

SOBRE CRÍTICA, AUTOCRÍTICA E LEGITIMAÇÃO: o ethos jornalísticos em O Mercado de Notícias

ABOUT CRITICISM, SELF-CRITICISM AND LEGITIMATION: the journalistic ethos in The Staple of News
SOBRE LA CRÍTICA, LA AUTO-CRÍTICA Y LA LEGITIMATION: el ethos periodístico en El Mercado de las Noticias

Marcos Paulo da Silva

Doutor em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP). Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e do Programa de Pós-Graduação em Estudos de Linguagens da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS). marcos.paulo@ufms.br.

 0000-0003-2868-4865

Leopoldo Pedro Neto

Mestrando em Comunicação pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS). leeoneto28@gmail.com.

 0000-0003-2372-6229

Correspondência: Faculdade de Artes, Letras e Comunicação (FAALC), Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS). Av. Costa e Silva, s/nº - Bairro Universitário, 79070-900 - Campo Grande, MS - Brasil.

Recebido em: 17.06.2020.
Aceito em: 26.08.2020.
Publicado em: 01.10.2020.

RESUMO:

O artigo realiza uma análise das disposições, percepções e valores dos jornalistas entrevistados no documentário brasileiro "O Mercado de Notícias" (Jorge Furtado/2014/94 min). Volta-se, para tanto, ao arcabouço teórico-conceitual oriundo do pensamento sociológico de Pierre Bourdieu. São estudados a partir de categorizações alguns dos principais extratos dos depoimentos dos 13 agentes profissionais convidados pelo cineasta para explicar suas representações sobre o campo jornalístico.

PALAVRAS-CHAVES: Ethos jornalísticos; O Mercado de Notícias; Pierre Bourdieu.

Para situar o debate

Deixando Londres, voltei à sala de redação do The Times. Uma de minhas primeiras matérias foi sobre um "maníaco homicida" que tinha espalhado os membros de suas vítimas em várias soleiras de casas do West Side. Redigi o artigo como se estivesse compondo um antigo canard: "Un homme de 60 ans coupé en morceaux. [...] Détails horribles!!!" ("Um homem de sessenta anos cortado em pedaços. [...] Detalhes horríveis!!!"). Quando concluí o artigo, vi um dos grafites rabiscados nas paredes da sala de imprensa na delegacia de Manhattan: "Toda notícia que couber, a gente publica". O grafiteiro queria dizer que os artigos só são publicados no jornal se tiver espaço, mas ele também podia estar expressando uma verdade mais profunda: as matérias jornalísticas precisam caber em concepções culturais prévias relacionadas com a notícia. (Do historiador norte-americano Robert Darnton, em "O Beijo de Lamourette", 1990, p.96).

O jornalismo moderno possui sua gênese e adquire legitimidade enquanto instituição social proeminente em um plano conjuntural mais amplo inscrito na história

do mundo ocidental: o advento do Iluminismo, projeto intelectual talhado pela burguesia em sua consolidação como classe dominante entre os séculos XVII e XIX. Nesse longo percurso de ascensão hegemônica, a burguesia estabeleceu um conjunto de instituições responsáveis por fundamentar o modelo de sociedade que possui suas marcas até os dias atuais, como a democracia moderna e “os institutos que lhes são correlacionados: mercado, esfera pública, opinião pública, jornalismo de opinião” (Gomes, 2009, p. 72).

Insculpido neste contexto como uma das narrativas da modernidade, o jornalismo historicamente passou a inculcar em seus agentes, os jornalistas – mas também a ser erigido a partir deles, em um processo dialético –, uma série de disposições responsáveis por orientar suas práticas e representações cotidianas – dinâmica exemplificada com requinte de detalhes pelo historiador estadunidense Robert Darnton (1990) nos relatos sobre as normas tácitas partilhadas por seus colegas na redação do *The New York Times* nos idos dos anos 1960. Este processo de incorporação de “concepções culturais prévias” – sumarizado por Darnton (1990) como um sistema de valores compartilhados entre os jornalistas – pode ser interpretado enquanto categoria analítico-operacional a partir da constituição de um *ethos* em seu sentido bourdieusiano: isto é, constitui-se um conjunto de disposições, de percepções e de valores práticos compartilhados entre os agentes que orienta tanto sua autoimagem como suas práticas e representações (Thirty-Cherques, 2006; Peters, 2009; Lago, 2003; Bourdieu, 2019).

Conforme argumenta Lago (2003) ao voltar-se ao estudo do *ethos romântico* no jornalismo brasileiro, trata-se – o próprio *ethos* – de uma categoria analítica que pode ser observada em distintos suportes e manifestações. Nesse sentido, vale-se como objeto empírico neste artigo dos depoimentos de jornalistas brasileiros entrevistados no documentário “*O Mercado de Notícias*” (2014/94 min), produção audiovisual dirigida e roteirizada pelo cineasta gaúcho Jorge Furtado. O longa-metragem apresenta depoimentos de 13 profissionais sobre o jornalismo e suas práticas, além de contemplar um debate sobre o futuro da atividade profissional. Não casualmente, o documentário possui como fio condutor a peça teatral homônima “*O Mercado de Notícias*” (*The Staple of News*, no original), escrita em 1626 pelo dramaturgo inglês Ben Jonson (1572-1637)¹ – texto contemporâneo, portanto, dos primórdios das revoluções

¹ Ben Jonson foi um dramaturgo e poeta inglês que, segundo o argumento do próprio documentário, se destacou como figura emblemática do teatro elisabetano.

burguesas. A peça aborda os princípios do jornalismo no século XVII e dialoga, a partir da edição cinematográfica, com a fala dos atores sociais – os jornalistas – convidados a discutir o objeto central do filme, o próprio jornalismo.

A pertinência e a consequente escolha do objeto deste artigo não ocorrem por acaso. A produção cinematográfica apresenta uma leitura complexa do campo jornalístico ao reunir diferentes perfis profissionais em termos geracionais, de gênero e afiliação profissional, debatendo nas entrelinhas a homogeneidade discursiva que se sedimenta a partir da heterogeneidade de visões da profissão. Portanto, reconhece-se no plano analítico que o sufixo “ismo” não cabe à proposta de denúncia apresentada pelo documentário, que – na interface que estabelece entre a estética dramática, os depoimentos dos jornalistas e as intervenções do diretor – projeta com sutileza a um primeiro plano nuances das contradições e da complexidade do universo jornalístico, sem aportar em uma estratégia reducionista de “denuncismo” ou de esgotamento do assunto. Embora se reconheça a riqueza estética da confluência de linguagens trabalhadas por Furtado, para efeitos metodológicos é sobre o escopo dos depoimentos dos profissionais do campo que a presente análise se volta.

Do ponto de vista estrutural, o artigo se divide em três partes. Inicialmente, realiza-se uma contextualização do documentário *“O Mercado de Notícias”* com o objetivo de explicitar o argumento, o enredo e os detalhes da produção caros à análise. Em sequência, busca-se uma reflexão sobre o pensamento do sociólogo Pierre Bourdieu e de seu escopo teórico-metodológico - a *Teoria da Prática* - para aportar-se no conceito de *ethos*. Ancora-se desde o princípio na ressalva de que a sociologia postulada pelo intelectual francês integra um complexo sistema de pensamento, o que, inadvertidamente, pode remeter à banalização de seus conceitos quando deslocados da matriz teórica na qual foram gerados – “despindo-os de sua operacionalidade científica, tornando-os ineficazes para ajudar a compreender os fenômenos sobre os quais se debruçam”, como reitera Lago (2015, pp.728-729). Verga-se, por fim, propriamente sobre a análise dos depoimentos que integram a produção cinematográfica em crivo.

Como procedimento metodológico, os depoimentos contidos no documentário foram decupados e, em especial aqueles mais proeminentes em consonância com os

objetivos da pesquisa², receberam uma categorização de acordo com os argumentos utilizados pelos diferentes agentes e suas homologias referentes às visões sobre o jornalismo, à recorrência ao discurso histórico autolegitimação do campo, a seus mecanismos de crítica e a suas representações a respeito da profissão, dos próprios jornalistas e do mundo social. Foram mobilizadas, nesse ínterim, três categorias de análise com o intuito de estabelecer interfaces entre o longa-metragem e a construção de um *ethos* profissional, a saber: 1) o jornalismo e a autoimagem da prática profissional; 2) o jornalismo e a crença nos fatos; e 3) as práticas não-legitimadas: o anti-jornalismo.

O Mercado de Notícias. o jornalismo sob o vértice do documentário e da dramaturgia

No desenvolvimento de seu argumento central, o documentário “O Mercado de Notícias” debate alguns dos principais parâmetros que definem os modos de ser e de pensar oriundos dos jornalistas, além de abordar a emergência histórica da imprensa e seu papel de longo termo na construção da opinião pública. O fio condutor da produção é a peça homônima, escrita pelo dramaturgo inglês Ben Jonson, que tece uma crítica ácida e bem-humorada sobre o início da atividade jornalística em Londres, no século XVII. A tradução do texto para a língua portuguesa, trabalho que demandou cerca de três anos, foi realizada de forma inédita pelo próprio diretor do filme em parceria com a tradutora Liziane Kugland. Em razão da complexidade da montagem, o processo de construção do longa-metragem se estendeu por oito anos, período que envolveu a produção e a dramatização da peça, as filmagens, a edição e a pós-produção. Na composição do documentário, são intercalados os atos da montagem teatral, interpretada por 14 atores, e as entrevistas com 13 jornalistas brasileiros de diferentes gerações, opiniões políticas e trajetórias individuais e profissionais: Bob Fernandes, Cristiana Lôbo, Fernando Rodrigues, Geneton Moraes Neto, Jânio de Freitas, José Roberto de Toledo, Leandro Fortes, Luis Nassif, Maurício Dias, Mino Carta, Paulo Moreira Leite, Raimundo Pereira e Renata Lo Prete.

A montagem teatral desempenha uma função significativa na construção da narrativa do documentário, pois coloca em evidência, numa estética bastante particular, um elemento determinante ao argumento do longa-metragem: a

² Os critérios utilizados para a definição da proeminência dos depoimentos têm relação com os trechos do documentário que dialogam com a intenção da pesquisa, isto é, aqueles nos quais os jornalistas discutem suas percepções em relação ao jornalismo e aos modos de se realizar a prática jornalística.

transformação da informação em mercadoria. Na trama, que se passa na capital inglesa, em 1625, um homem chamado Pila Pai simula sua própria morte e, disfarçado de mendigo, vigia seu filho, Pila Júnior, que ao completar a maioridade passa a dilapidar a fortuna da família. Dentro desse contexto, uma novidade emerge no território londrino: o surgimento de um Mercado de Notícias, que propicia um grande fluxo de informações prosaicas, levando Pila Júnior, no seio de sua rotina de esbanjamentos, a conseguir um emprego para o amigo Tom. O pai desaprova a vida de desperdícios que o filho leva e decide voltar, impondo ao prosélito a pena de viver na mendicância. O texto coloca em discussão a curiosidade das personagens pelas notícias, ou, ainda além, a ânsia popular por novidades, sobretudo por aquelas que não são calcadas num eventual “interesse público”.

A ideia de discutir o jornalismo e a importância social da prática profissional é evidenciada por Jorge Furtado no roteiro do documentário, por meio do qual desenvolve uma defesa inicial à atividade, denotando um paralelismo com a posição de legitimação do campo dos agentes entrevistados:

(Cena: Furtado conversa com o elenco da peça, todos estão sentados em círculo)

Jorge Furtado: Eu não queria fazer um filme contra, queria fazer um filme a favor. Então pensei assim, não vou falar mal dos maus jornalistas, vamos chamar jornalistas que respeito, que leio, que admiro e ver o que eles acham o que é a profissão de jornalista, estamos num momento de transformação total no jornalismo.³

Nesse horizonte, o encontro entre o objeto empírico – o documentário “O Mercado de Notícias” – e a concepção de ethos advinda da sociologia bourdieusiana possibilita uma leitura das entrelinhas não apenas da especificidade da obra de Jorge Furtado, mas – e sobretudo – a respeito das peculiaridades do espaço social estruturado pelo microcosmo do jornalismo contemporâneo num cenário de mudanças profundas na prática profissional. Aporta-se, dessa forma, no entendimento de que a concepção bourdieusiana de ethos se articula enquanto ferramenta operacional para se compreender os valores simbólicos compartilhados entre os jornalistas em processos que remetem à legitimação histórica da atividade profissional, bem como à sedimentação de argumentos voltados à crítica, à autocrítica e às lutas

³ Fala de Jorge Furtado. Decupagem: (04:03 - 04:19)

simbólicas intrínsecas e extrínsecas da profissão em um cenário de transformações estruturais de sua prática.

A Teoria da Prática: elementos teóricos-analíticos de Pierre Bourdieu

A opção teórico-metodológica do artigo pelo ethos bourdieusiano como chave-explicativa não se estabelece de forma aleatória. Historicamente, a sociologia crítica oriunda do pensamento de Pierre Bourdieu se imprime no campo intelectual francês como alternativa de compreensão dos sistemas de classificação, dos mecanismos de reprodução social e das estruturas de dominação que não dependem unicamente de capital econômico para se legitimarem. Os conceitos operativos de Bourdieu, nesse sentido, emergem a partir de pressupostos de fundo como o rigor metodológico e a ideia de reflexividade. Valendo-se dos termos do próprio sociólogo francês, entende-se seus mecanismos de pesquisa como instrumentos que implicam na ruptura com o senso comum (Bourdieu, 2009) – isto é, o aparato teórico bourdieusiano pode ser interpretado “como uma análise dos mecanismos de dominação das sociedades modernas, como uma teoria das práticas sociais ou, ainda, como uma análise da produção das ideias e dos sistemas simbólicos” (Valle, 2007, p.117).

Ao longo de sua extensa construção, a epistemologia bourdieusiana articula-se com o intuito de superar algumas das mais caras antinomias das Ciências Sociais: “indivíduo contra sociedade, ação contra estrutura, liberdade contra necessidade” (Valle, 2007, p. 120). Nesse cenário, a abordagem metodológica desenvolvida pelo autor – reformulada, complexificada e discutida ao longo dos mais de cinquenta anos de carreira – passou a ser denominada de conhecimento praxiológico. Neste processo de maturação intelectual, Pierre Bourdieu passou a empenhar-se na superação de duas perspectivas de investigação até então consideradas incompatíveis – o subjetivismo e o objetivismo –, buscando reintroduzir os agentes na estrutura e escapar – sem cair no paradigma do cálculo racional – da “armadilha estruturalista” que os posicionava como meros epifenômenos (Bourdieu, 2013; Valle, 2007; Lago, 2015).

Em um vértice paradigmático, o sociólogo classifica a si próprio como estruturalista construtivista. Sua inscrição na vertente estruturalista justifica-se pelo fato de discorrer sobre as estruturas objetivas, organizadoras de disposições e de regularidades nas práticas dos agentes do espaço social. Em termos ilustrativos, tal linha de raciocínio fica evidenciada na referência do autor aos sistemas simbólicos – língua, cultura, discurso – como estruturas estruturadas (Bourdieu, 2009). Em contrapartida, tal como será observado nos argumentos dos jornalistas brasileiros no

documentário “O Mercado de Notícias”, a ótica construtivista se refere às disposições subjetivas, o senso prático dos agentes, os quais possuem esquemas de percepção e de apreciação que permitem relativa autonomia nos modos de ação no interior dos campos a partir de constrangimentos e de necessidades do espaço social (Bourdieu, 2009; 2013; 2015; Valle, 2007; Wacquant, 2007; Grenfell, 2018).

As ideias-chave do pensamento de Pierre Bourdieu estruturam-se em uma trinca de concepções – campo, habitus e capital – intitulada Teoria da Prática. O campo, neste horizonte, traduz-se como um conceito operacional utilizado pela perspectiva bourdieusiana na compreensão dos diferentes universos sociais ancorados na totalidade do mundo. Não se trata, todavia, de uma realidade dada, mas de uma ferramenta – uma espécie de ponto de partida – para a construção das pesquisas (Bourdieu, 2009). Como não poderia ser diferente, a chave de compreensão deste estudo recai nas especificidades do campo jornalístico.

Um campo, outrossim, entendido como “uma forma de vida, ou seja, um espaço social acoplado a um sistema simbólico” (Miceli, 2003, p. 73), possui como elementos constitutivos um conjunto simbólico de sinais, de práticas e de representações do mundo incorporados inconscientemente e manifestados a partir de um habitus. Outro conceito estruturante da Teoria da Prática, o habitus define-se como uma “noção mediadora” (Wacquant, 2007, p. 66) que emerge como mecanismo de compreensão para “romper com a dualidade do senso comum entre indivíduo e sociedade ao captar a ‘interiorização da exterioridade e a exteriorização da interioridade’”. De forma sucinta, o habitus pode ser traduzido com um sistema de disposições duráveis incorporadas, como “estruturas estruturadas” predispostas a atuar como “estruturas estruturantes”, que se estabelecem como matrizes de esquemas de percepção e de apreciação dos agentes sociais – orientam, nesse sentido, práticas e representações que podem ser objetivamente reguladas e regulares sem necessariamente ser resultado da obediência a regras explícitas (Bourdieu, 2013; 2015).

Em termos analíticos, conforme explicita Thirty-Cherques (2006, p. 33), o habitus possui outras três instâncias constitutivas: o ethos, a héxis e o eidos. Conceção cara como chave-explicativa para o desvelamento do campo jornalístico, objeto da presente análise, o ethos consiste na dimensão moral que orienta os agentes em suas ações práticas. De forma literal, Bourdieu (2013, p. 55) define o conceito como uma “disposição geral e transponível que, sendo o produto de um aprendizado dominado por um tipo determinado de regularidades objetivas, designa as condutas ‘razoáveis’ ou ‘absurdas’ (as loucuras) para qualquer agente submetido a essas regularidades”. A

héis, por sua vez, remete às disposições corporais incorporadas. A relação dialética entre as disposições subjetivas dos agentes e as estruturas objetivas dos campos deriva do fato de que o habitus, além de atuar nas estruturas cognitivas e nos sistemas de classificação do mundo social, também produz – de forma articulada – um conjunto de estados e posturas corporais relacionados às disposições duráveis de relação com o próprio corpo que “encarnam ou ‘somatizam’ propriedades historicamente específicas de um contexto social” (Peters, 2009, p. 19). O eidos, finalmente, diz respeito à dimensão propriamente cognitiva do habitus, ou seja, seus esquemas de percepção, “ordenação categorial e compreensão interpretativa dos fenômenos mundanos” (Peters, 2009, p. 19) a partir dos quais os acontecimentos cotidianos concedem sentido aos agentes.

Do ponto de vista heurístico, a separação entre as três dimensões do habitus pode mostrar-se sistematicamente útil. Faz-se pertinente, entretanto, o reconhecimento de que se tratam de dimensões articuladas e que operam de modo coexistente nas práticas e representações dos agentes sociais (Thirty-Cherques, 2006; Peters, 2009; Bourdieu, 2013; 2018). Dessa maneira, entender as ideias de campo e de habitus num sentido dialético mostra-se de pertinência crucial para o entendimento do modus operandi da teoria bourdieusiana – aqui aplicada ao campo jornalístico. O campo, como categoria analítica, é responsável por estruturar o habitus enquanto noção operatória. Em contrapartida, a dimensão criativa do habitus compõe uma predisposição estruturante do campo em uma relação de constante tensionamento. Grenfell (2018, p. 89) ressalta a importância desse elo, uma vez que “a prática não é redutível ao habitus – ela é um fenômeno emergente das relações entre os habitus dos atores e seus campos sociais contextuais”.

Em nexos com as noções operatórias supracitadas e concepção fundamental para o entendimento das disputas materiais e simbólicas e das diferentes formas de dominação do mundo social, a ideia bourdieusiana de capital pode ser interpretada como uma espécie de “trabalho acumulado”, historicamente apropriado por agentes ou grupos de agentes, que os possibilita a apropriação de energia social em sua maneira objetificada ou simbólica. Para Bourdieu (1997c, p. 15), a compreensão da estrutura e do funcionamento do mundo social depende da reinserção do conceito de capital em todas as suas formas constitutivas e “não somente na única forma reconhecida pela teoria econômica”. O sociólogo expande, assim, a esfera da troca mercantil e a projeta para “uma antropologia mais ampla de trocas e avaliações culturais na qual a troca econômica é apenas um tipo” (Moore, 2018, p. 136). Dentro

dessa lógica, cada campo possui capitais legitimados distribuídos desigualmente entre os seus agentes.

Embora Pierre Bourdieu conceda peso importante para o capital econômico em suas análises, o autor reconhece que a posse de capital simbólico por determinados agentes em detrimento de outros os posicionam em diferentes hierarquias nos campos sociais. Não casualmente, portanto, os 13 agentes do campo jornalístico mobilizados por Jorge Furtado em “O Mercado de Notícias” são legitimados como expoentes do “bom jornalismo”. Nesse horizonte, mesmo no interior da heterogeneidade das trajetórias ali postas, as diferentes formas de capital são responsáveis por estruturar, junto ao campo, os habitus de seus agentes – reflexão que se mostra fundamental para a análise empírica dos depoimentos dos jornalistas no escopo do documentário.

O ethos profissional dos jornalistas no documentário “O Mercado de Notícias”

Diante do quadro teórico-conceitual exposto, volta-se à análise dos elementos conformadores de um ethos profissional com base na interface entre os depoimentos de jornalistas presentes no documentário “O Mercado de Notícias” e a matriz de pensamento bourdieusiana. Procurar-se-á, com base na observação empírica, evidenciar elementos que são compartilhados pelos agentes, além de outras peculiaridades da estrutura da atividade jornalística que se desvelam na concatenação dos depoimentos no documentário. Num vértice metodológico, são estabelecidas três categorias de análise tratadas a seguir:

1) O jornalismo e a autoimagem profissional

A primeira disposição manifestada nos depoimentos dos agentes diz respeito a representações particulares que estes possuem de si. De modo geral, nas dinâmicas que envolvem suas práticas, os jornalistas compartilham elementos simbólicos responsáveis por identificar, construir e posteriormente caracterizar, sob o rótulo de notícia, eventos cotidianos que são dissonantes de uma ordem simbólica, geralmente hegemônica e socialmente disseminada (Silva, 2013). Nesse contexto, quando questionados em “O Mercado de Notícias” sobre o cerne do ofício de jornalista, os entrevistados – independentemente da posição na heterogeneidade do recorte – reivindicam-se como agentes legitimamente responsáveis pela seleção, organização e

construção das notícias a partir dos eventos presentes no mundo social. O argumento de Paulo Moreira Leite⁴ ao destacar que “o jornalismo ilumina e forma consciências”, por exemplo, torna evidente tal disposição.

No que tange à escolha dos critérios de seleção para a produção noticiosa, os profissionais não avançam – ou não se mostram dispostos a avançar – nas especificidades de seus parâmetros. De outro lado, tal como expressa José Roberto de Toledo⁵ ao colocar o jornalista na posição de responsável por “separar o joio do trigo e de preferência publicar o trigo e não o joio”, os profissionais limitam-se a definir sucintamente a necessidade de escolha de certos eventos em detrimento de outros na vida cotidiana. Nesse ínterim, como ilustram os extratos dos depoimentos a seguir, mostra-se cognoscível a reticência – ou a dificuldade – na explicitação das razões pelas quais os jornalistas realizam suas escolhas e uma imprecisão na própria definição do que é notícia:

A notícia é no fundo o que você não sabe, né?

Toda notícia ela responde a uma pergunta.⁷

Notícia é tudo aquilo que alguém em algum lugar tenta esconder, o resto é propaganda.⁸

Em contrapartida, a exemplo do reconhecimento de José Roberto de Toledo de que o conceito de repórter “tem passado por uma revolução”⁹, os agentes explicitam a consciência das transformações que têm afetado a profissão. Soma-se a isso a tentativa de demarcação de um espaço simbólico – a edificação das margens de uma instituição detentora da disseminação pública de informação, como afirma Bourdieu (1997) ao tratar do campo jornalístico francês – que os profissionais brasileiros fazem do campo:

⁴ Fala de Paulo Moreira Leite. Trecho da transcrição (13:39-13:49).

⁵ Fala de José Roberto de Toledo. Trecho da transcrição (07:49-08:01).

⁶ Paulo Moreira Leite. Trecho da transcrição: (11:35-11:37).

⁷ Depoimento de Maurício Dias. Trecho da transcrição: (12:25-12:27).

⁸ Depoimento de Leandro Fortes. Trecho da transcrição: (12:18-12:32)

⁹ José Roberto de Toledo. Trecho da transcrição: (16:16-16:20).

Esse é o diferencial que a gente pode dar. Porque a notícia "O COPON [Comitê de Política Monetária] subiu a taxa de juros em 0,25%, em 0,5%... isso tá na nota do Banco Central, não precisa de muito esforço. Agora o que que significa isso?"¹⁰

Informação é parte do nosso trabalho, nós mexemos com processamento de notícias. Eu acho que a compreensão do trabalho do jornalista hoje na verdade é maior do que era antes, porque hoje se sabe exatamente o que a gente faz. Você colocar uma informação na internet, (...) "tá pegando fogo aqui no supermercado do meu bairro, isso não é jornalismo."¹¹

Da mesma forma, quando questionados sobre as mudanças trazidas ao centro da profissão pela Internet, os entrevistados apressam-se em demarcar os valores que distinguem a produção simbólica realizada pelos jornalistas em detrimento de outras fontes de informação ofertadas em abundância pela lógica das redes sociotécnicas. Na perspectiva bourdieusiana, admite-se que a sociedade insere seus mecanismos constitutivos na vida das pessoas sob a forma de "disposições duráveis ou capacidades treinadas e propensões estruturadas para pensar, sentir e agir"; mecanismos que, ao mesmo passo, guiam as pessoas "em suas respostas criativas aos constrangimentos e solicitações de seu meio social existente" (Wacquant, 2007, p.66). Assim, embora o habitus – e conseqüentemente o ethos – constitua uma disposição durável, não se mostra estático ou perpétuo – em outros termos, tendo em vista que se trata de uma estrutura estruturada estruturante (Bourdieu, 2009; 2013), suas disposições podem ser "corroídas, contrariadas ou mesmo desmanteladas pela exposição a novas forças externas" (Wacquant, 2007, p. 67). Em um mergulho no escopo do documentário, portanto, faz-se possível verificar um constante processo de atualização que se materializa – tal como exemplificado nas disposições dos agentes frente à legitimidade do campo jornalístico, independentemente da heterogeneidade de seu local de fala – em uma homogênea autodefesa e na autolegitimação constante da profissão, seja em termos deontológicos ou de forma direcionada às novas formas de mediação proporcionadas pelas tecnologias da informação.

2) O jornalismo e a crença nos fatos

Uma segunda disposição analisada se caracteriza no terreno dos fatos. A referência à ideia de uma "realidade constituída por fatos" e de uma "verdade factual"

¹⁰ Depoimento de Cristiana Lobo. Trecho da transcrição: (16:37-16:51).

¹¹ Leandro Fortes. Trecho da transcrição (16:52-17:10). Grifos nossos.

mostra-se recorrente nos argumentos dos jornalistas, como exemplifica o depoimento de Mino Carta:

*O jornalista, teoricamente, oferece aos leitores, no meu caso eu penso em leitores sempre, a oportunidade de confrontar opiniões, de... ouvir versões, e de, também conhecer aquilo que eu chamo de verdade factual, a fim de informar a sua própria posição em relação aos fatos da vida e do mundo.*¹²

Para problematizar o universo dos “fatos” como discurso de legitimação do jornalismo, Jorge Furtado traz ao centro da narrativa cinematográfica casos pautados pela mídia brasileira que tencionam o *modus operandi* do campo e questionam alguns de seus valores simbólicos mais caros – a começar pela crença necessária no argumento da factibilidade. Um dos casos retratados com comicidade no enredo do longa-metragem é o da “Bolinha de Papel”. Em 2010, os meios de comunicação brasileiros divulgaram que o então governador do Estado de São Paulo e candidato à presidência da República, José Serra, fora submetido a uma tomografia após ter sido supostamente agredido por um grupo de militantes de esquerda. No entanto, cinco diferentes câmeras de televisão apresentadas pelo documentarista revelam que o político fora provavelmente atingido apenas por uma bolinha de papel – possivelmente, vinda de um segurança de sua própria equipe. Nesse contexto, instados a falar, os agentes acabam por legitimar a partir de suas disposições a manifestação de suas práticas com base nas interpretações que concedem ao caso. Entre os argumentos, sedimenta-se um valor simbólico bastante cristalizado e compartilhado pelos profissionais: o apego à factualidade. Essa valoração – ou *modus operandi* de referência das práticas – torna-se aparente nas respostas de Leandro Fortes e de Renata Lo Prete à pergunta “o quanto de certeza um jornalista deve ter antes de divulgar uma notícia?”:

*100% [de certeza]. Se não, não é informação jornalística! Esse é um... o trabalho jornalístico mexe com isso... 100%.*¹³

*Em princípio 100% [de certeza], na realidade é mais complicado do que isso, e sempre envolve alguma dose de aposta, na qual, às vezes você pode tropeçar mesmo agindo naquilo que você considera seu melhor discernimento.*¹⁴

¹² Depoimento de Mino Carta: Trecho da transcrição: (05:40-05:43).

¹³ Leandro Fortes. Trecho da transcrição: (21:33-21:39)

¹⁴ Depoimento de Renata Lo Prete. Trecho da transcrição: (21:43-21:59)

A ideia de factualidade volta a ser ressaltada pelos jornalistas em diferentes pontos do documentário. Trata-se, em outros termos, de um ponto de mirada segundo o qual um jornalista deve necessariamente atuar na busca por “verdades” que sejam verificáveis em uma realidade fenomênica. Leandro Fortes argumenta:

É o nosso instrumento de trabalho, é o fato, tudo mais, a linguagem, a edição, é floreio. A nossa... o nosso elemento básico de trabalho é a verdade factual.¹⁵

Adentrando no terreno da “interpretação”, Maurício Dias desenvolve um argumento paralelo ao reconhecer os fatos, mas parte do princípio de que existem mediações responsáveis pela angulação das ocorrências:

Eu não acredito que haja um fato bruto na natureza. “Pega aquele fato ali, recolha e tal. Plante!”. Ah, tudo é interpretação.¹⁶

Sublinha-se, assim, que o argumento da factualidade presente nas falas dos profissionais entrevistados integra um discurso histórico mais amplo de autolegitimação do jornalismo praticado como forma de um capital simbólico incorporado pelos agentes. Para Pierre Bourdieu (1997; 2019), todos os campos sociais possuem ao mesmo passo homologias estruturais e particularidades na distribuição de capitais específicos. Constituem, por conseguinte, espaços de forças nos quais há dominantes e dominados, agentes com maior ou menor autonomia, conflitos e concentrações de poder na disputa pela manutenção (ortodoxia) ou subversão (heterodoxia) das regras legitimadas. As propriedades do campo, por seu turno, estabelecem-se pelos habitus específicos de seus agentes; pela doxa (a relação consensual, um conjunto de crenças compartilhadas); e pelo nomos (as leis fundamentais e os princípios de divisão que regem esses espaços sociais).

Os depoimentos apresentados no documentário, nesse cenário, mostram-se pertinentes para uma reflexão sobre as categorias de percepção do mundo social construídas pelo ethos profissional dos jornalistas. Embora Jorge Furtado recorra a uma obra da dramaturgia europeia do século XVII para conduzir o documentário como narrativa de fundo, a visão contemporânea dos agentes escolhidos como representação de “jornalistas de respeito” – para valer-se dos termos do próprio

¹⁵ Leandro Fortes. Transcrição do trecho: (01:06:31-01:06:42).

¹⁶ Maurício Dias. Transcrição do trecho: (01:06:42-01:06:52).

cinesta – remete a alguns paradigmas hegemônicos – uma espécie de ortodoxia do campo – introduzidos no modelo ocidental de jornalismo especialmente a partir do final do século XIX e início do século XX: a crença necessária nos fatos como caução da confiabilidade jornalística e a emergência da objetividade como ideologia profissional (Schudson, 1978). Tratam-se, ademais, de elementos de um ethos profissional que não casualmente têm se mostrado presentes no próprio discurso de autolegitimação do campo frente às crises contemporâneas de seu estatuto de credibilidade (Träsel, Lisboa & Reis, 2018; Silva & Ibanhes, 2018)¹⁷.

3) *As práticas não-legitimadas: o anti-jornalismo*

Complementarmente às práticas já mencionadas de um “jornalismo responsável”, o debate apresentado em “O Mercado de Notícias” sobre as eventuais notícias não propensas ao “interesse público” – ou, nos termos do próprio filme, o chamado “anti-jornalismo” – dialoga com o conceito bourdieusiano de fatos-ônibus. Para Pierre Bourdieu (1997a), numa referência ao jornalismo francês, os fatos-ônibus subsidiam as notícias que não possuem importância para o interesse coletivo, mas que são disseminadas de forma frequente e eloquente pelo campo jornalístico. O sociólogo reitera que a futilidade dos fatos e a exibição constante no noticiário impedem que o campo deixe de abordar, em contrapartida, temas de “real relevância social”:

Os fatos-ônibus são fatos que, como se diz, não devem chocar ninguém, que não envolvem disputa, que não dividem, que formam consenso, que interessam a todo mundo, mas de um modo tal que não tocam em nada de importante. As notícias de variedades consistem nessa espécie elementar, rudimentar, da informação que é muito importante porque interessa a todo mundo sem ter consequências e porque ocupa tempo, tempo que poderia ser empregado para dizer outra coisa. [...] É que essas coisas tão fúteis são de fato muito importantes na medida em que ocultam coisas preciosas. (Bourdieu, 1997, p. 23)

¹⁷ Importante mencionar que o documentário, datado de 2014, precede a disseminação em massa das estratégias contemporâneas de desinformação denominadas de “fake news”, que possuem no ano de 2016 um marco distintivo a partir das campanhas eleitoral de Donald Trump, nos Estados Unidos, e do referendo do Brexit, no Reino Unido. Em termos analíticos, este artigo tem sua raiz em uma pesquisa prévia, concluída em 2017, que também precede a influência das estratégias de desinformação na eleição presidencial brasileira de 2018 e seu consequente impacto no campo jornalístico (ver: Pedro Neto, 2017). Todavia, um dos principais elementos de pertinência do documentário estudado remete exatamente à anteposição de discussões que ganhariam a pauta da academia nos anos seguintes.

Em termos práticos, o núcleo da argumentação presente nos depoimentos dos jornalistas em “O Mercado de Notícias” direciona a existência das notícias compreendidas na tipologia bourdieusiana como “fatos-ônibus” à cobertura jornalística política no Brasil; isto é, remetem ao tratamento – implícito ou explícito – que os acontecimentos políticos recebem a partir de abordagens jornalísticas não necessariamente calcadas no “interesse público”. A reflexão de Pierre Bourdieu encontra ressonância nas declarações críticas de jornalistas experientes do campo – detentores, portanto, de um capital cultural consolidado –, como Mino Carta e Geneton Moraes Neto. De forma explícita, as falas dos jornalistas manifestam a consciência do campo a respeito de seus valores de legitimação, incorporados no habitus a partir de um ethos, o que contribui para edificar – num vértice deontológico – a autodefesa da profissão:

Então essa aspiração [pelo extraordinário] que vai ao encontro de uma manchete bombástica leva o jornalista a valorizar fatos que não merecem aquela manchete.¹⁸

Aquele buraco que existe entre a força da realidade e a realidade transcrita depois nos jornais ou na TV, frequentemente existe um abismo entre essas duas coisas e isso aí depõe contra o jornalismo e eu diria até que é um risco à sobrevivência do jornalismo.¹⁹

O ethos profissional manifesta-se, assim, como um princípio responsável por estruturar os valores, as disposições e as representações dos agentes e por orientar suas condutas – ou, ainda, como elemento responsável pelas premissas e escolhas práticas e valorativas dos agentes, derivadas da experiência social, mas que não correspondem à concepção estrita da ética (Peters, 2009). Contraditoriamente, porém, a parametrização instituída no campo jornalístico como “critérios noticiosos” contribui historicamente para que os acontecimentos debatidos no espaço público midiático se atrelem mais à própria visão de mundo dos jornalistas – ou, de forma ainda mais severa, dos detentores dos meios de comunicação – do que propriamente a um eventual “interesse coletivo” (Silva, 2013). Soa suficientemente interessante, portanto, que no bojo de mais um argumento de autolegitimação das práticas, o documentário sublinhe essa forma peculiar de autonomização dos agentes sob a égide do “anti-jornalismo”.

¹⁸ Mino Carta. Transcrição: (52:47- 52:48).

¹⁹ Depoimento de Geneton Moraes Neto. Transcrição: (52:49-53:07)

Algumas considerações possíveis

A exemplo do relato do historiador norte-americano Robert Darnton (1990) sobre sua juventude de repórter exposta na epígrafe que abre o artigo, reconhecer com base em uma observação empírica os valores simbólicos partilhados, as categorias de pensamento, os costumes e os modos de enxergar o mundo social a partir do ethos profissional dos jornalistas permite uma compreensão mais ampla dos mecanismos de funcionamento do campo. O pensamento sociológico de Pierre Bourdieu tem servido como um rico arcabouço para subsidiar estudos na área das Teorias do Jornalismo, uma vez que fornece elementos teórico-conceituais para pensar as especificidades do universo dos meios de comunicação, seu *modus operandi* e suas problemáticas intrínsecas – ou ainda, nas palavras de Darnton (1990, p. 96), suas “concepções culturais prévias”.

Aplicar o conceito bourdieusiano de ethos a partir de categorias de análise no documentário “O Mercado de Notícias”, nesse cenário, traduz-se num desafio pelas próprias particularidades narrativas da linguagem cinematográfica documental. A interface entre a Teoria da Prática de Pierre Bourdieu e a produção de Jorge Furtado, porém, possibilita algumas observações pertinentes a respeito da constituição do campo jornalístico. As opções narrativas aplicadas ao documentário, que congrega depoimentos de jornalistas estrategicamente selecionados, a montagem contemporânea de uma peça dramática do século XVII e as intervenções precisas do cineasta, são demasiadamente multifacetadas para o esgotamento no âmbito de um artigo. Permitem, todavia, uma leitura complexa que expõe as contradições dos agentes sociais no complexo jogo de capitais culturais do campo jornalístico.

Os jornalistas entrevistados evidenciam nos depoimentos analisados suas estratégias em relação às mudanças tecnológicas e às disputas políticas que têm tensionado as regras legitimadas entre os agentes do campo jornalístico. Denota-se que, para eles, a solução frente aos abalos nos códigos deontológicos da profissão se assenta na reafirmação e na legitimação dos princípios considerados como o “bom jornalismo”. Constituem-se disposições, por sua vez, que repousam na autoimagem dos jornalistas como agentes legitimados socialmente para a construção da notícia a partir da confiabilidade da apuração na busca por fatos.

Entende-se que, embora sejam localizadas variáveis de heterogeneidade entre os agentes entrevistados – tal como gênero, circunstâncias geracionais, diferenças de opiniões políticas e de trajetórias individuais e profissionais –, constata-se uma boa dose de homogeneidade em questões tangíveis aos modos de se fazer e de se refletir

historicamente a prática jornalística. Desse modo, mesmo no escopo da dessemelhança das visões de jornalismo apresentadas pelos entrevistados e pelo documentarista (seja em suas intervenções diretas ou nos recortes da peça teatral), identifica-se na análise uma coesão de valores que remetem a um discurso histórico de autolegitimação da profissão, à autodefesa dos tensionamentos extrínsecos oriundos do mundo social e, ainda assim, à autocrítica constante entre os pares (a ojeriza ao anti-jornalismo) – fatores imprescindíveis para a compreensão da crise contemporânea nos contratos simbólicos e no estatuto de credibilidade do jornalismo.

Referências

- Bourdieu, P. (1997a). *A influência do jornalismo*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Bourdieu, P. (2015). *Coisas Ditas*. São Paulo: Brasiliense.
- Bourdieu, P. (2013). Esboço de uma Teoria da Prática. In Ortiz, R. *A sociologia de Pierre Bourdieu*. São Paulo: Olho d'água.
- Bourdieu, P. (2009). *O poder simbólico* (12.ed). Rio de Janeiro: Bertrand do Brasil.
- Bourdieu, P. (2002). *Pierre Bourdieu entrevistado por Maria Andréa Loyola*. Rio de Janeiro: EdUERJ.
- Bourdieu, P. (1997b). *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Bourdieu, P. (1997c). The forms of capital. In: Halsey, A. H., Lauder, H., Brown, P., & Stuart Wells, A. *Education, Culture, Economy, Society*. Oxford: Oxford University Press.
- Bourdieu, P. (2019). *Questões de Sociologia*. Petrópolis: Editora Vozes.
- Bourdieu, P., Chartier, R. (2011). *O sociólogo e o historiador*. Belo Horizonte: Autêntica.
- Darnton, R. (1990). *O beijo de Lamourette: Mídia, cultura e revolução*. São Paulo: Companhia das letras.
- Furtado, J. (Diretor). (2014). *O mercado de notícias* [DVD]. Porto Alegre: Casa de Cinema de Porto Alegre.
- Furtado, J. (2014). *O Mercado de Notícias: o projeto*. Consultado em 14 de abril de 2020. Disponível em: <http://www.omercadodenoticias.com.br/o-projeto/>.
- Gomes, W. (2009). *Jornalismo, fatos e interesses: ensaios de teorias do jornalismo*. Florianópolis: Insular.
- Grenfell, M. (Ed.) (2018). *Pierre Bourdieu: conceitos fundamentais*. Petrópolis: Vozes.
- Lago, C. (2003). *De romântico e de louco... reflexões sobre o romantismo jornalístico*. Trabalho apresentado no XII Encontro Anual da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação, Recife.

- Lago, C. (2015). *Pierre Bourdieu e algumas lições para o Campo da Comunicação*. Intexto, 34, 728-744.
- Miceli, S. (2003). *Bourdieu e a renovação da sociologia contemporânea da cultura*. Tempo Social, 15(1), 63-79.
- Moore, M. (2018). Capital. In: Grenfell, M (Ed.). *Pierre Bourdieu: conceitos fundamentais*. Petrópolis: Vozes.
- Pedro Neto, L. (2017). *Construção da identidade jornalística pelo documentário: uma análise das representações dos jornalistas em "O Mercado de Notícias"*. (Monografia de conclusão de curso). Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande.
- Peters, G. (2009). *Configurações e reconfigurações na teoria do habitus: um percurso*. Trabalho apresentado no XIV Congresso Brasileiro de Sociologia, Rio de Janeiro.
- Schudson, M. (1978). *Discovering the news: a social history of American newspapers*. New York: Basic Books.
- Silva, M. P. (2013). *As dissonâncias cotidianas nas rotinas dos jornais: o habitus jornalístico e a atribuição de um sentido hegemônico às notícias*. Estudos em Jornalismo e Mídia, 10, 69-84.
- Silva, M. P., Ibanhes, M. C. (2018). *"Fake News" e as contradições da retórica de autolegitimação do Jornalismo: um caso de paralaxe*. Trabalho apresentado no XVI Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, São Paulo.
- Thiry-Cherques, H. (2006). *Pierre Bourdieu: a teoria na prática*. Revista de Administração Pública, 40(1), 27-53.
- Träsel, M., Lisboa, S., Reis, G. (2018). *Indicadores de credibilidade no jornalismo: uma análise dos produtores de conteúdo político brasileiros*. Trabalho apresentado no XXVII Encontro Anual da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação, Belo Horizonte.
- Valle, I. R. (2007). *A obra do sociólogo Pierre Bourdieu: uma irradiação incontestável*. Educação e Pesquisa, 33(1), 117-134.
- Wacquant, L. (2007). *Esclarecer o Habitus*. Educação e Linguagem, 10(16), 63-71.

ABSTRACT:

The article analyzes the dispositions, perceptions and values of journalists interviewed by Brazilian documentary "O Mercado de Notícias" ["The Staple of News"] (Jorge Furtado/2014/94 min). The analysis is based on the theoretical-conceptual framework of Pierre Bourdieu's sociological thinking. Some of the main excerpts from the testimonies of the 13 professional agents invited by the filmmaker are studied and categorized to explain their representations about the journalistic field.

KEYWORDS: Journalistic ethos; The Staple of News; Pierre Bourdieu.

RESUMEN:

El artículo analiza las disposiciones, percepciones y valores de los periodistas entrevistados en el documental brasileño "O Mercado de Notícias" ["El mercado de las noticias"] (Jorge Furtado/2014/94 min). El análisis se basa, por lo tanto, en el marco teórico-conceptual del pensamiento sociológico de Pierre Bourdieu. Sobre la base de categorizaciones, se estudian algunos de los principales extractos de los testimonios de los 13 agentes profesionales invitados por el cineasta para explicar sus representaciones sobre el campo periodístico.

PALABRAS-CLAVES: Ethos periodístico; El Mercado de las Noticias; Pierre Bourdieu.