; LALLI, Pina. **Per un'etica dell'informazione e della comunicazione: giornalismo, radiotelevisione, new media, comunicazione pubblica**. Milano: Franco Angeli, 2009. p. 187-208.
- _____. Le crépuscule des champs: limites d'un concept ou disparition d'une réalité historique? In: FORNEL, Michel; OGIEN, Albert (Orgs.). **Bourdieu: théoricien de la pratique**. Paris: L'Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales, 2011. p. 75-100.
- _____. **Le devoir et la grâce: pour une analyse grammaticale de l'action**. Paris: Economica, 2009.
- _____. **Mauvaise presse: une sociologie compréhensive du travail journalistique et de ses critiques**. Paris: Métailié, 2000.
- _____. The twilight of fields: limitations of a concept or disappearance of a historical reality? **Journal of Classical Sociology**, v. 14, n. 3, p. 382-

402, 2014. Disponível: <goo.gl/nbm48J>. Acesso em: 22 out. 2014.

LIMA, Samuel; SCHMITZ, Aldo A. **Os jornalistas nas assessorias**: uma análise do perfil do trabalho jornalístico fora da mídia. In: SBPJOR – ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 11., 2013, Brasília.

LIMA, Venício. Neoliberalismo, mídia e democracia. **Carta Maior**, 19 set. 2016. Disponível em: <goo.gl/IDhNks>. Acesso em: 20 set. 2016.

LIPPMANN, Walter. **Opinião pública**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

LÖFFELHOLZ, Martin; WEAVER, David. **Global journalism research**: theories, methods, findings, future. Oxford: Blackwell, 2008.

LOPES, Maria Immacolata V. Sobre o estatuto disciplinar do campo da comunicação. In: LOPES, Maria Immacolata V. (Org.). **Epistemologia da comunicação**. São Paulo: Loyola, 2003. p. 277-293.

MARCHETTI, Dominique. Les sous-camps spécialisés du journalisme. **Réseaux**, v. 1, n. 111, p. 22-55, 2002. Disponível em: <goo.gl/K4APnG>. Acesso em 12 jun. 2014.

MARCONDES FILHO, Ciro. **O capital da notícia**: jornalismo como produção social da segunda natureza. 2. ed. São Paulo: Ática, 1989.

_____. **Ser jornalista**: o desafio das tecnologias e o fim das ilusões. São Paulo: Paulus, 2009.

MARHENKE, Karl-Urbus. O poder dos jornais, segundo Otto Groth. In: MAROCCO, Beatriz; BERGER, Christa. **A era glacial do jornalismo**: teorias sociais da imprensa. Porto Alegre: Sulina, 2006. p.155-181.

MARQUES, Alberto. **O campo jornalístico e a pauta**: um olhar sobre a produção de conteúdos em tablets. 2017. 211 f. Tese (Doutorado) - Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília, 2017. Disponível em: <goo.gl/zT5RND>. Acesso em: 5 set. 2018.

McLEOD, Jack; HAWLEY JR., Searle E. Professionalization among newsmen. **Journalism Quarterly**, v. 41, n. 4, p. 529-539, 1964. Disponível em: <goo.gl/9kTI3J>. Acesso em: 18 abr. 2015.

MEDITSCH, Eduardo. **O conhecimento do jornalismo**: o elo perdido da comunicação. Florianópolis: Editora UFSC, 1992.

MELLADO, Claudia. Professional roles in news content: six dimensions of journalist role performance. **Journalism Studies**, v. 16, n. 4, 2014. Disponível em: <goo.gl/C7CZIx>. Acesso em 10 ago. 2015.

MELLADO, Claudia et al. Comparing journalism cultures in Latin America: the case of Chile, Brazil and Mexico. **The International Communication Gazette**, v. 74, n. 1, p. 60-77, 2012. Disponível em: <goo.gl/qq0DSU>. Acesso em: 13 jul. 2015.

_____. Puesta en práctica de los roles periodísticos: un estudio comparado de Argentina, Brasil, Chile, Ecuador y México. In: AMADO, Adriana (Org.). **El periodismo por los periodistas: perfiles profesionales en las democracias de América Latina**. Berlin: Konrad Adenauer Stiftung, 2016. p. 64-71.

MELLADO, Claudia; HELLMUELLER, Lea; DONSBACH, Wolfgang (Orgs.). **Journalistic role performance: concepts, contexts, and methods**. New York: Routledge, 2017.

MELLADO, Claudia; HUMANES, María Luisa. Modeling perceived professional autonomy in Chilean journalism. **Journalism**, v. 13, n. 8, p. 985-1003, abr. 2012. Disponível em: <goo.gl/TpqqKNS>. Acesso em: 30 out. 2015.

MELLADO, Claudia; VAN DALEN, Arjen. Between rhetoric and practice: explaining the gap between role conception and performance in journalism. **Journalism Studies**, v. 15, n. 6, set. 2014. Disponível em: <goo.gl/n6SGpL>. Acesso em: 10 mar. 2015.

MELLADO, Claudia; VOS, Tim P. Conceptualizing journalistic role performance across news platforms. In: MELLADO, Claudia; HELLMUELLER, Lea; DONSBACH, Wolfgang (Orgs.). **Journalistic role performance: concepts, contexts, and methods**. New York: Routledge, 2017. p. 140-162.

MORAES, Francilaine; ADGHIRNI, Zélia. Jornalismo e democracia: o papel do mediador. **E-Compós**, v. 14, n. 2, 2011.

MICK, Jacques. **A precarização e o trabalho dos jornalistas brasileiros**. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 11., 2013a, Brasília.

_____. Trabalho jornalístico e mundialização. **Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo**, v. 6, n. 2, p. 68-81, dez. 2017.

Disponível em: <goo.gl/7XGWWc>. Acesso em: 19 jul. 2018.

_____. **Unidade possível?** A identidade profissional dos jornalistas brasileiros, distribuídos entre mídia e assessorias. In: MEJOR – Colóquio Internacional Mudanças Estruturais no Jornalismo, 2., 2013b, Natal.

MICK, Jacques; LIMA, Samuel. **Perfil do jornalista brasileiro:** características demográficas, políticas e do trabalho jornalístico em 2012. Florianópolis: Insular, 2013.

MICK, Jacques; SCHMITZ, Aldo A. **Arrogância e parrésia na identidade profissional dos jornalistas.** In: SBPJOR – Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 12., 2014, Santa Cruz do Sul, RS.

_____. **Pesquisa comparativa internacional em jornalismo:** desafios teórico-metodológicos do projeto *Journalistic role performance around the globe*. In: SBPJOR – Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 14., 2016, Palhoça, SC.

MINAYO, Maria Cecília. **O desafio do conhecimento.** 14. ed. São Paulo: Hucitec, 2014.

MIRANDA, Luciano. **Pierre Bourdieu e o campo da comunicação:** por uma teoria da comunicação praxiológica. Editora da PUCRS, 2005.

MORENO, Jorge Bastos. **Ascensão e queda de Dilma Rousseff.** São Paulo: Globo, 2017.

MUHLMANN, Géraldine. **Du journalisme en démocratie.** Paris: Payot & Rivages, 2004.

NASCIMENTO, Solano. **O surgimento da lava jato e o sumiço do jornalismo investigativo:** uma análise de Veja, Época e IstoÉ. In: SEMINÁRIO DE PESQUISA EM JORNALISMO INVESTIGATIVO, 5., 2017, São Paulo. Disponível em: <goo.gl/XdC68L>. Acesso em: 30 ago. 2018.

_____. **Os novos escribas:** o fenômeno do jornalismo sobre investigações no Brasil. 2. ed. Porto Alegre: Arquipélago, 2014.

NERONE, John. The historical roots of normative model of journalism. **Journalism**, v. 14, n. 4, p. 446-458, 2012. Disponível em: <goo.gl/OnwZ42>. Acesso em: 16 mar. 2015.

NEVEU, Érik. Bourdieu, the Frankfurt School, and cultural studies: on some misunderstandings. In: BENSON, Rodney; NEVEU, Erik. **Bourdieu and the journalistic field**. Cambridge: Polity Press, 2005. p. 195-223.

_____. **Sociologia do jornalismo**. São Paulo: Loyola, 2006.

NORDENSTRENG, Kaarle; THUSSU, Daya (Eds.). **Mapping BRICS media**. New York: Routledge, 2015.

O GLOBO. Disponível em: <globo.globo.com>. Acesso em : 2 jun. 2018.

ÖRNEBRING, Henrik. **Newsworkers: a comparative european perspective**. New York, London: Bloomsbury, 2017.

ORTNER, Sherry B. Teoria na antropologia desde os anos 60. **Mana**, v. 17, n. 2, ago. 2011. Disponível em: <goo.gl/2wimNj>. Acesso em: 1 jul. 2015.

PARK, Robert. News as form of knowledge: a chapter in the sociology of knowledge. **American Journal of Sociology**, v. 45, n. 5, p. 669-686, mar. 1940. Disponível em: <goo.gl/Oid6Mw>. Acesso em: 20 ago. 2013.

_____. The natural history of the newspaper. **American Journal of Sociology**, v. 29, n. 3, p. 273-289, nov. 1923. Disponível em: <goo.gl/Bv9M0c>. Acesso em: 15 abr. 2015.

PARLIAMENT. “**Breach of privilege**”. Disponível em: <goo.gl/Xd6oBK> Acesso em: 22 set. 2015.

PEREIRA, Fabio. **Jornalistas-intelectuais no Brasil**. São Paulo: Summus, 2011.

PEREIRA JÚNIOR. Luiz Costa. **A apuração da notícia: métodos de investigação na imprensa**. 3. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

PETRARCA, Fernanda R. **O jornalismo como profissão: recursos sociais, titulação acadêmica e inserção profissional dos jornalistas no Rio Grande do Sul**. 2007. 308 f. Tese (Doutorado) - Curso de Sociologia, Programa de Pós-graduação em Sociologia, UFRGS, Porto Alegre, 2007. Disponível em: <https://goo.gl/8QJeHQ>. Acesso em: 5 set. 2018.

PHILIBERT, Jean-René. Discurso sobre a imprensa escrita norte-americana no fim do século XIX e a implantação do jornalismo de informação. In: MOURA, Dione; PEREIRA, Fábio; ADGHIRNI, Zélia. **Mudanças e permanências do jornalismo**. Florianópolis: Insular, 2015. p. 27-51.

PIAGET, Jean. **The mechanisms of perception**. 2. ed. London, New York: Routledge, 2013.

PINTO, Juliet. Muzzling the watchdog. The case of disappearing watchdog journalism from Argentine mainstream news. **Journalism**, v. 9, n. 6, dez. 2008. p. 750-774.

PINTO, Manuel. Fontes jornalísticas: contributos para o mapeamento do campo. **Comunicação e Sociedade**, v. 14, n. 2, p. 277-294. Disponível em: <goo.gl/yMKXun>. Acesso em 10 jun. 2009.

_____. O jornalismo como campo social e como domínio de formação. **Comunicação e Sociedade**, v. 12, n. 1, p. 75-95, 1999. Disponível em: <goo.gl/LPqgnu>. Acesso em: 5 set. 2018.

_____. **Princípios e fins do jornalismo**: notas para compreender a mudança de um campo social em estado crítico. In: CONGRESSO DA SOPCOM, 5., 2007, Braga. Disponível em: <goo.gl/jZZezY>. Acesso em: 2 set. 2018.

PJB. **Perfil do jornalista brasileiro, 2012**. Disponível em: <perfildojornalista.ufsc.br>. Acesso em: 22 abr. 2013.

PONTES, Felipe; PISMEL, Matheus. A crise de legitimidade dos jornalistas e a economia política: autonomia e heteronomia como chaves explicativas do jornalismo contemporâneo. **Comunicação & Sociedade**, v. 40, n. 1, 2018. p. 367-392. Disponível em: <goo.gl/AJkCGd>. Acesso em: 2 jun. 2018.

REICH, Zvi; HANITZSCH, Thomas. Determinants of journalists' professional autonomy: individual and national level factors matter more than organizational ones. **Mass Communication and Society**, v. 16, n. 1, p. 133-156., 2013. Disponível em: <goo.gl/Ytz26a>. Acesso em: 15 abr. 2015.

RODRIGUES, Maria de Lurdes. **Profissões**: lições e ensaios. Coimbra: Almedina, 2012.

RÖSSLER, Patrick. Comparative content analysis. In: ESSER, Frank; HANITZSCH, Thomas (Eds.). **The handbook of comparative communication research**. New York, London: Routledge, 2012. p. 687-702.

RUELLAN, Denis. Corte e costura do jornalismo. **Líbero**, v. 9, n. 18, dez. 2006. Disponível em: <goo.gl/QsslGK>. Acesso em: 10 ago. 2014.

RUELLAN, Denis; ADGHIRNI, Zélia L. **O jornalismo como invenção permanente**: novas práticas, novos atores. In: COLÓQUIO BRASIL-FRANÇA DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 9., 2009, Curitiba. Disponível em: <goo.gl/liVprx>. Acesso em: 15 jul. 2015.

SCHLESINGER, Philip. Repenser la sociologie du journalisme: les stratégies de la source d'information e les limites du média-centrisme. **Réseaux**, v. 10, n. 51, p. 75-98, 1992. Disponível em: <goo.gl/LXhvWT>. Acesso em: 15 abr. 2014.

SCHLUCHTER, Wolfgang. **Paradoxos da modernidade**: cultura e conduta na teoria de Max Weber. São Paulo: Editora Unesp, 2011.

SCHMITZ, Aldo. **A autonomia profissional do jornalista brasileiro**: ideais e práticas nos jornais *Folha de S. Paulo*, *O Estado de S. Paulo*, *O Globo* e *Zero Hora*. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE SOCIOLOGIA, 8., 2017a, Brasília.

_____. **A migração dos jornalistas para o marketing de conteúdo**. In: SBPJOR – Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 15., 2017b, São Paulo.

_____. **Fontes de notícias**: ações e estratégias das fontes no jornalismo. Florianópolis: Combook, 2011.

_____. Max Weber e a corrente neoweberiana na sociologia das profissões. **Em Tese**, v. 11, n. 1, jan./jun. 2014. Disponível em: <goo.gl/iAahwn>. Acesso em: 30 jul. 2014.

_____. **O jornalismo a serviço das fontes**. Florianópolis: Combook, 2015.

SCHMITZ, Aldo; KARAM, José Francisco. The Spin Doctors of news sources. **Brazilian Journalism Research**, v. 9, n. 1, 2013. p. 96-113. Disponível em: <goo.gl/fscj8M>. Acesso em: 30 ago. 2013.

SCHNEIDER, Sérgio; SCHMITT, Cláudia Job. O uso do método comparativo nas ciências sociais. **Cadernos de Sociologia**, n. 9, p. 49-87, 1998. Disponível em: <goo.gl/ESxaag>. Acesso em: 15 jun. 2015.

SCHRAMM, Holger; OLIVER, Mary B. Comparing entertainment and emotions. In: ESSER, Frank; HANITZSCH, Thomas (Eds.). **The handbook of comparative communication research**. New York, London: Routledge, 2012. p. 551-567.

SCHUDSON, Michael. Autonomy from what? In: BENSON, Rodney; NEVEU, Erik. **Bourdieu and the journalistic field**. Cambridge: Polity Press, 2005. p. 214-223.

_____. **Descobrimos a notícia**: uma história dos jornais nos Estados Unidos. Petrópolis: Vozes, 2010.

_____. **The power of news**. Cambridge: Harvard University Press, 1995.

SELL, Carlos Eduardo Sell. **Max Weber e a racionalização da vida**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.

_____. Racionalidade e racionalização em Max Weber. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 27, n. 79, p. 153-233, jun. 2012. Disponível em: <goo.gl/PHZ95T>. Acesso em: 10 mar. 2014.

SHAPIRO, Ivor. Why democracies need a functional definition of journalism now more than ever. **Journalism Studies**, v. 15, n. 5, p. 555-565, 13 fev. 2014. Disponível em: <goo.gl/PhVEz6>. Acesso em: 2 jun. 2016.

SILVA, Rubens E. Max Weber e a mídia: influência do pensamento weberiano nos estudos dos fenômenos midiáticos no século XX (apontamentos introdutórios). **Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação**, 2009. Disponível em: <goo.gl/aE7d3s>. Acesso em: 17 out. 2014.

SINGER, André. **O lulismo em crise**: um quebra-cabeça do período Dilma (2011-2016). São Paulo: Companhia das Letras, 2018.

SJØVAAG, Helle. Journalistic autonomy: between structure, agency and institution. **Nordicom Review**, n. 34, p. 155-166, dec. 2013. Disponível em: <goo.gl/WbN3rr>. Acesso: 10 jan. 2017.

SKOVGAARD, Morten. Watchdogs on a leash? The impact of organizational constraints on journalists' perceived professional autonomy and their relationship with superiors. **Journalism**, v. 15, n. 3, 2014. Disponível em: <goo.gl/SEOjRk>. Acesso em: 10 jun. 2015.

SPEED, Gilmer. Do newspapers now give the news? **The Forum**, ago. 1893, p. 705-711. Disponível em: <goo.gl/LQqQK1>. Acesso em: 20 ago. 2015.

SPONHOLZ, Liriam. **Jornalismo, conhecimento e objetividade**: além do espelho e das construções. Florianópolis: Insular, 2009.

TAMBOSI, Orlando. Informação e conhecimento no jornalismo. **Estudos em jornalismo e mídia**, v. 2, n. 2, p. 31-38, 2005. Disponível em: <goo.gl/CLb00Y>. Acesso em: 10 out. 2014.

TANDOC, Edson; CABAÑES, Jason Vincent; CAYABYAB, Ysa. Bridging the gap: journalists' role orientation and role performance on Twitter. **Journalism Studies**, apr. 2018. Disponível em: <goo.gl/3TrVRC>. Acesso em: 20 jul. 2018.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo: a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional**. v. 2. 3. ed. Florianópolis: Insular, 2013.

_____. **Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são**. v. 1. 2. ed. Florianópolis: Insular, 2005.

VOS, Tim P. Historical perspectives on journalistic roles. In: MELLADO, Claudia; HELLMUELLER, Lea; DONSBACH, Wolfgang (Orgs.). **Journalistic role performance: concepts, contexts, and methods**. New York: Routledge, 2017. p. 63-85.

WACQUANT, Loïc. Esclarecer o *habitus*. **Educação & Linguagem**, v. 10, n. 16, p. 63-71, jul-dez 2007. Disponível em: <goo.gl/Z3ijnv>. Acesso em: 11 ago 2015.

_____. Hacia una praxeología social: la estructura y la lógica de la sociología de Bourdieu. In: BOURDIEU, Pierre; WACQUANT, Loïc. **Una invitación a la sociología reflexiva**. Buenos Aires: Siglo Veintiuno, 2012. p. 21-90.

WAISBORD, Silvio. Latin America. In: NORRIS, Pippa (Org.) **Public sentinel: news media & governance reform**. New York: The World Bank, 2010. p. 305-328.

_____. **Watchdog journalism in South America: news, accountability, and democracy**. Nova York: Columbia University Press, 2000.

WEAVER, David H. Methods of journalism research: survey. In: LÖFFELHOLZ, Martin; WEAVER, David. **Global journalism research: theories, methods, findings, future**. Oxford: Blackwell, 2008. p. 106-116.

WEAVER, David H. (Ed.). **The global journalist: news people around the world**. Cresskill, NJ: Hampton Press, 1998.

WEAVER, David H.; WILLNAT, Lars. **The american journalist: a portrait of U.S. news people and their work.** Bloomington: Indiana University Press, 1986.

WEAVER, David H.; WILLNAT, Lars (Eds.). **The global journalist in the 21st century: news people around the world.** New York: Routledge, 2012.

WEBER, Marianne. **Max Weber: uma biografia.** Niterói: Casa Jorge, 2005.

WEBER, Max. **A ética protestante e o “espírito” do capitalismo.** São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

_____. **Ciência e política: duas vocações.** 18. ed. São Paulo: Cultrix, 2011.

_____. **Economia e sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva,** v. 1. 4. ed. Brasília: Editora UnB, 2014.

_____. **Escritos políticos.** São Paulo: WMF Martins Fontes, 2013.

_____. **Metodologia das ciências sociais.** 4. ed. Campinas; São Paulo: Unicamp; Cortez, 2001.

_____. Os fundamentos da organização burocrática: uma construção de tipo. In: CAMPOS, Edmundo (Org.). **Sociologia da burocracia.** 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1971. p. 15-27.

_____. Preliminary report on a proposed survey for a sociology of the press. **History of the Human Sciences,** v. 11, n. 2, p. 111-120, maio 1998. Disponível em: <goo.gl/Pbmf8K>. Acesso em: 19 out. 2015.

_____. Sociologia da imprensa: um programa de pesquisa. **Estudos em Jornalismo e Mídia,** v. 2, n. 1, p. 13-21, 2005. Disponível em: <goo.gl/ySCFCe>. Acesso em: 10 mar. 2009.

WEISCHENBERG, Siegfried. The disenchantment and measurement of the media world: Weber's universal press project, its fate and its legacy. **Max Weber Studies,** v. 13, n. 2, p.237-253, jul. 2013. Disponível em: <goo.gl/1Xcxod>. Acesso em: 10 out. 2014.

WARD, Lester. **Pure sociology: a treatise on the origin and spontaneous development of society.** Washington: edição do autor, 1903.

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa.** 2. ed. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2008.

ZH. **Zero Hora**. Disponível em: <gauchazh.clicrbs.com.br>. Acesso em: 2 jun. 2018.

ZELIZER, Barbie. O que fazer com o jornalismo? **Brazilian Journalism Research**, v. 10, n. 2, p. 12-27, 2014. Disponível em: <goo.gl/6lYaBy>. Acesso em: 9 mar. 2015.

ANEXO A – Livro de códigos

JOURNALISTIC ROLE PERFORMANCE AROUND THE GLOBE

Livro de códigos para a análise das notícias

INTRODUÇÃO

Este livro de códigos foi elaborado para auxiliar você no processo de codificar o conteúdo de itens noticiosos (ou seja, a unidade das análises é o item noticioso). Especificamente, este livro de códigos será utilizado para a análise quantitativa da diversidade dos modelos de desempenho do papel do jornalismo adotados pela mídia impressa, para torná-los comparáveis a modelos adotados pela mídia impressa nacional em outros países ao redor do mundo.

O item noticioso será entendido como um grupo de elementos verbais e visuais contínuos que se referem a um mesmo tópico. A codificação dos itens noticiosos selecionados para este projeto é dividida em quatro seções:

1. Informação geral sobre o item noticioso

Na primeira seção, informações básicas de cada item noticioso devem ser identificadas. As instruções de codificação da primeira seção de variáveis são encontradas logo abaixo do título “Informações gerais sobre o item noticioso”.

2. Características da história

A segunda seção deste livro de códigos analisa as características da história que o item noticioso cobre. As instruções de codificação para essa seção estão mapeadas logo abaixo de “Características da história”

3. Fontes e métodos de apuração

A terceira seção do livro de códigos analisa as fontes e atores presentes no item noticioso. As instruções de codificação para esta seção são encontradas sob o título “Fontes e métodos de apuração”.

4. Modelos de desempenho do papel profissional

A última seção analisa os modelos de desempenho do papel profissional e as estratégias de apuração adotadas pelo jornalismo brasileiro. As instruções de codificação para esta seção são encontradas sob o título “Modelos de desempenho do papel do jornalismo”.

Dentro de cada seção, cada variável é definida com base na estrutura conceitual usada por este projeto. Você deve se referenciar por essas definições e somente elas quando codificar cada notícia. Você deve ter conhecimento de outras definições de algumas das variáveis aqui mensuradas, mas elas não se aplicam a este estudo.

Cada item noticioso deve ser codificado com base nas instruções que se seguem. Talvez você tenha experiência anterior em pesquisa com notícias ou codificação, mas, como cada estudo é diferente, você deve codificar o item noticioso conforme estas instruções apenas. Se você tiver dúvidas, por favor, não hesite em nos contatar a qualquer momento durante a coleta dos dados. O coordenador do projeto no Brasil é o prof. Jacques Mick (jacques.mick@ufsc.br).

INSTRUÇÕES GERAIS

O seu trabalho aqui é ler cada item noticioso e codificar cada variável em ordem numérica de acordo com a série de códigos correspondente que será utilizada para cada unidade de amostra.

Em cada uma das seguintes seções você encontrará a lista de variáveis que serão mensuradas por este projeto, assim como suas definições.

Sua primeira tarefa é familiarizar-se com cada variável e sua definição. Faça isso através de uma rápida e repetida leitura da lista de variáveis e peça ao coordenador da pesquisa no seu país para ajudá-lo(a) se não entender algo. Lembre-se que pode haver definições com as quais você pode não estar muito familiarizado, então é importante que você preste muita atenção.

Junto com as definições, você encontrará instruções específicas sobre como codificar cada variável e alguns exemplos. Se nenhuma instrução específica for mencionada com a variável a ser medida, siga essas instruções básicas:

1. *Leia todo o item noticioso.*
2. *Leia o item noticioso mais uma vez.* Dessa vez, preste atenção à ausência, presença ou intensidade dos atributos, características mensuradas pelo estudo. Seja cuidadoso(a), estas características podem ser encontradas em palavras, frases ou parágrafos inteiros. Lembre-se que codificamos conteúdo significativo manifesto, não latente. Portanto, você terá que compreender completamente e internalizar o significado de

cada variável a fim de codificar corretamente a ausência, presença ou intensidade dos atributos e características que estão sendo medidos.

3. *Quando você encontrar a ausência*, presença ou intensidade das variáveis medidas, marque a opção correta na linha de código atribuída ao item noticioso que está sendo analisado (item noticioso 1, linha de código 1). Use uma nova linha de código para cada item noticioso.

4. *Em cada uma das variáveis* mensuradas pelo código, você deverá sempre marcar com um “x” a opção selecionada.

PARTE I. INFORMAÇÕES GERAIS SOBRE O ITEM NOTICIOSO

V001 PESQUISADORES

Corresponde ao número atribuído ao pesquisador que codificará o conteúdo do item noticioso. No Brasil, os pesquisadores são:

1 = Aldo Schmitz

2 = Samuel Lima

3 = Vaniucha de Moraes

4 = Jean Frainer

5 = Jacques Mick

6 = Ana Paula Bandeira

7 = Cristiano Anunciação

8 = Eugênio Cidade (desligou-se)

9 = Maria Luiza Gonçalves

10 = Mariana Rosa Silva

V002 IDENTIFICAÇÃO

O número de identificação do item noticioso. Itens serão numerados em série pelo pesquisador, na sequência das edições analisadas, antecedidos da sigla do veículo, do seguinte modo:

OE1, OE 2, OE3, OE4...

ZH1, ZH2, ZH3, ZH4...

E assim sucessivamente. As outras siglas são: OG e FSP.

V003 JORNAL

Nome do jornal em que cada item noticioso foi publicado.

1 = O Globo.

2 = O Estado de S. Paulo.

3 = Folha de S. Paulo.

4 = Zero Hora.

V004 DATA

Data de publicação do item noticioso.

V004a Ano

Ano em que o item noticioso foi publicado.

Escreva o ano de publicação no espaço YYYY.

V004b Mês

Mês de publicação da notícia.

1 = Janeiro

2 = Fevereiro

3 = Março

4 = Abril

5 = Maio

6 = Junho

7 = Julho

8 = Agosto

9 = Setembro

10 = Outubro

11 = Novembro

12 = Dezembro

V004c Dia

Dia da semana em que a notícia foi publicada.

1 = Segunda-feira

- 2 = Terça-feira
- 3 = Quarta-feira
- 4 = Quinta-feira
- 5 = Sexta-feira
- 6 = Sábado
- 7 = Domingo

V005 PRODUÇÃO

V005a Autor

Corresponde a quem assina a informação produzida. A identificação de quem produz o conteúdo está normalmente localizada no início ou no final do item noticioso.

- 1 = Repórter, pessoal interno (Designa uma história que foi apurada por um ou mais jornalistas do veículo, com ou sem assinatura, se forem individualizadas)
- 2 = Combinação agência de notícia, pessoal interno
- 3 = Correspondente (o jornalista que contribui para a mídia noticiosa de um local distante – tanto nacional quanto estrangeiro –, e o item noticioso explicitamente nomeia o jornalista como tal)
- 4 = Agência de notícia
- 5 = Outra mídia
- 6 = Anônimo: nenhum jornalista, agência de notícias etc. assina o artigo.

V005b Nome do jornalista

Nome do primeiro autor que assinou o item noticioso (apenas se o autor é codificado como repórter, pessoal interno ou correspondente na questão anterior).

Escreva o nome no espaço atribuído.

Se o item foi escrito por um combinado agência de notícias, pessoal interno, por agência de notícias ou se foi assinado com iniciais, ou por um conselho editorial, ou se nenhum nome foi fornecido, escreva 9. Se o item noticioso foi escrito por mais de um jornalista, pessoal, escreva o nome do primeiro autor.

V005c Gênero

Gênero do autor.

0 = Feminino

1 = Masculino

0 = Indeterminado (quando o nome do jornalista não é fornecido ou é agência de notícias)

V006 Tipo de matéria

Tipo de item noticioso codificado.

0 = Nota

Um item noticioso curto que reporta informações de eventos contingentes. Tem até três parágrafos e geralmente não contém subdivisões.

1 = Notícia

É o mais frequente tipo de história: reporta informações de eventos contingentes. Esse é o clássico item noticioso: o que aconteceu, quem, como, quando e onde.

2 = Característica, crônica

Este tipo de item noticioso tende a ser similar, em extensão, a uma reportagem. Para ser codificado nessa categoria, o item noticioso deve descrever experiências individuais e testemunhais pelo autor como testemunha de um ou mais eventos, ou usar linguagem literária que corresponde a ficção (diálogos, hipérboles, descrições de cena, caracterização de personagens, entre outros).

3 = Reportagem

Um item noticioso que é maior em extensão que uma notícia. Este tipo de item noticioso inclui reportagem de fatos, mas pode também incluir análises aprofundadas. Ocasionalmente inclui informações de contexto em caixas de texto ou infográficos, os quais são considerados partes da reportagem.

V007 LOCAL

Localização do item noticioso no jornal.

0 = Primeira página

- 1 = Capa de seção
- 2 = Páginas internas

V008 FOTOGRAFIA

Presença, ausência de fotografias no item noticioso.

- 0 = Não
- 1 = Sim

V009 IMAGEM, TEXTO

Predominância de imagens (fotografias, gráficos, infográficos, mapas, etc.) versus texto ou vice-versa no item noticioso (mensurado pelo espaço utilizado). O codificador deve avaliar a relação quantitativa. Quando em dúvida, a relação deve ser codificada como balanceada.

- 1 = Predominância de imagens
- 2 = Relação balanceada entre imagens e textos
- 3 = Predominância de textos
- 4 = Somente texto

PARTE II. CARACTERÍSTICAS DA HISTÓRIA

V010 TÓPICO

Tema principal da história.

Você deve ler todo o item noticioso prestando atenção especial ao tema central da história. O principal tema tende a ocupar o espaço maior, é frequentemente mencionado no título e ou no primeiro parágrafo, embora este não seja sempre o caso. Você deve indicar o tema principal da história de acordo com a lista de categorias que se segue.

1 = Executivo, Legislativo, Judiciário. Corresponde a informação relacionada a poder formal e institucionalizado, incluindo as atividades de Estado: governos e seus serviços (atividades e ou declarações da Presidenta, de ministros, subsecretários, organismos dependentes e servidores públicos, entre outros). Inclui relações internacionais, visitas de Estado, diplomacia e relações internacionais, Parlamento (atividades e reformas no Congresso, tanto no Senado quanto na Câmara dos Deputados, atividades e ou declarações de membros do parlamento,

tramitação de leis, entre outros), e Poder Judiciário (atividades e ou declarações institucionais ou de funcionários). Inclui também aspectos relacionados às relações exteriores, diplomacia.

É importante lembrar que todos os itens noticiosos que se referem a tópicos específicos e setoriais tais como saúde, habitação, educação, etc., devem ser considerados dentro dessa categoria quando são associados a políticas públicas promovidas pelo governo, Estado.

Exemplos: “Câmara discute veto presidencial à Reforma da Previdência.” “Dilma embarca para velório de Nelson Mandela acompanhada de ex-presidentes.”

2 = Campanhas, Eleições, Política. Todas as histórias principalmente sobre eleições para governantes em cargos de nível local, estadual e nacional, ou histórias focada principalmente nas ações de partidos políticos. Histórias sobre eleições, campanhas, políticos, fraude eleitoral ou abuso durante campanha e escândalos, política e religião devem ser codificados aqui.

Exemplos: “Dilma seria reeleita no primeiro turno, diz Datafolha.” “Em tom de campanha no interior de SP, Aécio diz que visitará oito Estados até o fim do ano.”

3 = Polícia e crime: Envolve incidentes criminais, crime de colarinho branco, corrupção, tendências de criminalidade (como dados estatísticos sobre crimes ou pesquisas nacionais sobre o crime), combate à criminalidade e julgamentos a respeito de crimes específicos. Aspectos associados com a ordem e segurança pública, prisões e delinquência em geral são consideradas parte deste tópico. Pode também se referir a histórias de eventos terroristas, as causas e impactos ou aos esforços pela polícia e ou outros agentes para prevenir ataques terroristas dentro do país.

Exemplos: “Polícia prende cinco suspeitos em Roma.” “Procurador avaliará condição de prisão para definir caso Jefferson.”

4 = Tribunal. Refere-se ao funcionamento interno do sistema de justiça assim como a nomeação de juízes, moções que não são apenas sobre crimes específicos, e outros temas internos. Este código inclui histórias sobre o sistema legal e a justiça, tanto em nível federal quanto nos sistemas judiciários estaduais (qualquer tribunal inferior à suprema corte).

Exemplos: “STF desafia casamento gay no Brasil.” “Barbosa visita TJ-SP cinco dias após corte e eleger novo presidente”

5 = Defesa, Forças Armadas, Segurança Nacional. Refere-se a informação relacionada às polícias militares ou ao exército do país (forças armadas) e à defesa nacional, considerando ações de proteção contra ameaças exteriores. Especificamente, refere-se a operações militares ou de defesa dentro das fronteiras do país, tais como defesa doméstica general militar, multiproblemas, outros, operações ou atividades militares de campo no país.

Exemplo: “Exército realiza em Natal treinamento para missão de paz no Haiti.”

6 = Economia e negócios. Todas as atividades que não são legislativas relacionadas a negócios, tais como negócios e finanças pessoais. Microeconomia (preços de bens e serviços, salários, benefícios e rendimentos, entre outros) e macroeconomia (produção total nacional – PIB, produção setorial, emprego e desemprego, balança de pagamentos, inflação, etc.) estão incluídas nesse tópico.

Exemplo: “Após retração no 3º tri, mercado prevê crescimento menor em 2013”

7 = Educação. Refere-se a Ensino Básico, Ensino Superior e Pós-graduação, tanto público quanto privado. Inclui atividades extracurriculares (debates, teatro, clubes, etc.) que são explicitamente ligadas a escolas. Também se refere a informações sobre processos e instrumentos de mensuração, resultados, currículos, bem como a gestão e práticas educativas.

Exemplo: “Na educação, Brasil tem motivos para celebrar e para se preocupar, diz jornalista.”

8 = Energia, ambiente e alterações climáticas. Refere-se a todos os temas sobre ecologia e a relação entre o homem e o meio ambiente. Aspectos relacionados a cuidado e conservação do meio ambiente e seus agentes (ex.: reino animal, vegetal e mineral), os riscos e problemas que enfrentam (aquecimento global, poluição de todos os tipos, etc.) são considerados nesse tópico. Também abrange problemas relacionados ao impacto das fontes de energia e seus mecanismos de exploração e distribuição (energia renovável ou não renovável, energia limpa ou poluente), assim como projetos de impacto ambiental e seus mecanismos de avaliação e abrandamento (desde grandes empreendimentos até projetos de produção de energia)

Exemplo: “Mesmo sem cães, Instituto Royal de São Roque (SP) é invadido pela segunda vez.”

9 = Transporte. Considera informações relacionadas a mecanismos, dispositivos, gestão, operacionalização e impacto de todos os meios de transporte (pelo ar, mar, terra; públicos e privados).

Exemplo: “Aeroportos da região de Ribeirão Preto (SP) têm problemas para expansão.”

10 = Habitação, infraestrutura e obras públicas. Refere-se a informações sobre o estado atual e futuro do desenvolvimento material da sociedade em termos concretos (como e onde vivem; quando e como se deslocam, quais estratégias e mecanismos de deslocamento, transporte existem). Por exemplo, informações sobre estradas, rodovias, pontes, túneis, aeroportos, campos de pouso, rampas, reservatórios de irrigação, defesas do rio, coletores de água da chuva, água potável rural, novos prédios públicos, prédios patrimoniais existentes, orla ou costa marítima, entre outros, são inclusos; sua concepção, construção, operação e problemas. Notícias referentes a telecomunicações, assim como moradia, integração de posse, etc. são também considerados nesse item.

Exemplo: “Novos pedágios e reajuste de tarifas aumentam lucro da OHL Brasil.”

11 = Acidentes e desastres naturais. Refere-se a informações sobre acidentes provocados pelo ser humano (acidentes no ar, no mar, na terra ou ferroviários, explosões, incêndios, etc.) assim como desastres naturais como terremotos, tsunamis, deslizamento de terra, inundações e tempestades, entre outros.

Exemplo: “Chuva provoca enchentes em Pernambuco e na Bahia”

12 = Saúde. Refere-se a histórias sobre o sistema de saúde, saúde pública, doenças, prevenções. Estão focadas na integridade do sistema de saúde de maneira geral, assim como seguros-saúde, formação ou treinamento médico, cuidados médicos em geral, etc. Também lida com histórias de pandemias, epidemias, etc. que focam no impacto das condições de saúde sobre grupos de pessoas.

Exemplo: “Estudo indica que deficit na atenção básica do SUS pode ser pequeno.”

13 = Religião e igrejas. Refere-se a informações relacionadas ao desenvolvimento espiritual de indivíduos e população em geral, considerando as atividades das instituições que administram a fé (igrejas,

por exemplo), bem como debates sobre crenças da sociedade, valores e moralidade.

Exemplo: “Cardeais escolhem Bergoglio, que será papa Francisco.”

14 = Direitos Humanos. Refere-se a informações sobre as liberdades e reivindicações a respeito dos bens básicos que incluem a todos, simplesmente porque são seres humanos, garantindo uma vida decente. Trata-se dos direitos civis (por exemplo, à vida, segurança e liberdade de expressão), políticos (a votar e ser eleito) e sociais e culturais (a habitação e saúde).

Exemplo: “Vida nos Emirados Árabes Unidos: ‘nós não esperamos nada das autoridades – nós temos medo de tudo’. Duas de 94 pessoas em julgamento nos Emirados Árabes Unidos falam com a Anistia Internacional sobre a situação de liberdade de expressão no país.”

15 = Manifestações e protestos. Refere-se a situações, fatos e ações de conflito entre dois ou mais atores sociais, por diferentes razões. Considera as questões associadas às manifestações, marchas, revoltas, protestos, greves, ocupações e outras formas de demonstração de disputas sociais, independente do assunto em pauta.

Exemplo: “Estudantes no Chile retomam protestos com marcha de 100 mil pessoas.”

16 = Problemas sociais. Refere-se a assuntos como a desigualdade, a pobreza, a pobreza extrema, o desenvolvimento (ou falta de), entre outros.

Exemplo: “Pobreza cresce duas vezes mais rápido nos subúrbios do que nas cidades.”

17 = Outros. Histórias que não se encaixam claramente em nenhuma das categorias anteriores.

V011 FOCO GEOGRÁFICO

Esta variável comporta a área geográfica onde a notícia ocorre. Se há uma mistura de focos geográficos, codifique a área geográfica que é enfatizada majoritariamente em tempo ou espaço (principalmente no lide, título, ou primeiro terço da história).

0 = Local: história se foca na área metropolitana em que o meio de comunicação é posto em circulação.

1 = Não-local, Nacional: o foco da história se dá em qualquer região fora da área metropolitana de origem da mídia, ou na nação como um todo.

2 = País, internacional: história ocorre em um país diferente do de origem, e refere-se ao país em relação a alguma outra entidade nacional, tal como uma história sobre as relações comerciais entre EUA e México ou a visita diplomática de governantes de outro país, etc.

9 = Não sabe, não pode dizer

PARTE III. FONTES E MÉTODOS DE APURAÇÃO

FONTES

Para que alguém seja codificado como uma fonte, é necessário que as sentenças, frases, fatos ou citações sejam atribuídos a eles. Atores também podem ser fontes se eles forem direta ou indiretamente citados. O número de fontes presentes no item noticioso, a natureza e do tipo de fontes serão codificados.

V012 NÚMERO DE FONTES

Número total de fontes citadas na história. Inclui citações literais, diretas, bem como citações indiretas (paráfrases). Se uma organização é citada, conta-se como uma. Se a mesma fonte é citada duas vezes, é contabilizada como uma. Anote o número total de fontes no espaço atribuído.

V013 FONTES DOCUMENTAIS

Documentos foram incluídos como fontes no item noticioso? Uma fonte documental é uma publicação, ou outro registro ou documento que forneça informações, e que pode ser utilizado em outras publicações também. Exemplos de fontes documentais incluem registros oficiais, comunicados de imprensa, publicações ou quando o item noticioso cita um relato de outro meio de comunicação ou alguém que o jornal está interessado em cobrir, falando através de outro meio de comunicação.

0 = Não

1 = Sim

V014 FONTES HUMANAS

Fontes humanas estão incluídas na notícia?

0 = Não

1 = Sim

V015 TIPOS DE FONTES

Afiliação ou posição da fonte dentro do item noticioso (tanto fontes humanas quanto documentais devem ser consideradas). Em geral, os jornalistas são convidados a identificar quem eles citam em suas histórias, de acordo com a sua relevância e associação com o tema, item noticioso. Você deve codificar a ausência ou presença de cada tipo de fonte.

V015a Fonte do Estado ou partido político

Pessoal que trabalha na administração do governo federal, regional, estadual ou municipal. Esta categoria, portanto, contém uma grande variedade de funcionários do governo, incluindo os burocratas, administradores, representantes, executivos, etc, que participam de atividades governamentais. Refere-se também aos membros de um partido político, com ou sem representação parlamentar.

0 = Não

1 = Sim

V015b Fonte de empresas, negócios

Porta-vozes, representantes do setor comercial. Refere-se aos atores do setor comercial, bem como grupos de negócios. Inclui associações do setor corporativo, empresas (públicas ou privadas) e homens de negócios específicos, ou seus empregados, que são consultados individualmente como fontes de informação, quer devido à sua relevância e peso específico, ou como testemunhas.

0 = Não

1 = Sim

V015c Fontes da Sociedade Civil

Membros de uma sociedade civil organizada, como uma ONG, sindicato, igreja ou organização social semelhante, diferente do Estado e do mundo empresarial.

0 = Não

1 = Sim

V015d Pessoas comuns como fonte

Cidadão, voz do povo. Inclui as pessoas como fontes individuais de informação, e não em representação de alguém, como nas categorias anteriores. Esta categoria contém os cidadãos normais. Essas fontes são definidas como aquelas que estão falando em interesse próprio.

0 = Não

1 = Sim

V015e Fonte de mídia

Significa fontes que falam em nome de um meio de comunicação, ou a citação de informações publicadas em um meio de comunicação, ou jornalistas como indivíduos, que não sejam autores do item noticioso.

0 = Não

1 = Sim

V015f Fonte especialista

Fontes informativas que são consultadas como especialistas em uma área específica, como profissionais ou pesquisadores. Inclui pesquisadores de universidades, institutos de investigação aplicada, hospitais ou qualquer outra instituição reconhecida por sua produção de conhecimento. Também inclui centros de pesquisa privados. Não inclui investigadores ou especialistas de serviços públicos ou outros organismos técnicos que geralmente fornecem especialistas, e que devem ser categorizados no Poder Executivo.

0 = Não

1 = Sim

V015g Fonte anônima

Fontes não identificadas, fontes cuja identidade não é mencionada e fontes que são explicitamente classificadas como anônimas.

0 = Não

1 = Sim

V015h Outras fontes

0 = Não

1 = Sim

V016 FONTE PRINCIPAL

Filiação institucional ou ao tipo de fonte da fonte principal. Determinar quem é a fonte principal da história depende dos seguintes critérios: espaço dado a informações sobre a fonte, a frequência com que é citada a fonte, etc. A fonte que recebe o maior espaço com informações ou número de referências é a principal.

0 = Não há fontes

1 = Fonte do Estado ou partido político

2 = Fonte de empresas, negócios

3 = Fonte da sociedade civil

4 = Pessoas comuns como fonte

5 = Fonte de mídia

6 = Fonte especialista

7 = Fonte anônima

8 = Outros

MÉTODOS DE APURAÇÃO

A fim de identificar quais os métodos de apuração que têm mais presença no item noticioso, o codificador deve prestar atenção e dar importância à forma como os fatos são apurados, e quais estratégias e regras profissionais são usadas para justificar a verdade das afirmações sobre a realidade. Em outras palavras, temos de nos concentrar no uso que o jornalista faz de determinados procedimentos e convenções para encarar a realidade.

V017 BALANÇO

Até que ponto a notícia apresenta uma perspectiva equilibrada, com diversas fontes e pontos de vista?

1 = Ausência de fontes e ou pontos de vista

O assunto do artigo não inclui fontes

2 = Cobertura unilateral

O artigo inclui uma única fonte, ou apenas fontes e perspectivas de um lado.

3 = Presença de diferentes fontes e de pontos de vista

O artigo inclui diferentes fontes e pontos de vista. O que queremos dizer é que as fontes precisam representar posições diferentes dentro da história. É claro que essas posições podem se sobrepôr em algumas partes, mas têm que apresentar diferentes angulações da questão principal.

V018 EVIDÊNCIAS VERIFICÁVEIS

O artigo inclui informação factual e ou dados verificáveis? Dados verificáveis correspondem a valores, mas também se referem a fatos; em outras palavras, a informação que pode ser verificada por meio de um terceiro, que não corresponde aos pensamentos subjetivos, sentimentos ou opiniões nem do autor, nem das fontes.

0 = Menos informação factual e verificável do que informação não verificável

1 = Mais informação factual e verificável do que informações não verificáveis

V019 USO CONDICIONAL

Dentro do item noticioso, o jornalista utiliza verbos na forma condicional (fontes não são consideradas para essa variável)? (Isso é: seria, poderia ser possível...)

0 = Não

1 = Sim

V020 ARGUMENTAÇÃO

O jornalista usa raciocínio ou lógica para provar ou mostrar uma proposta, ou para convencer o que ele(a) afirma ou nega (“desde que”, “devido a” etc., tendem a ser usados). Argumentação desafia, refuta ou reafirma fatos ou eventos por meio de raciocínio discursivo.

0 = Argumentos não são usados

1 = Argumentos são usados

Exemplo: “Tem sido dito com frequência que, se o papel utilizado por todos os alunos fosse recolhido e transformados em pasta de papel que a sociedade poderia reutilizar, cerca de 5 milhões de árvores seriam salvas a cada ano. No entanto, este tipo de reciclagem pode ser desnecessário, uma vez que o país mantém florestas suficientes para garantir um ininterrupto fornecimento de papel.”

PARTE IV. MODELOS DE DESEMPENHO

Esta seção fornece instruções para a codificação de indicadores associados a diferentes modelos de desempenho do papel jornalístico. Seis modelos de desempenho de papel foram mensurados por este estudo: cão de guarda, leal, de serviço, cidadão, de infotainment e intervencionista disseminador (correspondentes respectivamente às expressões em inglês *watchdog*, *loyal*, *service*, *civic*, *infotainment and disseminator* – *interventionism*).

Em seguida, cada um destes modelos será descrito em detalhes para que o codificador seja capaz de entender o conteúdo que estamos procurando. Em cada caso, a presença ou ausência de diferentes estilos de apuração e esquemas narrativos na notícia serão medidos. Quando o codificador preencher a folha de código, ele(a) deve determinar se atributos específicos que caracterizam esses modelos estão presentes no item noticioso.

O codificador deve reconhecer que os diferentes modelos de desempenho de papel não são reciprocamente exclusivos, e que um item noticioso pode apresentar atributos, características de diferentes modelos ao mesmo tempo, ou seja, diferentes modelos de jornalismo podem se sobrepor na prática.

V021 MODELO DISSEMINADOR-INTERVENCIONISTA

O alcance disseminador deste modelo se refere a um tipo de jornalismo que dá importância à distância entre o jornalista e os fatos. Sua

contraparte intervencionista é mais centrada no jornalista, onde os profissionais de notícias têm uma voz na história, e às vezes agem como defensores de diferentes grupos da sociedade. Estas duas formas de relatar conformam uma estrutura unidimensional, em que um maior nível de participação do jornalista implica níveis mais elevados de intervencionismo, e vice-versa.

V021a Opinião do jornalista

Dentro do item noticioso, o jornalista, autor dá o a sua opinião ou o seu julgamento, afirmando de que lado ele ou ela está ou qual é a sua posição? A opinião do jornalista não se limita a conflitos políticos; pode inclusive tomar um lado, em outro tipo de disputa, ou tomar um lado específico relacionado a qualquer caso. Entre os indicadores típicos desta posição estão avisos e visões negativas, positivas de qualquer evento, ou quais são as consequências atribuídas para indivíduos, organizações e ou sociedade. Eles também podem posicionar-se como advogados dos defensores de um grupo com interesses definidos.

Exemplo: “A prisão de Guantánamo é uma desgraça profundamente antiamericana. Ela precisa ser fechada rapidamente.”

0 = Não

1 = Sim

V021b Interpretação

No interior do item noticioso, o jornalista, autor explica as causas, significados e ou sugere possíveis consequências de determinados fatos, atos? Realizar um estilo de reportagem interpretativa pode ser entendido como algo que se opõe a um jornalismo descritivo, baseado em fatos. De acordo com isso, o jornalista pode explicar, avaliar e ou dar ao público uma compreensão das causas, significados ou possíveis consequências de determinados fatos. Não obstante, a interpretação não é o mesmo que opinião. Enquanto esta última faz uma referência ao autor ou à perspectiva pessoal explícita dos autores, a interpretação lida com a explicação de um fato, sem necessariamente dar um juízo de valor.

0 = Não

1 = Sim

Exemplos: “O anúncio pode ter dois efeitos: primeiro, o governo poderia livrar-se de uma negociação complexa, historicamente, focando-a no parlamento. No entanto, ele também pode romper a estratégia do partido para fechar a transição, que pretendia negociar um pacote completo diretamente com a Presidência, incluindo as reformas e os temas de direitos humanos.”

V021c Proposta e demanda

O jornalista, autor da notícia propõe ou exige mudanças sobre a forma de como uma determinada ação – em qualquer situação e nível de vida – está sendo realizada por um grupo ou indivíduo? Basicamente, o jornalista, autor propõe uma maneira de reagir a uma situação? Ele(a) está propondo um certo modo de se comportar?

0 = Não

1 = Sim

Exemplo: “Os habitantes da cidade esperam por alguém que assuma a responsabilidade por terem construído suas casas em um aterro sanitário. É hora de alguém responder.”

V021d Utilização de adjetivos

O jornalista, autor usa adjetivos qualificativos dentro do texto? (Adjetivos das fontes não são considerados.) Um adjetivo qualificativo é uma palavra que imputa ao substantivo a que se refere o valor de um atributo desse substantivo (por exemplo, uma mulher inteligente).

0 = Não

1 = Sim

Exemplos: “Uma discussão acalorada ocorreu ontem na reunião dos representantes cristãos democratas.” “... dezenas de pessoas, na sua maior parte mulheres de aspecto humilde...”

V021e Primeira Pessoa

O jornalista usa primeira pessoa no item noticioso (eu, nós, eu, a minha, a nossa)? A utilização da primeira pessoa pode incluir ser testemunha de uma história, apropriar-se de uma ação, ou dar uma opinião.

0 = Não

1 = Sim

Exemplo: “Muitos de nós estão compreensivelmente com medo da forma como a nossa comida é produzida, mas o exagero não faz o nosso caso mais forte.”

V022 MODELO CÃO DE GUARDA

O jornalismo cão de guarda procura responsabilizar o governo, as empresas e outras instituições públicas fiscalizáveis, servindo como um “quarto poder”. O desempenho mais próximo do modelo de jornalismo cão de guarda implica em ser um guardião da consciência, tornando visíveis fatos escondidos por aqueles no poder.

Os modelos que priorizam a função de cão de guarda sugerem que o jornalismo tem a responsabilidade de proteger o interesse público, exigindo e garantindo a prestação de contas dos detentores do poder (por exemplo, casos de ineficiência, má administração, corrupção, fraude, bloqueio de projetos de lei, assédio e ou desinformação, entre outros).

A característica que define o modelo de cão de guarda não é a posição política do jornalista ou do meio de comunicação, mas a função de questionar, criticar e até mesmo denunciar instituições e indivíduos que fazem parte da elite política ou econômica, ou da sociedade civil organizada (por exemplo, a igreja), com o objetivo de maximizar a transparência e eficiência do governo.

A elite política inclui a minoria que controla a vida política do país, todos aqueles que têm poder formal e institucional através dos diferentes poderes do Estado, os governantes e aqueles que controlam as coalizões políticas, alianças e partidos, principalmente por terem representação parlamentar.

A elite econômica refere-se à minoria que controla o destino do país a partir do poder que têm por participarem das principais atividades econômicas e sindicatos. Representantes de alianças de negócios, bem como os de grandes empresas, especialmente as principais áreas produtivas e de serviços do país (varejo, recursos naturais, mineração, agronegócio e indústria, comunicação, entre outros).

A sociedade civil organizada inclui ONGs, associações de trabalhadores, sindicatos, igrejas e outras organizações diferentes do Estado e do mundo dos negócios.

Organizações transnacionais se referem a organizações políticas ou econômicas, cujas decisões e ações influenciam ou afetam simultaneamente vários países.

V022a Informação de processos judiciais ou administrativos

A notícia inclui informações sobre processos judiciais ou administrativos contra indivíduos ou grupos de poder?

0 = Não

1 = Sim

Exemplo: “O juiz da Vepema (Vara de Execuções Penais e Medidas Alternativas) do Distrito Federal, Nelson Ferreira Júnior, determinou que os três condenados a penas alternativas no esquema do mensalão devem se apresentar à Vara no dia 13 de dezembro para começar a cumprir as penas.”

V022b Questionamentos: a avaliação do jornalista

Através de declarações e ou opiniões, o jornalista questiona a validade ou veracidade daquilo que os indivíduos ou grupos de poder dizem ou fazem?

0 = Não

1 = Sim, governo, Estado, partidos políticos.

2 = Sim, elite econômica e empresarial.

3 = Sim, sociedade civil (igrejas, sindicatos, etc.).

4 = Sim, organismos multilaterais (OEA, Nações Unidas, OTAN, Banco Mundial etc.).

5 = Sim, mais de um

Exemplos: “O ministro da Educação tem repetido que não lucrou com o seu envolvimento na Universidade de Phoenix. De acordo com suas declarações, antes de assumir o cargo no dia 11 de março de 2010, ele desfez suas participações nas três parcerias comerciais a ele ligadas na universidade privada. No entanto, ele é suspeito, para dizer o mínimo, de até hoje não ter prestado contas de seu envolvimento nas sociedades acima mencionadas.” “Berlusconi afirma que é inocente. No entanto, desde o início do julgamento, testemunhos contra ele não tem param de surgir.”

V022c Questionamentos: outros.

O item noticioso inclui questionamento a indivíduos ou grupos de poder através de citações, declarações e ou opiniões fornecidas por outras pessoas que não o jornalista?

0 = Não

1 = Sim, governo, Estado, partidos políticos.

2 = Sim, elite econômica e empresarial.

3 = Sim, sociedade civil (igrejas, sindicatos, etc.).

4 = Sim, organismos multilaterais (OEA, Nações Unidas, OTAN, Banco Mundial etc.).

5 = Sim, mais de um.

Exemplo: “Após o mal-estar causado pela renúncia de José Genoïno, o líder do PMDB na Câmara, Eduardo Cunha (RJ), saiu em defesa do presidente da Casa, Henrique Eduardo Alves (PMDB-RN), nesta terça-feira (3). Para ele, colocar a culpa no presidente é uma ‘injustiça’.”

V022d Crítica: avaliação do jornalista

O item noticioso inclui quaisquer depoimentos ou referências vindos do jornalista, nos quais ele(a) julga ou condena o que os indivíduos ou grupos de poder dizem ou fazem? Geralmente, a crítica contém um advérbio ou um adjetivo.

0 = Não

1 = Sim, governo, Estado, partidos políticos.

2 = Sim, elite econômica e empresarial.

3 = Sim, sociedade civil (igrejas, sindicatos, etc.).

4 = Sim, organismos multilaterais (OEA, Nações Unidas, OTAN, Banco Mundial etc.).

5 = Sim, mais de um.

Exemplo: “O comportamento vergonhoso da igreja diante dos casos de pedofilia afetou a credibilidade da fé cristã entre as pessoas”.

V022e Crítica: outros

O item noticioso incluir críticas a indivíduos ou grupos de poder na forma de citações, declarações e ou opiniões negativas fornecidas por outras pessoas que não o jornalista?

0 = Não

1 = Sim, governo, Estado, partidos políticos.

2 = Sim, elite econômica e empresarial.

3 = Sim, sociedade civil (igrejas, sindicatos, etc.).

4 = Sim, organismos multilaterais (OEA, Nações Unidas, OTAN, Banco Mundial etc.).

5 = Sim, mais de um.

Exemplos: “No requerimento, os deputados classificam o escândalo do mensalão como um ‘episódio relevante de corrupção política e econômica’ no Brasil e mencionam a carta em que Pizzolato, condenado a 12 anos e 7 meses de prisão, afirma que buscaria novo julgamento na Itália.” “Andrea Tantaros comentou: ‘é o jeito de Chicago’. [Obama] disse que ele mudaria a Capital e o modo como eles negociam. Ele não fez isso”.

V022f Denúncia: a avaliação do jornalista

O item noticioso inclui afirmações ou referências do jornalista, nas quais eles(as) acusam ou evidenciam algo encoberto, não apenas ilegal, mas também irregular ou inconveniente, que envolva indivíduos ou grupos de poder, como, por exemplo, casos de má administração, corrupção, fraude, perseguição, bloqueio político a iniciativas legais, informações falsas ou escândalos políticos, entre outros?

0 = Não

1 = Sim, governo, Estado, partidos políticos.

2 = Sim, elite econômica e empresarial.

3 = Sim, sociedade civil (igrejas, sindicatos, etc.).

4 = Sim, organismos multilaterais (OEA, Nações Unidas, OTAN, Banco Mundial etc.).

5 = Sim, mais de um.

Exemplos: “Investigação deste jornal revela o desperdício de dinheiro público por universidades federais.” “Alguns governos locais têm

dívidas superiores a 500 milhões de reais junto ao Ministério da Saúde por medicamentos e suprimentos médicos.”

V022g Denúncia: outros

O item noticioso inclui citações e ou testemunhos de outras pessoas que não o jornalista, que fazem menção, acusam ou tornam evidente algo encoberto, não apenas ilegal, mas também irregular ou inconveniente, referente a indivíduos ou grupos de poder, por exemplo, casos de má administração, corrupção, fraude, perseguição, bloqueio político a iniciativas legais, informações falsas ou escândalos políticos, entre outros?

0 = Não

1 = Sim, governo, Estado, partidos políticos.

2 = Sim, elite econômica e empresarial.

3 = Sim, sociedade civil (igrejas, sindicatos, etc.).

4 = Sim, organismos multilaterais (OEA, Nações Unidas, OTAN, Banco Mundial etc.).

5 = Sim, mais de um.

Exemplos: “O TRE (Tribunal Regional Eleitoral) do Rio Grande do Norte decidiu nesta terça-feira (10) afastar a governadora Rosalba Ciarlini (DEM-RN) do cargo por abuso de poder econômico e político nas eleições de 2012.” “A lista de condenações de Berlusconi é longa: pagar propina a autoridades, fraude fiscal, financiamento ilegal de partidos. Mas o líder italiano divorciado conseguiu reiteradas vezes se esquivar da espada da justiça.”

V022h Investigação externa

O item noticioso foca em investigações que não foram levadas a cabo pelo jornalista – judicial, administrativa, pesquisa especializada acadêmica, entre outras – mas que ele cobriu exaustivamente? O foco principal deve estar na investigação externa. Não se trata de citar uma pesquisa externa. É uma cobertura ampla de uma investigação externa.

0 = Não

1 = Sim

Exemplo: “Maioria das agressões contra imprensa partiu da polícia, diz associação”

V022i Conflito

O item noticioso mostra provas de conflitos ou confrontos entre o jornalista e um ou mais daqueles que estão no poder? O jornalista evoca diretamente a fonte, uma instituição ou um indivíduo de uma esfera de poder como um oponente? (Confronto físico, ameaças ou perseguições, vetos, etc.).

0 = Não

1 = Sim

Exemplo: “O secretário-geral da Presidência da República negou o acesso dessa organização de mídia à entrevista coletiva de ontem, alegando que o governo ficou descontente com a entrevista com o líder da oposição publicada na última sexta-feira.”

V022j Apuração investigativa

O jornalista informa sobre abuso de poder ou transgressão de direitos, etc., baseado em extensos inquéritos e pesquisas (isto é, revisão independente de documentos oficiais, registros públicos ou observação direta), além de confiar em *leaks* e fontes secundárias de informação?

0 = Não

1 = Sim

Exemplos: “Um mês depois de estourar um dos maiores escândalos financeiros do país, [o jornal] apresenta um mapa com a sequência de tempo detalhada e o fluxo sucessivo de nomes, parcerias, compra e venda de ações, relacionamentos e aparentes coincidências que dão forma a essa fraude gigantesca.” “[O jornal] descobriu uma rede de companhias com contas bancárias no Panamá, na Costa Rica, nos Estados Unidos e nas Bahamas com mais de 8,8 milhões de dólares em comissões provenientes da Finlândia, para favorecê-los no processo licitatório.”

V023 MODELO LEAL-FACILITADOR

Esse tipo de jornalismo pode se materializar em duas facetas. Na primeira variante, os jornalistas cooperam com aqueles no poder e aceitam as informações por eles fornecidas como críveis. Nessa linha, eles apoiam a agenda política ditada pelo governo, mostram lealdade ao

poder, apoiam e defendem as políticas governamentais, dão uma imagem positiva sobre a autoridade estabelecida e daqueles que estão no poder, e frequentemente eles se tornam canais de relações públicas para transmissão das mensagens governamentais para o público. Em sua segunda variação, esse tipo de jornalismo modifica o seu foco, saindo do poder de facto e indo para a unidade do estado-nação, mostrando uma imagem positiva do país, encorajando o senso de pertencimento, e reforçando o prestígio da nação.

V023a Apoio e defesa de ações (atividades)

O jornalista enaltece, promove ou defende atividades oficiais específicas ou medidas de melhorias realizadas pelo poder político ou econômico?

0 = Não

1 = Sim

Exemplos: “Em gesto histórico, Obama aperta mão de Raúl Castro no funeral de Mandela.” “Colombo afirma que participará do lançamento da pedra fundamental da BMW. A primeira fábrica da montadora alemã na América Latina gerará mais de 700 empregos só na sua construção.”

“Uma notável iniciativa, em que a prefeitura adotará uma linha telefônica gratuita para responder perguntas dos moradores.”

V023b Apoio e defesa a políticas

O jornalista enaltece, promove ou defende políticas nacionais ou regionais em geral, ou alguma em particular?

0 = Não

1 = Sim

Exemplo: “A administração de Michelle Bachelet será lembrada por ter levado adiante a mais importante reforma da previdência na história do sistema privado de fundos de pensão.”

V023c Imagem positiva da elite política

O jornalista apresenta uma imagem positiva da elite política? Por exemplo, o jornalista acentua favoravelmente habilidades de liderança e de gestão, assim como características pessoais dos líderes políticos? Esse tipo de apoio tende a utilizar adjetivos positivos se referindo a esses

atores. Se o jornalista não apresenta uma imagem positiva, não significa que ele está apresentando uma negativa. É apenas a ausência da variável.

0 = Não

1 = Sim

Exemplos:

“A presidente Dilma Rousseff garante apoio a SC: ‘podem contar comigo’.”

“Em visita oficial à Europa, a presidente enobreceu a política nacional.”

V023d Imagem positiva da elite econômica

O jornalista fornece uma imagem positiva dos líderes econômicos? Por exemplo, o jornalista acentua favoravelmente habilidades como de liderança e de gestão, como características pessoais dos líderes econômicos? Esse tipo de apoio tende a utilizar adjetivos positivos se referindo a esses atores. Se o jornalista não apresenta uma imagem positiva, não significa que ele está apresentando uma imagem negativa. É apenas a ausência da variável.

0 = Não

1 = Sim

Exemplos:

“A boa gestão e a capacidade de *lobby* do presidente da Fiesp ajudaram a diminuir o descontentamento do setor empresarial.”

V023e Progresso, sucesso

O jornalista enfatiza que o seu país está progredindo e melhorando em qualquer dimensão relevante? Para que essa característica se mostre presente, o item noticioso não deve estar baseado apenas em uma situação específica e isolada, mas deve considerar um período de tempo relativamente longo e ou enfatizar o tópico como um processo, em que as mudanças e o progresso são previstos.

0 = Não

1 = Sim

Exemplos: “A produção de grãos em Santa Catarina crescerá 4,8%.” “A pobreza caiu regularmente desde 1990 até hoje: há menos pobres do que nunca na história da Polônia”.

V023f Comparação com o resto do mundo

O jornalista enfatiza os avanços e triunfos do seu país em comparação com outros países?

0 = Não

1 = Sim

Exemplos: “A classe política nacional demonstrou sua capacidade de gestão em comparação com seus pares na região.” “A elite econômica deu prova de integridade em comparação com outros países europeus.”

V023g Triunfos nacionais

Os indivíduos ou os grupos que triunfaram no país ou no exterior são destacados explicitamente dentro do item noticioso?

Exemplo: “Brasil comemora a sua melhor temporada pós-olímpica. Mesmo sem muitas caras novas, COB comemora as 25 medalhas obtidas por atletas do País em Mundiais neste ano.”

V023h Promoção da imagem do país

O item noticioso se refere a atividades organizadas com o objetivo de promover a imagem do país?

0 = Não

1 = Sim

Exemplo: “Brasil é considerado o número 1 em atrativos naturais. Ranking que avalia 140 nações destaca Brasil como país mais atrativo quando o assunto é beleza natural.”

V023i Patriotismo

O item noticioso inclui declarações feitas pelo jornalista que valorizam positivamente o pertencimento a uma nação específica?

0 = Não

1 = Sim

Exemplo: “A hospitalidade com os imigrantes é uma característica bem conhecida dos australianos.”

V024 MODELO DE JORNALISMO DE SERVIÇO

Esse modelo combina os direitos e interesses próprios da audiência, criando uma relação cliente profissional entre o jornalista e o público. Como uma resposta para a crescente complexidade da modernidade, esse modelo de desempenho do papel do jornalismo oferece informação, conhecimento e conselhos sobre bens e serviços que a audiência pode aplicar em sua vida cotidiana.

Os jornalismo que priorizam esse modelo proporcionam auxílio, dicas, orientação e informação sobre a gestão do dia a dia e problemas individuais (notícias úteis).

V024a Impacto na vida diária

O item noticioso focaliza as consequências ou significados que certos fatos ou eventos têm na vida diária individual das pessoas?

0 = Não

1 = Sim

Por exemplo, uma notícia sobre a mudança climática na qual o jornalista salienta que a sociedade terá que mudar a forma como produz energia (relevância social) não cairia nessa categoria, enquanto uma história sobre o mesmo tema que enfatize que as pessoas terão que pagar mais caro todo mês pela eletricidade sim. Se for uma notícia apenas dizendo que o preço do gás aumentará amanhã, isso não a qualifica como “sim”. O que a qualificaria nessa categoria seria se o jornalista indica, por exemplo, que por causa do aumento pessoas terão menos dinheiro para gastar em outras coisas, ou que isso aumentará o preço do transporte público também, tornando mais caro para as pessoas circularem na cidade ou passear etc. Histórias em que o jornalista denuncia exemplos de maus serviços ou apontam indivíduos comuns responsáveis por prejudicar ou molestar a vida das pessoas, também tendem a ser parte dessa categoria.

Exemplo: “Como a crise econômica europeia impacta a vida dos trabalhadores rurais?”

V024b Dicas e conselhos (queixas)

Fornecer dicas ou conselhos práticos sobre como lidar com problemas do dia a dia que a audiência possa ter com as demais pessoas do ambiente

de convívio? Por exemplo, como encarar vizinhos barulhentos, como lidar com acusações injustas, etc. As histórias que têm essas características tendem a incluir opinião de um especialista, diferente da do jornalista, o qual tenta auxiliar na solução do problema.

0 = Não

1 = Sim

Exemplos: “Os barulhos perturbadores são o mais comum e, apesar de ser difícil de enfrentar, há várias maneiras de lidar com vizinhos indesejados. Para não passar por surpresas indesejáveis, é aconselhável investigar como são os vizinhos e a vizinhança antes de adquirir uma propriedade.” “Dicas para detectar abusos nas acusações feitas por empresas comerciais.”

V024c Dicas e conselhos (riscos individuais)

Dá dicas ou conselhos práticos para solucionar problemas pessoais que a audiência possa potencialmente enfrentar a cada dia? Por exemplo, como exercitar e comer bem para manter-se saudável, como se tornar um comprador esperto e poupar dinheiro, como investir e garantir os ganhos e uma aposentadoria segura etc. As histórias que têm essas características tendem a incluir uma opinião de especialista, diferente da do jornalista, o qual tenta auxiliar na solução dos problemas diários ou nos aspectos pessoais.

0 = Não

1 = Sim

Exemplos: “Seja esperto e comece a se exercitar hoje.” “Dia histórico na bolsa de valores: especialistas orientam como ganhar.” “Para começar suas férias sem problemas, certifique-se que a inspeção de seu veículo esteja em dia, seu pneu de reserva esteja em boas condições e que você tenha à mão um kit de ferramentas e um kit de primeiros socorros.”

V024d Conselho para o consumidor

Informa o leitor sobre as últimas tendências dos produtos e serviços no mercado ou auxilia-os a distinguirem as diferenças de qualidade dos produtos?

0 = Não

1 = Sim

Exemplos: “Estudo mostra que novo medicamento ajuda alguns asmáticos.” “Após um ano no mercado, cápsulas de café tornaram-se populares entre os consumidores. Custa por volta de 400 pesos uma xícara de café feito em casa.”

V025 MODELO DE JORNALISMO DE INFOTENIMENTO

O modelo de jornalismo de entretenimento e informação – também chamado de jornalismo de tabloide – utiliza estilo, narrativa e ou visual diferentes com o objetivo de entreter e surpreender o público. Esse tipo de jornalismo trata o público como espectador: o relaxamento e as experiências emocionais da audiência se tornam o centro de atenção.

V025a Personalização

O item noticioso é centrado em uma ou mais pessoas e suas diferentes características intelectuais, físicas, mentais ou sociais (ou seja, competência, liderança, aparência, capacidade) ou bagagem pessoal (onde trabalharam, estudaram, seus nomes, status social, etc). A simples nomeação de uma pessoa não é suficiente para a inclusão nessa categoria.

0 = Não

1 = Sim

Exemplos: “O assassino – mais conhecido como MJ – tem 34 anos, é engenheiro industrial casado e trabalha na região norte do país. No dia do julgamento, ele chegou abatido, com roupas sujas e não quis comentar.” “Garcetti tornou-se o primeiro prefeito judeu da cidade. Ele é filho de Gil Garcetti, um promotor aposentado. Neto de imigrantes mexicanos que possuem raízes italianas, o Garcetti fala espanhol e utilizou-o frequentemente durante a campanha.”

V025b Vida privada

Tem foco na vida privada de uma ou mais pessoas? Vida privada inclui os aspectos da vida de uma pessoa que não correspondem às áreas de interesse público ou coletivo e que as pessoas preferem mantê-los na esfera privada. Exemplos incluem a história do presidente como pai ou o passado e a juventude de um homem de negócios famoso. Outros

exemplos poderiam ser relacionados com *hobbies*, relacionamentos amorosos, passado ou férias, entre outros.

0 = Não

1 = Sim

Exemplos: “O ministro afirma que sua esposa tentou melhorar as escolhas de guarda-roupa, a fim de atender às exigências do protocolo.”
 “A vítima havia se separado do marido, vários meses antes.”

V025c Sensacionalismo

Utiliza elementos estilísticos ou descrições na história (exagero, ênfase no incrível, uso dramático de adjetivos superlativos e metáforas) que destacam o inusitado, o espetacular ou inesperado? (Citações de fontes não são consideradas).

Quando o item noticioso apresenta acontecimentos incríveis, somente é considerado sensacionalista quando dá grande importância à “sensação”, através da linguagem utilizada. Entre as ferramentas linguísticas utilizadas para apresentar esse tipo de informação estão: exagero, ênfase no inacreditável, uso de adjetivos superlativos dramáticos e metáforas.

A diferença para uma simples descrição é ilustrada nos exemplos a seguir: “o crime bárbaro” deve ser codificado como sensacionalista enquanto “uma cerimônia colorida” ou “o presidente distinto”, não.

Exemplos: “A postura ‘dura’ da indústria do cinema pornô sobre o uso de preservativos. Eles ameaçaram sair da Califórnia se os atores forem obrigados a utilizá-los.” “Richard Brown, o ‘super-homem’ dos pacientes. O prefeito iniciou uma campanha para reduzir os preços de medicamentos para doenças complexas.”

“Estrela olímpica abandona a mulher que desistiu de seu sonho de medalha para criar os filhos... e agenda sua substituição na equipe de vela.”

V025d Escândalo

Concentra-se em um evento ou incidente formatado como um escândalo? Nós entendemos essa característica como um evento ilegítimo ou imoral, mas que não se relaciona ao papel público, apesar de que em geral o protagonista é um indivíduo bem conhecido. Nesse contexto, o escândalo está presente quando o jornalista focaliza em

eventos tais como casos extraconjugais, comportamento sexual divergente, violência doméstica e conduta reprovável nas áreas públicas, entre outros temas. Se o item noticioso se refere um escândalo político (exemplo: *Watergate*), ele não deverá ser considerado um escândalo no contexto do jornalismo de infotainment. No entanto, se o item noticioso menciona um escândalo sexual de um político (exemplo: caso amoroso de Berlusconi) então deverá ser incluído nesta categoria.

0 = Não

1 = Sim

Exemplos: “O deputado atrevido: chamado a depor sobre acusação de ‘atos obscenos’ dentro do carro.” “Inquérito policial instaurado contra o promotor por violência doméstica.” “Filho do senador Smith é preso por posse de maconha.”

V025e Emoções 1

Faz menção explícita a sentimentos ou emoções? Elementos tipicamente inclusos nessa categoria são, em geral, descrições de diferentes emoções e do estado emocional do autor, tais como ansioso, raivoso, furioso, triste, confiante, embaraçado, feliz, desgostoso, assustado e eufórico, entre outros.

0 = Não

1 = Sim

Exemplos: “Ontem, este mineiro agora aposentado voltou feliz para casa, ansioso para abraçar sua família e iniciar um novo estágio em sua vida.” “A mulher cujo filho foi assaltado sofreu 22 horas de profunda angústia, dor e incerteza.”

V025f Emoções 2

Inclui imagens que mostram fortes sentimentos ou emoções de atores em uma história? (Somente para histórias que possuam imagens). Aqui, a fotografia serve como um retrato da emoção experimentada por um ou mais indivíduos da história, em grau maior do que uma ilustração genérica de um problema ou uma descrição de evento.

Imagens típicas desta categoria incluem alguém chorando, gritando, expressões de fúria ou desespero, “morrendo de rir”, entre outras. Um simples sorriso não é suficiente para classificar como “sim”.

0 = Não

1 = Sim

99 = Não se aplica

V025g Mórvido 1

Prende a atenção do leitor de forma exagerada através do texto, descrevendo atos de violência, crime ou escândalos sexuais na notícia, ou de protagonistas com detalhe concreto?

0 = Não

1 = Sim

Exemplos: “Perturbado, ele a tirou do carro em uma estrada deserta, começou a bater nela e, ao final, estrangulou-a, sufocando-a com as próprias mãos, usando toda a sua força, até que finalmente a matou.”
 “Ele a levou para um terreno deserto ao longo da rodovia A-60, onde primeiro a amarrou e depois bateu e atacou com uma faca. Na luta corporal, o homem esfaqueou Karina no pescoço, nas costas e no peito. Os braços dela mostraram feridas da tentativa de se defender.”

V025h Mórvido 2

Prende a atenção do leitor de forma exagerada através de imagens explícitas de crime, violência ou escândalos sexuais na história ou de seus protagonistas? Por exemplo, fotos de cadáveres, pessoas morrendo, pessoas nuas, etc. (Somente para itens noticiosos que possuam imagens).

0 = Não

1 = Sim

99 = Não se aplica

V026 MODELO ORIENTAÇÃO CÍVICA, JORNALISMO CIDADÃO

Em vários casos, a perspectiva dominante na notícia é a apresentação de grupos sem força, poder social que demandam o reconhecimento ou a restituição de um direito. Outras características desse modelo de jornalismo incluem o desenvolvimento do interesse cultural e intelectual da audiência.

Esse modelo não assume que é o jornalista, através de seus recursos, quem pode aprimorar a comunidade, pelo contrário, a ênfase recai em

apoiar os esforços dos próprios cidadãos em aprimorá-la. O trabalho jornalístico pertencente a esse modelo permite que as pessoas possam exercer seus papéis como cidadãos.

O modelo de jornalismo cívico (ou cidadão) incorpora alguns aspectos da teoria da responsabilidade social, focando na conexão entre jornalismo, cidadania e vida pública. A atuação jornalística que adota essas ideias se preocupa em encorajar as pessoas a se envolverem no debate público e a participarem da vida social, política e cultural. Neste sentido, o espaço dado às fontes e aos atores nem sempre considerados pela mídia é um importante aspecto desse modelo.

Esse modelo também encontra ressonância em uma das várias definições do jornalismo desenvolvimentista, em que o jornalismo desperta a consciência para problemas profundos, ajudando a informar os agentes do governo sobre necessidades sociais.

V026a Perspectiva do cidadão

Inclui a visão, reação de cidadãos comuns ou cidadãos organizados sobre um tópico, incidente ou evento, mostrando como eles percebem ou são afetados por diferentes decisões políticas? Os cidadãos podem estar incluídos por meio de citações ou referências diretas ou indiretas.

0 = Não

1 = Sim

Exemplos: “David Swanson, nativo de Charlottesville que era um dos organizadores, disse que centenas de pessoas se aglomeraram nas calçadas em frente à entrada do prédio. Eles gritavam “Como você pode reduzir o déficit? Acabe com a guerra! Taxas para os mais ricos!” “A presidente da federação dos estudantes, Camila Vallejo, disse que as propostas do ministro Joaquim Lavín (apesar da crise da educação e do modelo universitário) serão analisadas pelos estudantes: “há pontos falhos, nem todos, mas houve uma resposta, que era o que esperávamos do governo...””

V026b Demandas dos cidadãos

Indica demandas de cidadãos comuns ou grupos organizados ou propostas sobre como diferentes medidas, decisões políticas deveriam ser tomadas? Cidadãos podem estar incluídos ou referenciados de forma direta ou indireta.

0 = Não

1 = Sim

Exemplos: “A associação de moradores exige que o prefeito traga uma solução para o problema do desperdício de água resultante das enchentes que ocorrem a cada tempestade e inundam as casas dos associados.” “Os vizinhos pedem obras públicas em troca da construção do presídio próximo de suas casas. Eles querem pavimentação e instalação de sistemas de esgoto.”

V026c Credibilidade para os cidadãos, cidadania

Concorda com a percepção, denúncia ou demanda dos cidadãos? Se o jornalista não concorda, não significa que ele está contra o que os cidadãos querem: significa apenas que a variável está ausente. (Marque esse item com ‘sim’ ou ‘não’ somente se uma das opções anteriores, 26a ou 26b ou as duas, foram marcadas com ‘sim’. Caso contrário, por favor, marque ‘9’).

0 = Não

1 = Sim

9 = Não se aplica

Exemplo: “O porta-voz dos moradores liderou as atividades das pessoas que agora exigem participar do plano diretor do município, por muitos anos. É por isso que ele sabe do que está falando. Os moradores sabem que o estado atual da área pode causar uma série de danos ao meio ambiente e têm sido consistentes nos argumentos que apresentaram para as autoridades locais.”

V026d Impacto Local

Menciona o impacto de certas decisões políticas nas comunidades locais? Comunidades locais incluem cidades, províncias, aldeias, vilarejos, entre outros.

0 = Não

1 = Sim

Exemplo: “Um grupo de vizinhos do Parque São Jorge entrou com uma liminar para impedir a Casan de despejar esgoto num ponto próximo do Córrego Grande, que atravessa o bairro.”

V026e Educação sobre direitos e deveres

Instrui as pessoas sobre seus direitos e deveres como cidadãos (econômicos, sociais e ou políticos)? Por exemplo, quando o item informa onde os cidadãos devem ir para justificar a ausência nas eleições ou para obter um subsídio do governo.

0 = Não

1 = Sim

Exemplos: “Se você está a mais de 500 km de sua zona eleitoral, você deve ir à seção eleitoral mais próxima para justificar o motivo de não votar.” “Se você é mulher e chefe de família e sua renda está entre de R\$ 1.000,00 e R\$ 2.000,00, você pode preencher o formulário de assistência social em seu município e requerer o Bolsa Família.”

V026f Informação pregressa

Fornece aos cidadãos informações pregressas para que possam tomar decisões políticas? Decisões políticas incluem participação em processos eleitorais, protestos ou em grupos organizados, bem como a participação, filiação e apoio aos partidos políticos.

Informações pregressas distinguem-se dos fatos atuais, sobretudo no que se refere ao tempo em que aconteceram. Essas informações incluem a exposição de posições ou decisões dos políticos (como eles votaram, como eles se comportaram anteriormente), as razões por trás de manifestações ou protestos, ou os objetivos de grupos de cidadãos, entre outros.

0 = Não

1 = Sim

Exemplo: “Esperava-se que apenas os 24 senadores do pacto peronista votassem a favor da iniciativa, além de dois ex-ministros da Suprema Corte. No entanto, ontem, mais dois senadores que tradicionalmente tinham uma postura mais dura em favor da pena de morte aderiram à iniciativa.”

V026g Questões de cidadania

Aparecem questionamentos de cidadãos comuns aos políticos ou aos que estão no poder? Os cidadãos podem ser incluídos por meio de citações diretas ou indiretas, ou por referências a eles.

0 = Não

1 = Sim

Exemplo: “O presidente da Associação de Moradores do Parque São Jorge confrontou o prefeito sobre a alteração nos horários das linhas de ônibus: ‘que solução o senhor vai nos dar?’, perguntou João Batista Nunes.”

V026h Informação sobre atividades dos cidadãos

O jornalista fornece informação sobre atos dos cidadãos tais como campanhas, comemorações, demonstrações, ações coletivas e protestos? Normalmente esse tipo de história inclui informação sobre onde e como as atividades ocorrem ou ocorreram e podem também explicar a importância e relevância desses atos para a comunidade.

0 = Não

1 = Sim

Exemplo: “A associação de moradores do Parque São Jorge organizou um ato simbólico ontem à tarde, quando plantou árvores na rota da futura linha de metrô.”

V026i Apoio a movimentos sociais

O jornalista apoia os objetivos de uma organização ou movimento social e ou coloca a organização como um exemplo positivo a ser seguido? (Codifique variáveis manifestas que indicam posição de apoio)

0 = Não

1 = Sim

Exemplos: “ABColumbia é uma rede de diversificadas organizações sociais representativas que desenvolveu um trabalho sustentável em defesa da paz. A plataforma social por trás do movimento é ampla e representa diferentes sensibilidades, assegurando a diversidade.” “As associações de moradores demonstraram habilidade para reunir e representar as demandas legítimas dos moradores da área, aos quais a prefeitura foi forçada a ouvir e aceitar.”

ANEXO B – Questionário

Olá [Nome do jornalista],

Esta é uma pesquisa do Laboratório de Sociologia do Trabalho (Lastro) da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC).

Trata-se da etapa Brasil do projeto internacional *Journalistic role performance around the globe* (journalisticperformance.org).

Jornalistas de 19 países participam da pesquisa.

Analisamos recentemente o conteúdo de quase de 3 mil notícias – algumas delas escritas por você –, em quatro dos principais jornais brasileiros.

Este questionário é respondido por jornalistas que escreveram ao menos um dos textos analisados.

O objetivo é compreender o grau de autonomia dos jornalistas no exercício dos papéis profissionais que consideram importantes e nas práticas comuns no trabalho jornalístico.

Por isso, a sua participação é realmente muito importante, indispensável para o bom resultado da pesquisa.

O questionário pode ser preenchido em aproximadamente 20 minutos.

As perguntas são sobre o seu papel como jornalista, a sua rotina diária e, por fim, questões demográficas (idade, formação etc.).

Todos os dados são para fins estritamente acadêmicos e é assegurada a confidencialidade das fontes.

Os resultados serão analisados de forma agregada e nenhum jornalista que responder a pesquisa será identificado.

Quando o projeto for concluído, enviaremos aos respondentes um relatório com as conclusões mais importantes.

Grato,

Prof. Jacques Mick

Universidade Federal de Santa Catarina

Laboratório de Sociologia do Trabalho

Escala de pontos (assinale com X): 1 – Nada / 2 – Não muito / 3 – Um pouco 4 – Muito / 5 – Extremamente	Importância para mim					Comum no meu trabalho				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Defender os valores nacionais.										
Fornecer conselhos e orientações em problemas da vida diária.										
Fornecer informações de que as pessoas precisam para tomar decisões políticas.										
Influenciar a opinião pública.										
Apoiar o desenvolvimento nacional.										
Defender um ponto de vista particular.										
Fornecer entretenimento e relaxamento.										
Influenciar nas decisões de políticas públicas.										
Educar a audiência.										
Ser um observador imparcial.										
Motivar as pessoas a participarem da atividade política.										
Monitorar negócios.										
Apoiar políticas governamentais.										
Fornecer à audiência a informação mais interessante.										
Atuar como fiscal (<i>watchdog</i>) em nome da sociedade civil.										
Transmitir uma imagem positiva de líderes políticos.										
Deixar as pessoas expressarem suas visões.										
Fornecer o tipo de notícias que atrai maior audiência.										

Escala de pontos (assinale com X): 1 – Nada / 2 – Não muito / 3 – Um pouco 4 – Muito / 5 – Extremamente	Importância para mim					Comum no meu trabalho				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Promover a tolerância e a diversidade cultural.										
Transmitir uma imagem positiva de líderes econômicos.										
Defender a mudança social.										

Prática no trabalho jornalístico

4) Destas afirmações sobre seu trabalho, em que medida se aplicam a sua prática diária?

Escala de pontos (assinale com X): 1 – Nada / 2 – Raramente / 3 – Às vezes / 4 – Quase sempre 5 – Sempre	Práticas diárias				
	1	2	3	4	5
Quando tenho uma boa ideia sobre um tema que considero importante acompanhar, eu consigo que ele seja coberto.					
Tenho bastante ou muita liberdade para selecionar as notícias/histórias em que vou trabalhar.					
Tenho bastante ou muita liberdade para decidir quais os aspectos de uma notícia/história devo enfatizar.					
Meu trabalho não tende a ser editado por outros.					

Aspectos importantes na informação

5) Para você, quão importantes são os seguintes aspectos nos textos que escreve?

Escala de pontos (assinale com X): 1 – Nada importante / 2 – Pouco importante / 3 – Importante 4 – Muito importante / 5 – Extremamente importante	Importante				
	1	2	3	4	5
Presença de diferentes pontos de vista.					

Escala de pontos (assinale com X): 1 – Nada importante / 2 – Pouco importante / 3 – Importante 4 – Muito importante / 5 – Extremamente importante	Importante				
	1	2	3	4	5
Uso de fatos concretos e dados verificáveis.					
Citações de fontes.					
Começar uma história primeiro com os fatos, depois a opinião.					
Uso de argumentação ou lógica no texto informativo para provar ou mostrar uma proposta.					
Usar expressões condicionais.					

Perfil dos participantes da pesquisa

Esta seção busca dados para estatísticas gerais da pesquisa, comparações entre os perfis dos jornalistas participantes. Nenhuma resposta será usada para identificar você ou qualquer respondente.

6) Em seu trabalho, você atua em:

- Editoria específica
- Editorias diversas

7) Em qual(is) editoria(s) você trabalha?

8) Quantos textos informativos você normalmente escreve numa semana?

(Informe apenas um numeral)

9) Qual a sua posição atual na redação?

- Editor
- Repórter
- Trainee ou estagiário
- Outra. Qual? _____

10) Qual é a sua situação no emprego atual?

- Trabalho em tempo integral
- Trabalho em meio período (ou tempo parcial)
- Freelancer
- Outra. Qual? _____

11) Há quantos anos você trabalha como jornalista?

(Informe somente um número inteiro)

12) Há quantos anos você trabalha no seu emprego atual?

(Informe somente um número inteiro)

13) Sexo?

- Masculino
- Feminino

14) Qual a sua idade?

(Informe somente um número inteiro)

15) Qual a sua formação?

- Ensino Médio completo ou inferior
- Ensino Superior incompleto
- Ensino Superior completo ou pós-graduação
- Mestrado ou equivalente
- Doutorado

16) Qual a área de formação?

17) Em assuntos políticos, as pessoas falam de “esquerda”, “direita” e “centro”. Numa escala de 0 a 10, em que “0”, significa esquerda, “5” centro e “10” direita, em que lugar você se colocaria?

(Assinale com X)

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Muito obrigado!

Contato com o autor:

aldoschmitz@gmail.com