

Capítulo 1

O jornalista, um ‘operário em construção’

Joaquim Fidalgo¹

1. Introdução

O objectivo central desta comunicação é tentar compreender os contornos e as especificidades da profissão de jornalista, seja nos modos como ela é encarada e tratada pelos seus directos protagonistas, seja nos modos como ela é olhada e julgada pelo todo social em que está inscrita e com que interage. O pressuposto é o de que a profissão foi sendo o que quis ou pôde ser, mas também o resultado (instável, mutável, situado) de tensões, de equilíbrios, de negociações com os diversos actores sociais com que ela, de diferentes modos em diferentes tempos e espaços, se interrelacionou.

Pretendeu-se identificar e analisar os elementos que, de algum modo, concorrem para configurar uma determinada identidade profissional, mesmo sabendo que, no caso do jornalismo, eles são declinados de maneiras algo particulares – a ponto de haver quem, tomando por referência o modelo típico das profissões liberais ‘estabelecidas’, como as de médico ou advogado, prefira considerar o jornalismo uma “meia profissão” ou uma “quase profissão”. Até por isso, pareceu especialmente recomendável olhar com atenção para os processos e estratégias que levaram à progressiva afirmação do jornalismo como uma actividade e um domínio de saber autónomo. Este foi um percurso sinuoso e acidentado, que em rigor nem se pode dar ainda por concluído: a “contradição de base” entre um perfil profissional que ora se reclama mais do artístico, ora mais do técnico, que ora reivindica a autonomia própria de um profissional liberal, ora se associa aos constrangimentos laborais de um trabalhador assalariado, que ora proclama um saber e um saber-fazer altamente especializados, ora encara de soslaio eventuais exigências de titulação académica para aceder legalmente à profissão, acompanha o jornalista praticamente desde as origens. Se estas particularidades o diminuem como profissional, ou se são antes os ingredientes próprios de um *métier* juridicamente reconhecido e socialmente legitimado (além de poderosamente influente), é matéria que continua a merecer discussão.

Um passo essencial deste trabalho é o mergulho no percurso histórico, desenvolvido sobretudo a partir de meados do século XIX, que levou à autonomização da actividade do jornalismo e ao esboçar da profissão. Especialmente significativos são os cenários de França e dos Estados Unidos, onde, de modo algo esquemático, podemos situar as raízes das duas tradições mais fortes – a “político-literária”, associada ao **modelo europeu**, e a “informativa” associada ao modelo **anglo-americano** – que acabaram por construir o moderno jornalismo. Ao longo deste percurso vão

¹ Instituto de Ciências Sociais – Universidade do Minho, jfdalgo@ics.uminho.pt

emergindo, entretanto, os principais elementos que é comum associar ao profissionalismo (cf. Larson, 1977; Singer, 2003), sejam os do domínio *cognitivo* (um saber próprio, formal, codificado e transmissível, e um saber-fazer especializado), sejam os do domínio *valorativo* (um determinado estatuto social, um “espírito de corpo” traduzido em associações profissionais com poderes importantes), sejam os do domínio *normativo* (a invocação da prestação de um serviço público em moldes responsáveis e altruístas, o compromisso com um conjunto de valores éticos e de normas deontológicas). Emergem de modos diversos conforme os países e as épocas, emergem com as suas certezas e as suas contradições, mas é neles que o grupo dos jornalistas vai procurando alicerçar as bases da sua profissão, com isso tentando obter o **reconhecimento** e a **legitimação**, tanto na esfera jurídico-legal como no plano social.

2. Entre o *modelo* de profissão...

O investigador francês Denis Ruellan ironiza com o facto de um jornalista normalmente se identificar como “*jornalista profissional*”, quando é certo que “nunca dizemos *professor profissional*, *advogado profissional* ou *agricultor profissional*” (Ruellan, 1993: 11, realces do autor). Com isso ele expõe, afinal, a ambiguidade que desde há décadas acompanha este grupo profissional (ou ‘grupo ocupacional’) e torna difícil a definição dos seus contornos. O que poderia parecer uma formulação pleonástica, destinada a enfatizar o óbvio, acaba por ser a tradução pública e notória da necessidade, sentida por grande parte dos jornalistas, de sublinharem o carácter **especializado**, **autónomo** e **nobre** da actividade que exercem a título permanente, exclusivo e remunerado. Insistir em adjectivar o jornalista de “*profissional*” pressupõe que pode, de facto ou de direito, haver jornalistas “*não profissionais*” – com isso podendo significar-se desde “amadores” a “dilettantes”, passando por “aprendizes”, “principiantes”, “incompetentes” – o que, só por si, é revelador de uma dificuldade de definição e de delimitação nada comuns nas chamadas ‘profissões estabelecidas’.

Ao contrário do que sucedeu continuamente nos países do universo anglo-americano (onde uma distinção entre ‘*professions*’ e ‘*occupations*’ sempre foi muito clara e assumida), na generalidade dos países europeus (e designadamente em França ou em Portugal) o termo “profissão” sempre teve uma utilização mais genérica, e portanto mais indefinida. Claude Dubar e Pierre Tripier fazem uma boa síntese dos três principais “universos de significação” associados ao uso do termo “profissão” (Dubar & Tripier, 1998: 9-11):

- 1) “qualquer coisa que se enuncia publicamente e que está ligada a crenças político-religiosas” (é a chamada ‘profissão de fé’, o ‘professar certas crenças ou valores’);
- 2) “o trabalho que se faz, na medida em que nos permite viver graças ao rendimento que dele retiramos” (acepção próxima da ‘ocupação’ e incluída nos elementos básicos de identificação de uma pessoa);
- 3) “o conjunto de pessoas que exercem o mesmo ofício” (e o sentido, aqui, é próximo do de ‘corporação’ ou de ‘grupo profissional’).

Dubar & Tripier acrescentam a estes três sentidos um quarto, mais recente, de profissão “como função” ou como “posição profissional num organigrama” (*ibid.*: 12). E é em paralelo com estes quatro sentidos do termo que propõem também quatro “pontos de vista diferentes sobre a actividade do trabalho” (*ibid.*: 12-13) subjacentes a cada um deles:

- a) profissão = declaração (aponta para uma “identidade profissional”)
- b) profissão = emprego (corresponde a uma “classificação profissional”)
- c) profissão = ofício (pressupõe uma “especialização profissional”)
- d) profissão = função (significa uma “posição profissional”).

Olhado numa perspectiva histórica, um estudo comparativo das profissões pode, entretanto, ainda segundo estes autores, seguir três perspectivas diversas e complementares, cada uma fazendo luz sobre diferentes aspectos desta forma de organização no contexto da sociedade:

- 1) as profissões como “formas históricas de organização social, de categorização das actividades do trabalho que constituem desafios políticos, inseparáveis da questão das relações entre o Estado e os indivíduos” – os “grupos intermédios” teorizados por Durkheim (1893/2001);
- 2) as profissões como “formas históricas de realização de si, quadros de identificação subjectiva e de expressão de valores de ordem ética com um significado cultural”;
- 3) as profissões como “formas históricas de coligação de actores que defendem os seus interesses tentando assegurar e manter um mercado de trabalho fechado, um monopólio para as suas actividades, uma clientela garantida para o seu serviço, um emprego estável e uma remuneração elevada, um reconhecimento da sua especialização [*expertise*]”, o que consubstancia um desafio sobretudo económico.

É a partir destes três tipos de desafios ou interpelações (político, ético-cultural, económico) que Dubar & Tripier (*ibid.*: 14) sintetizam o triplo objecto da sociologia das profissões, tal como a desenvolvem: “a organização social das actividades de trabalho, a sua significação subjectiva, e os modos de estruturação dos mercados de trabalho”.

De certo modo, é a sucessão destas três perspectivas (e da sua valorização relativa em cada momento histórico) que vamos também encontrar nas grandes abordagens teóricas da sociologia das profissões ao longo do século XX. Os primeiros estudos foram dominados pelas teorias **funcionalistas**, tendendo a olhar as profissões (à imagem das profissões liberais) como “um modelo superior e completo (...), a que as restantes ‘ocupações’ não conseguiam alcandorar-se” (Rodrigues, 2002: viii). Num segundo momento, o paradigma **interaccionista** começa a dominar as abordagens, pondo em relevo as profissões já não como *modelo* mas como *processo*, e ressaltando não tanto as suas características ou atributos, mas as condições concretas do seu exercício, a partir de interacções entre os actores sociais (*ibid.*: 25). Num terceiro momento, há uma variedade de estudos que procuram não só uma espécie de síntese dos dois paradigmas (funcionalista e interaccionista), como vão mais além, introduzindo nas abordagens as dimensões histórica e económica (como, por exemplo, o controlo dos mercados fechados de trabalho), chamando a atenção sobretudo para o **poder** das profissões (*ibid.*: 47), bem como para as **estratégias** dos grupos profissionais na conquista e preservação desse poder.

3. ... e o processo de profissionalização

Os modos como o ofício de jornalista foi tentando, sobretudo desde finais do século XIX até à segunda metade do século XX, transformar-se numa profissão – e, muito especialmente, ver-se **reconhecido** e **legitimado** como tal – acabaram por ser influenciados pelas concepções dominantes nesta matéria, fortemente tributárias do paradigma funcionalista até aos anos 1960-70. Hoje em dia, contudo, as “insuficiências conceptuais” deste paradigma “aplicado ao estudo dos grupos profissionais são bem conhecidas” (Ruellan, 1997a: 138), pois ele apenas “constrói um ideal-tipo das profissões que participa no trabalho de legitimação de certos grupos, oferecendo-lhes a justificação através de um discurso científico” (*ibidem*). Ao proceder assim, a lógica funcionalista “faz desaparecer a dimensão histórica dos grupos profissionais, o processo de formação das estruturas e das organizações das profissões, aquilo a que usualmente se chama profissionalização” (*ibidem*).

Na busca de uma espécie de ‘carta de alforria’ para o seu *métier*, os jornalistas foram desenvolvendo uma **estratégia profissional**² que se compreende melhor se, em vez de nos fixarmos só nos rótulos ligados a um ideal-tipo de profissional, alargarmos a reflexão a outras perspectivas, desde logo porque elas nos permitem, como já sugeria Hughes, “distinguir os *fundamentos* da organização profissional dos seus *modos de legitimação*” (Ruellan, 1997a: 139, realce nosso). Trata-se, afinal, aquilo para que Paredeise também chama a atenção com esta síntese:

Os traços das profissões que o modelo parsoniano tratava como consequências necessárias das funções macro-sociais reconhecidas aos profissionais são, agora, deduzidos dos desafios, dos recursos e dos constrangimentos dos jogos de interação nos quais se exprimem os membros de uma coligação profissional. Cada traço é susceptível de caracterizar uma profissão simultaneamente como produto e como condição de trabalho de produção e de reprodução da profissão, ao mesmo título que outros recursos e constrangimentos de acção em torno de um ‘enjeu’ central: a monopolização de um segmento do mercado de trabalho, visando controlar a incerteza da relação salarial ou de mercado (Paredeise, 1988: 12).

Que os jornalistas fizeram um caminho de profissionalização, é evidente. Que alcançaram um estatuto muito próprio, não se duvida. Que são olhados e tratados como “profissionais”, parece claro. Que agem, eles próprios, com um assumido poder em termos colectivos, também parece inquestionável. Ainda assim, persistem dúvidas sobre os reais fundamentos dessas suas ‘conquistas’ ou até sobre a legitimidade de todas elas, do mesmo modo que continua a não ser fácil definir, desenhar, caracterizar consensualmente **uma identidade profissional**³ dos jornalistas ou explicar as recorrentes ambiguidades no processo da sua construção e afirmação. É a especificidade desta profissão que nos importa tentar perceber, sendo certo que, como sugere Ruellan (1993, 1997a), a imprecisão dos contornos de uma identidade profissional recorrentemente apodada de vaga e fluida (o “*professionalisme du flou*” que o autor francês dissecou) não é necessariamente uma insuficiência, uma disfunção ou um defeito, podendo até ser um trunfo.

4. O percurso histórico dos jornalistas

Podemos estabelecer cinco momentos essenciais neste processo histórico de construção, afirmação e institucionalização do grupo profissional dos jornalistas, ou seja, da “transformação em grupo visível, auto-qualificado de profissional, de um agregado de indivíduos até então atomizados e com uma imagem social não preocupada com a unidade” (Ruellan, 1997a: 19):

- 1) Os **primórdios** da actividade, antes do aparecimento da imprensa industrial – que ocorre a partir de meados do século XIX;
- 2) Um período de forte expansão da actividade, por força da referida **industrialização**, e que assiste ao surgimento da imprensa popular;

² Usa-se esta expressão no sentido em que Dubar & Tripier (1998) a usam, na esteira do conceito de “*professional project*” enunciado e desenvolvido por Larson (1977).

³ Utilizamos o conceito de “**identidade**”, seguindo as propostas de Dubar (1997; 2000), não numa acepção “essencialista” – que ligaria identidade a supostas “realidades essenciais”, simultaneamente “imutáveis e originais” (Dubar, 2000: 2) –, mas, pelo contrário, numa acepção “nominalista” ou “existencialista” – que a associa a “modos de identificação, historicamente variáveis” (*ibid.*: 3), inseridos num contexto e resultando da interação com ele. Neste sentido, a identidade “não é o que fica necessariamente ‘idêntico’, mas o resultado de uma ‘identificação’ contingente” (*ibidem*), decorrente de operações tanto de diferenciação (que procuram definir “aquilo que faz a singularidade de alguém”) como de generalização (que procuram “definir o ponto comum a uma classe de elementos todos diferentes”). Deste modo, “não há identidade sem alteridade”, e “as identidades, como as alteridades, variam historicamente e dependem do seu contexto de definição” (*ibidem*). A construção da identidade é, pois, resultado de uma dupla e permanente “transacção”, tanto interna (biográfica) como externa (relacional) – sendo esta segunda a que particularmente nos ocupa aqui, no contexto da construção social de uma identidade *profissional* entendida como identidade *colectiva*. No caso dos jornalistas, esta construção coincidiu de algum modo com o seu processo de profissionalização, embora acrescentando às componentes objectivas desse processo (o estatuto, a formação, as associações, os códigos de conduta) uma componente subjectiva (Blin, 1997), consistindo na *representação* que o grupo profissional foi fazendo *de si mesmo* e procurando ‘impor’ *para fora*, num contexto de tensões e negociações com os grupos “de fronteira” – e com o todo social, em tempos e espaços concretos e situados.

- 3) As décadas que mediaram **entre as duas guerras mundiais**, quando se conquistou, nos aspectos essenciais, o estabelecimento de um quadro legal e institucional para a profissão;
- 4) O período **desde a 2ª Guerra Mundial aos nossos dias**, tempo de consolidação e sedimentação dos adquiridos anteriores.
- 5) O tempo do **advento e expansão da Internet** (fim do séc. XX / inícios do séc. XXI), com a revolução provocada pelas tecnologias digitais e que trouxe ao jornalismo novos debates e desafios.

4.1 - Os primórdios

No primeiro momento, o jornalismo é um ofício mal definido e, mais que isso, marginal. “A nossa profissão tem simultaneamente uma origem canalha e um *pedigree* régio”, diz Cebrián (2004), evocando os primeiros tempos dos *avvisi* manuscritos, com informação comercial para os mercadores, e das *gazette* vendidas pelos gondoleiros venezianos do século XVII ao preço da mais pequena moeda de então (a “gazeta”), folhas volantes com histórias incríveis misturadas de verdadeiro e de falso, mas cujo potencial propagandístico os poderes políticos não tardaram a descobrir, passando até a outorgar só a alguns o privilégio da sua publicação. São origens que levam Palmer a falar destes ‘proto-jornalistas’ como “os filhos bastardos do comércio e da política, mediadores de mensagens com finalidades múltiplas, encarregados de difundir propaganda e divertimento” (Palmer, 1994: 120).

Típico deste enquadramento originário pode ser o primeiro periódico digno desse nome que foi criado em França, em 1631, por Théophraste Renaudot: o semanário *La Gazette*. Também ele nasceu da vontade de fazer circular informações com valor comercial, também ele se escudou numa autorização de publicação que lhe foi outorgada pelo rei. São estes, no entanto, os primeiros passos de uma disciplina que há-de tomar forma própria sobretudo na segunda metade do século seguinte, e que o próprio Renaudot já procurava minimamente definir, por relação com outras disciplinas, como a história. É célebre a sua frase: “*L’histoire est le récit des choses advenues; la gazette seulement le bruit qui en court...*” (cit. em Albert, 1970: 12).

Parece evidente o carácter precursor de *La Gazette*, em França. Ela “introduziu na sociedade uma [nova] prática profissional” e mostrou a “complementaridade entre a informação e os anúncios”, além de ter “sublinhado o lugar e a função das fontes e, sobretudo, apontado a importância das relações com os poderes” – ou seja, “o essencial da problemática jornalística”, como destaca Mathien (1995: 31-32).

Especificamente no que toca aos protagonistas directos deste labor, os jornais que vão surgindo ao longo do século XVIII⁴ permitem-nos ver que os seus artífices se entregam a um ofício claramente desconsiderado em termos sociais, desvalorizado em termos culturais, heterogéneo e multiforme em termos grupais. A presença fortíssima das actividades literária e política no processo de nascimento e afirmação do jornalismo europeu enquanto actividade autónoma é um traço determinante deste período anterior aos meados do séc. XIX – um período em que, se assim se pode dizer, já há **jornais** mas ainda não há **jornalismo** nem **jornalistas**:

[P]ara colaborar num jornal, uma pessoa não tinha necessidade de se dizer jornalista ou, se desejava afirmar este rótulo, não fazia dele o seu título principal. Era-se, em primeiro lugar, homem de letras, advogado ou professor. (...) Podia-se perfeitamente escrever artigos e publicá-los sem que isso significasse exercer o ofício de jornalista (Ferenczi, 1993: 21).

⁴ Em Inglaterra, o primeiro jornal diário (*The Daily Courant*) surgiu em 1702, podendo assim considerar-se, como defende Albert (1970: 16) “o primeiro verdadeiro diário do mundo”. Quanto a França, viu nascer o primeiro quotidiano de sucesso (*Le Journal de Paris*) em 1777, enquanto os EUA ainda tiveram de aguardar quase uma década mais (até 1781).

A par da matriz **literária**, a utilização do jornal como espaço privilegiado de intervenção **política** era outra marca distintiva, e que a muitos agradava, fosse em termos de publicitação de ideias próprias, fosse enquanto via de acesso aos meandros do poder.

Também em Portugal esta filiação inicial da actividade jornalística nos campos da literatura e da política, foi marcante. O processo de desenvolvimento da imprensa ocorreu aqui mais tardiamente do que noutros países europeus, embora seguindo-lhes as mesmas etapas. O primeiro jornal digno desse nome – ou seja, uma publicação com as necessárias características de periodicidade e continuidade (Tengarrinha, 1989: 35) – data de 1641, curiosamente chama-se também *Gazeta* e tem uma óbvia intencionalidade política, ligada ao movimento da Restauração.

4.2. A industrialização da imprensa

Após esta fase inicial, passa-se, a partir de meados do século XIX e até à primeira década do século XX, a um momento importante, em que o jornalismo se constitui, no fundamental, como profissão e os jornalistas mostram empenho em se afirmarem como um grupo profissional.

Para esta alteração qualitativa concorrem factores diversos, sejam de ordem **política** (a implantação das democracias e a concomitante assunção da liberdade de expressão como elemento fundamental do seu funcionamento), de ordem **económica** e **tecnológica** (o processo de industrialização, a melhoria das comunicações, dos transportes e dos circuitos de distribuição de bens), de ordem **social** (o desenvolvimento progressivo de núcleos urbanos, a expansão crescente de uma classe média), de ordem **laboral** (a cada vez maior capacidade reivindicativa dos trabalhadores e o progresso dos instrumentos de contratação colectiva) ou de ordem **cultural** (o alargamento da instrução a grupos sociais para além das elites tradicionais, o desenvolvimento de consumos culturais). É o período em que se assiste ao surgimento de uma verdadeira imprensa de massas, à criação de jornais mais populares, de larga expansão e baixo custo (a chamada '*presse à un sou*' ou '*penny press*', conforme nos referimos a França ou aos países anglófonos).

O facto de, por esta época, “o jornal se [ter tornado] um produto de consumo corrente” (Albert, 1970: 55) é, a um tempo, causa e consequência do processo de profissionalização dos jornalistas: começa a haver um mercado de trabalho efectivo, com possibilidades de emprego regular a tempo inteiro, com um leque de funções mais especificamente ligadas à actividade de informar, de “reportar”, com uma crescente especialização de tarefas no seio de um processo industrial mais intenso, exigente e rotinizado:

O jornalismo moderno nasceu com os diários do século XIX. Enquanto os jornais ganhavam leitores às centenas de milhar ou aos milhões, os jornalistas eram estabelecidos num estatuto social inédito, a meio caminho entre a autoridade do saber e a arte da comunicação (Balle, 1987: 86).

A emergência de um grupo de “oficiais do mesmo ofício”, que são empregados de uma empresa e vivem exclusivamente do salário que dela recebem, é uma realidade nova que contrasta com a existência, até então, de “amadores” ou “diletantes” que escreviam nos jornais as suas crónicas literárias ou os seus manifestos políticos. Não admira que, neste novo contexto, comece a despontar uma solidariedade profissional, “uma consciência colectiva” de trabalhadores que partilham “o sentimento de ter um '*métier*' específico” (Ruellan, 1997a: 17) e de pertencer a um grupo profissional para o qual há agora um trabalho **regular** (empresas industriais estáveis), um trabalho **em equipa** (começam a constituir-se autênticas redacções), um trabalho **com especializações** (repórteres, secretários, articulistas, paginadores). O corolário natural é o surgimento de associações de defesa dos interesses do grupo – outro dos elementos típicos da afirmação de profissões autónomas.

Não é só no plano interior do grupo profissional que as mutações ocorrem. A relação deste com a sociedade, dimensão imprescindível para o reconhecimento social da actividade jornalística, ganha um impulso decisivo com a consagração legal da liberdade de imprensa, de que é exemplo emblemático a lei de Julho de 1881 em França. Trata-se de uma lei que formalmente concede aos jornais liberdade de publicação e aos jornalistas liberdade de escrita – o que traz um reconhecimento implícito da importância que a sociedade confere à actividade informativa para o exercício da cidadania –, a par da fixação de regras que inibam os seus abusos e, portanto, da definição das suas responsabilidades (Delporte, 1995). Esta atenção à relevância social e política da actividade jornalística tem os seus efeitos na consciência do próprio grupo profissional emergente:

Os jornalistas [sentem-se] cada vez mais investidos de uma “missão” social e política no espaço republicano: a de informar com vista à livre construção das opiniões dos cidadãos. Se a lei de 1881 fixa definitivamente o funcionamento dos *media* na esfera privada, ela confere-lhes igualmente, com base no seu espírito republicano, um papel considerável na esfera pública (Ruellan, 1997a: 18).

E este é mais um dos elementos associados à construção de uma profissão: a reivindicação de que se presta à sociedade, de modo altruísta e desinteressado, um serviço específico, relevante e mesmo imprescindível.

Nos Estados Unidos, por esta altura, o processo seguia trâmites semelhantes. Com Nova Iorque a tornar-se um centro urbano de grande importância, ali nascem e se desenvolvem os primeiros grandes jornais populares, também por força da vulgarização do seu conteúdo e da baixa do seu preço. O advento da *penny press* americana insere-se numa mudança mais global que ocorre, como defende Schudson (1978), a três níveis:

- a nível **económico** – os novos jornais vendem-se deliberadamente a um preço muito baixo, para poderem aumentar a circulação, e passam a vender-se também na rua, com recurso a ardinhas, como um produto de consumo comum. A rentabilização do negócio nestes moldes implica, em contrapartida, o recurso cada vez maior à publicidade;
- a nível **político** – há uma grande independência face aos partidos políticos e suas facções, ao contrário do que era uso anteriormente. Agora, o mundo político-partidário, de certo modo, torna-se “apenas uma parte do universo mais vasto das notícias” (Schudson, 1978: 22);
- a nível de **conteúdos** editoriais – é a ascensão da **notícia** ao lugar mais permanente e mais nobre do jornalismo, a ponto de se poder afirmar que a *penny press* “inventou o conceito moderno de notícia” (Schudson, 1978: 22). Agora o protagonismo já não vai para as opiniões e os editoriais, mas para os factos e os relatos de repórteres. A imprensa passa a reflectir “não só a vida comercial / mercantil ou a vida política, mas a vida social”, e não apenas das elites, mas de uma sociedade “cada vez mais variada, urbana e de classe média” (*ibidem*).

Esta nova filosofia, em que os jornais falam cada vez mais do quotidiano das pessoas e dos eventos da actualidade, liga-se à “emergência da ordem social moderna” ou, para utilizar a expressão preferida por Schudson (1978: 30), da “sociedade democrática de mercado” [*democratic market society*].

Portugal começou a trilhar os caminhos da imprensa como indústria também na década de 1860, com a sua versão própria da *penny press*, corporizada no lançamento do *Diário de Notícias* em Lisboa, a 1 de Janeiro de 1865. Tal como com os seus congéneres de outras paragens, não era só o preço que marcava o carácter inovador do novo periódico; era o seu projecto empresarial e editorial, que passava pela vontade de fazer um jornal popular, escrito num estilo fácil, essencialmente noticioso. Era um jornal susceptível de “interessar a todas as classes, ser acessível a todas as bolsas e compreensível a todas as inteligências”, para recordar a frase lapidar com que o *Diário de Notícias* se anunciou e definiu, logo no primeiro número.

A **industrialização** da imprensa, que se desenvolve nesta segunda metade do século XIX, corre em claro paralelo com a **profissionalização** do jornalismo. Ao enorme salto **quantitativo** da imprensa, que acaba por criar toda uma *indústria de jornais* e que, concomitantemente, cria um *mercado de trabalho* para a actividade jornalística, acrescentam-se importantes mudanças **qualitativas** (Ferenczi, 1993) que vão definir e modelar o jornalismo moderno, tornando-o em ofício autónomo, valorizado e reconhecido, e também mais próximo de uma legitimação social e jurídica que em breve se concretizará.

A tradição literária e política do jornalismo confronta-se agora com uma matriz em que o acento tónico é colocado mais na **informação** do que na **opinião**. Emblemáticos desta alteração são os **géneros jornalísticos** que começam a impor-se como modelos específicos do ofício de informar: além da *notícia*, estruturam-se e desenvolvem-se sobretudo a *reportagem* e a *entrevista*, com isso significando que quem se dedica ao jornalismo deve estar menos preocupado em ‘dizer o que pensa’ e mais em contar (em relatar, em reportar) o que outros pensam, dizem e fazem. Estes novos modos de abordagem noticiosa implicam também a criação e generalização de novas **técnicas** de tratamento, redacção e apresentação da informação num jornal, que de algum modo pretendem ir constituindo o acervo de um “saber” e um “saber-fazer” específicos.

A generalização do “*lead*” enquanto apresentação inicial, rápida e resumida, dos elementos mais importantes do texto noticioso, integrada num esquema narrativo segundo a lógica de “*pirâmide invertida*” (caminhando do mais relevante para o mais acessório, ao contrário das narrativas tradicionais), é um elemento central da afirmação deste novo “paradigma noticioso”. Como central – e particularmente marcante sobretudo na construção ideológica da nova profissão – é a adopção progressiva de um modo de abordar e descrever a actualidade que seja (e pareça) distanciada, um modo onde deliberadamente se acentuem algumas marcas ou sinais de *objectividade* (transcrições em discurso directo, contraposição seca das opiniões dos diversos envolvidos, utilização de fórmulas mais impessoais, recusa de adjectivos e de juízos de valor próprios), como forma de sinalizar o ‘apagamento’ da personalidade do jornalista em favor do relato rigoroso e isento dos “factos tal como aconteceram”. Como é bom de ver, esta construção, que procura lançar e afirmar os fundamentos de uma identidade profissional autónoma, não se resume a um mero conjunto de técnicas instrumentais: ela pressupõe, comporta e alimenta uma determinada *filosofia* – melhor seria dizer *ideologia* – que se mostrará determinante no percurso subsequente com vista à efectiva profissionalização dos jornalistas, e que passa pela sua capacidade / vontade de se afirmarem como detentores legítimos de um saber específico e prestadores qualificados de um serviço singular de interesse público.

O novo modelo de jornalismo faz emergir também novos **perfis profissionais** de jornalistas, de que o mais emblemático é o do *repórter*. Já no plano colectivo – convém sublinhar que está em curso uma óbvia mudança de uma “*representação individual*” do jornalista enquanto artífice solitário, sentado no seu gabinete, para uma “*representação colectiva*” do jornalista trabalhando no espaço partilhado de uma redacção (Delporte, 1999) – este é igualmente o tempo em que verdadeiramente começa a ganhar forma e identidade o **grupo profissional** dos jornalistas, mediante um trabalho de afirmação e reivindicação em várias frentes: na frente *sócio-económica* e *laboral*, na frente *associativa* e na frente *político-jurídica*.

Num contexto assim, não espanta que duas novas e importantes frentes de combate sejam abertas pelos jornalistas: a da **formação** e a da **ética e deontologia** profissional. Trata-se de domínios decisivos na sua estratégia de afirmação profissional. De algum modo, passavam por aqui as ‘contrapartidas’ oferecidas pelos jornalistas como penhor da sua seriedade de propósitos, do seu empenho profissional, da sua competência, da sua vontade de aprofundar a especificidade do serviço prestado à sociedade, da sua garantia de um comportamento responsável.

No que toca à **formação**, começam a desenvolver-se de modo mais sistemático algumas iniciativas. Surgem nos alvares do século XX os primeiros manuais de jornalismo, livros essencialmente práticos, mas que vão aludindo às qualidades principais que se exigem a um jornalista, entre elas a necessidade de aprendizagem. Mas há uma linha de fundo que se mantém: para estes autores, “o jornalismo é antes de tudo uma vocação” e, por isso, “não podem consagrar-se a ele senão os indivíduos dotados de reais qualidades intelectuais e morais” (Delporte, 1999: 169), sendo a aprendizagem escolar apenas um corolário ‘instrumental’ deste pressuposto básico. Daí, também, a dificuldade em afirmar instituições voltadas para o ensino do jornalismo, que muitas vezes são até ridicularizadas: “É mais ou menos como se se quisesse criar uma escola de poesia”, dizia Georges Fonsegrive (cit. em Delporte, 1999: 176). Não obstante, este novo domínio de trabalho vai fazendo o seu percurso. O primeiro centro de ensino do jornalismo em França nasce em 1899/1900 e algumas iniciativas semelhantes já tinham despontado anteriormente nos Estados Unidos.

Estas preocupações procuram responder também a outra preocupação crescente: a de que, na sua preparação para a profissão, os futuros jornalistas se impregnem de preceitos morais essenciais, que depois possam cultivar enquanto profissionais. A atenção aos aspectos **éticos** e **deontológicos** da profissão nascente está, assim, presente desde os primeiros passos, até porque se vai percebendo que é um domínio decisivo para a conquista do reconhecimento social do novo ofício e sua legitimação, além de ser um instrumento de consolidação do grupo profissional enquanto colectivo, que pelo caminho permite excluir os ‘indesejáveis’ ou os ‘mal formados’. A responsabilidade muito particular desta nova actividade começa a debater-se nestes finais do século XIX, desenvolvendo-se “o discurso sobre os fundamentos morais do jornalismo” (Delporte, 1999: 158).

Em síntese, podemos dizer que nesta fase o jornalismo “redefine as suas práticas, fixa o papel social do jornalista, aponta as suas referências culturais e identitárias fundamentais” (Delporte, 1999: 419).

4.3. O estatuto

Consolidado um **estado**, para retomar a expressão de Denis Ruellan, é agora altura de os jornalistas conquistarem um **estatuto**. É, basicamente, no período que medeia entre as duas guerras mundiais que vão criar-se e solidificar-se as estruturas e instrumentos essenciais da profissão: estatuto legal, carteira profissional, escolas, sindicatos, códigos de deontologia, mecanismos de acesso e de controlo.

Os esforços de afirmação de um estatuto próprio põem simultaneamente em evidência, mais do que nunca, os limites, as ambiguidades e as contradições de um grupo profissional que parece ficar sempre ‘a meio caminho’ de qualquer coisa: o jornalista é criador intelectual na imprensa, mas também operário assalariado numa indústria e num comércio de jornais; reivindica um *status* semelhante ao de qualquer profissional liberal, mas não prescinde, enquanto trabalhador por conta de outrem, das vantagens laborais da contratação colectiva; organiza-se em sindicatos, mas não deixa de emparceirar com escritores em associações profissionais de vocação mais abrangente; dá mostras de uma progressiva consciência colectiva no seu *métier*, mas não abdica de uma postura fortemente individualista, reclamando para a sua consciência pessoal decisões do foro ético ou profissional; compromete-se com um código deontológico geral para a profissão, mas é relapso a mecanismos (mesmo emanados do interior do grupo profissional) para a sua aplicação efectiva; não nega as virtualidades de uma formação escolar específica, mas continua a contrapor-lhe as vantagens de uma formação prática junto dos pares, na “tarimba” de uma redacção; enfim, exerce um poder inquestionável numa sociedade onde a informação se vai tornando um elemento essencial da construção e vivificação do espaço público, mas resiste a iniciativas ou mecanismos de responsabilização (de *accountability*) da sua actividade, nos quais se ancorariam os fundamentos de uma legitimidade que é requerida para qualquer poder pelas sociedades democráticas.

Momento emblemático deste ponto de viragem na construção da profissão, em França, é a aprovação de uma lei longamente reivindicada mas só conseguida em 1935, que estabeleceu o **estatuto profissional de jornalista** e, complementarmente, instituiu a sua **carteira profissional** – um título que passou a funcionar como sinal público e notório do exercício legítimo do ofício. Este passo marcante da profissionalização procura retirar da carteira o que ela, simbolicamente, se propõe ser: uma “garantia oficial de competência e moralidade” (Balle (1987: 101). Não é por acaso que, logo na altura do seu nascimento, o sindicato francês dos jornalistas escolhe e proclama o lema que o acompanhará: “Associação de defesa e de *disciplina* profissional” (cit. em Mathien, 1995: 68, realce nosso). Decididamente comprometido na luta pela obtenção de um estatuto para os jornalistas, o sindicato sabe bem que, para além das questões materiais, terá de trabalhar no terreno da moral e do seu controlo interno (ou seja, um controlo pelos pares, tal como era apanágio das profissões liberais e das suas Ordens), pois sabe que só assim a profissão assegurará o respeito da sociedade e aumentará o seu prestígio. Vão a par os esforços de **profissionalização** e de **moralização** dos jornalistas, sugerindo-se que uma não se concretiza sem a outra.

A aprovação do Estatuto Profissional do jornalista consagrou também uma definição genérica e tautológica de jornalista, que pouco dizia sobre o seu conteúdo concreto mas, em contrapartida, restringia o usufruto do título a quem já dispusesse de certas condições socio-laborais: jornalista é aquele que “tem como ocupação principal, regular e remunerada, o exercício da sua profissão numa publicação quotidiana ou periódica (...) e que retira daí o essencial dos recursos necessários à sua existência” (cit. em Delporte, 1995: 61). Imprecisa e imperfeita para uns, consciente e intencional para outros, esta ‘não-definição’ incide não sobre o conteúdo da actividade realizada – qual a natureza do jornalismo, quais os meios da sua realização –, mas sobre a categoria – os critérios ‘administrativos’ –, o que abre caminho a que uns possam **fazer sem ser** (ou seja, trabalhar efectivamente no *métier* mas não ver reconhecido esse estatuto) e outros **ser sem fazer** (ou seja, dispor formalmente do título mas não demonstrar qualificações ou competências específicas para a actividade). Estabelece-se, assim, a linha divisória entre os considerados “legítimos” no exercício do ofício – os únicos profissionais, os “encartados”, os que pertencem à **categoria** – e os que são tidos por “ilegítimos” ou apenas “amadores”, mesmo dedicando-se em alguma parte à **actividade** jornalística.

Se este processo tinha sido, em Portugal, condicionado por uma recorrente ausência de condições básicas de liberdade de expressão e de imprensa, tudo se complicou ainda mais neste período de entre as duas guerras mundiais do século XX: num tempo em que, por força da industrialização e crescente massificação dos meios de comunicação, se davam passos importantes para a construção da profissão de jornalista, a liberdade era de novo interrompida em Portugal, de modo ainda mais duradouro e mais intransigente. O regime de ditadura que o país sofreu a partir de 1926 prolongou-se por quase meio século, atravessando as décadas em que, em França como noutras paragens, se estabeleciam as bases formais e reais da ‘nova’ profissão. Não espanta, assim, que os jornalistas portugueses tenham sido obrigados a esperar por 1974 para conseguirem algumas das conquistas que muitos dos seus parceiros começaram por conseguir nas décadas de 20 e 30:

Noutros países, como em França (...), [a] industrialização da imprensa foi o motor da construção do jornalismo moderno nos termos que o conhecemos hoje e, principalmente, foi a impulsionadora de movimentos, discussões e organizações que culminaram na profissionalização do jornalista e na construção de uma comunidade profissional autónoma. No caso português, os baixos índices de leitura, a fraca dimensão económica das empresas jornalísticas e a inexistência de liberdade de expressão e de liberdade de imprensa, confirmam uma realidade social bem diferente que naturalmente terá influenciado a profissionalização dos jornalistas portugueses (Sobreira, 2003: 12).

No domínio da **ética** e da **deontologia**, será também só depois do 25 de Abril que os jornalistas portugueses estabelecem o quadro de referência que se obrigam a respeitar e que apresentam publicamente como o seu ‘contrato de responsabilidade’ com a sociedade.

4.4. As dúvidas do pós-guerra

Os progressos a que se assistiu na viragem do século XIX para o século XX, quer quanto ao desenho de um jornalismo informativo moderno, quer quanto à afirmação dos jornalistas como grupo profissional, cedo acabaram por se confrontar com novos problemas. O ambiente de optimismo e de crença no imparável desenvolvimento político, económico e cultural induzido pelo modelo da “sociedade democrática de mercado” viu-se ameaçado por situações que abalavam a fé nessa espécie de progresso irreversível da história: foi a 1ª Guerra Mundial, foi a “Grande Depressão” de 1929, foi a ascensão do nazismo e dos fascismos (Alemanha, Itália, Espanha, Portugal...), foi a construção de um novo bloco político tutelado pela União Soviética e inspirado por doutrinas comunistas que recolocavam em moldes muito duvidosos a questão fundamental da(s) liberdade(s) dos cidadãos, foi a 2ª Guerra Mundial (1939-45), com o seu cortejo de horrores. Todas estas circunstâncias tiveram influência nos modos de entender (e de lidar com) os meios de comunicação de massas, bem como no trabalho específico dos jornalistas. Aparentemente adquirido o *lugar* central da **informação** numa sociedade que o desenvolvimento das tecnologias de comunicação tinha tornado globalmente mais ‘aproximada’ e que o desenvolvimento político-económico-cultural tinha tornado mais ciosa de conhecimento e de participação, começava a questionar-se seriamente o seu *papel*, sobretudo porque se multiplicavam as experiências de uma utilização instrumental dos *media* – e também dos seus profissionais – com propósitos mais manipuladores do que genuinamente informativos. A este respeito, o recurso a acções de **propaganda** e de “gestão controlada” da informação, que tinha tido um uso incipiente na Grande Guerra de 1914-18 mas que explodiu durante a 2ª Guerra Mundial, trouxe vários sentimentos novos:

- o sentimento de que já não se pode nem deve acreditar ‘inocentemente’ naquilo que nos dizem os jornais, as rádios, as televisões, quando afirmam estar a informar-nos, pois podem ser movidos por objectivos propagandísticos bem determinados;
- a sensação de que a crença simples na evidência dos “factos” que nos são fornecidos com aparente objectividade pelos *media* não é suficiente para nos aproximar da “verdade”, pois os próprios factos podem ser criteriosamente escolhidos e manipulados, além de que nos dizem pouco sobre as suas possíveis (e decisivas) interpretações;
- o receio de que também os jornalistas não possam deixar de repercutir no seu trabalho, de modo mais ou menos consciente, os constrangimentos objectivos e os enviesamentos subjectivos decorrentes do exercício de uma actividade profissional ‘liberal’, mas exercida num contexto empresarial ‘tutelado’;
- a consciência crescente de que a uma visão restritiva e mitificada do papel do jornalismo como suposto “espelho” neutro e “reflexo” automático da realidade envolvente haverá que acrescentar, como condição de legitimação do seu poder crescente, uma inalienável responsabilidade social, traduzida em maturidade profissional, em exigência ética e em compromisso público com o exercício da cidadania.

Neste novo contexto ficou “minada a velha fé nos factos”, fosse por se sustentar de modo cada vez mais consensual que “não há factos, mas interpretações” (como servia tão bem aos intentos persuasivos das **relações públicas**), fosse por se entender que os próprios factos podiam ser seleccionados e manipulados com propósitos bem definidos (como

resultava especialmente claro nas acções de **propaganda**). E isto não podia deixar de afectar severamente o mundo do jornalismo.

Aqui entronca a tão recorrente controvérsia sobre a **objectividade** – que na década de 1930 ganhara nome na cena americana. Os debates a propósito da objectividade trouxeram um novo impulso à defesa de uma maior profissionalização dos jornalistas, que passaria pela sua formação inicial e contínua, de modo a prepará-los para o exercício de um ofício que se via agora ser ainda mais complexo do que antes se imaginara. No fundo, acreditava-se que uma maior e melhor formação profissional dos jornalistas os tornaria mais capazes de lidar com a sua própria subjectividade e de fazer um trabalho potencialmente mais objectivo. Este é um aspecto relevante, pois punha em evidência a importância da profissionalização dos jornalistas não só para resistirem melhor aos constrangimentos que lhes eram *exteriores* (os da instrumentalização política, os da pressão económica), mas também aos constrangimentos *interiores* (os decorrentes da subjectividade própria, da inserção sócio-cultural, das marcas de origem). Tratava-se não (ou não só) de “salvar” o jornalismo das ameaças capitalistas, mas de “o salvar de si próprio” (Schudson, 1978: 153).

Esta atitude de exigência relativamente ao trabalho jornalístico e às suas novas preocupações pode ser bem sintetizado na célebre frase do relatório “*A Free and Responsible Press*”, elaborado em 1947, nos EUA, pela chamada “Comissão Hutchins”: “*It is no longer enough to report the fact truthfully. It is now necessary to report the truth about the fact*” [“Já não basta relatar os factos com verdade; é necessário dizer a verdade acerca dos factos”] (cit. em Mesquita, 2003: 271).

É a partir dos trabalhos desta “Comissão Hutchins” que ganha corpo a chamada “**teoria da responsabilidade social**” da imprensa – uma teoria que, acentuando o papel imprescindível da informação mediática na dinamização do espaço público moderno, procurava simultaneamente dar resposta às preocupações que vimos enunciando, e às quais se somavam os crescentes constrangimentos económicos e empresariais decorrentes da mercantilização das notícias. O pressuposto era que a própria liberdade de imprensa podia estar em risco, e a sua preservação implicava, tanto da parte das empresas do sector como sobretudo dos jornalistas, uma atenção redobrada aos objectivos mais nobres da sua missão:

As principais funções atribuídas aos *media* noticiosos pela doutrina da “responsabilidade social” consistiam em fornecer a informação necessária ao debate político, esclarecer o povo acerca das suas opções políticas, defender os direitos individuais, contribuir para o desenvolvimento da economia através da prestação de serviços, divertir e, finalmente, assegurar a sua própria autonomia, de forma a resistirem a pressões externas. A noção de “responsabilidade social”, tal como foi repensada no pós-guerra, envolvia uma redefinição ambiciosa do trabalho jornalístico, reivindicava a necessidade de um jornalismo explicativo de forma a contextualizar os factos, bem como a transformação dos jornais em espaços de debate e crítica, abertos ao pluralismo de opiniões (Mesquita, 2003: 271).

Esta mesma teoria, a par das preocupações que lhe deram corpo, haveria de ser retomada e desenvolvida mais tarde, em 1983, na célebre declaração da UNESCO sobre os *media* cuja actualidade se mantém inalterada. Aí se defende com toda a clareza que “no jornalismo, a informação é entendida como um bem social e não como um simples produto” (cit. em Aznar, 1999: 166), e que o jornalista, mesmo sendo um assalariado,

partilha a responsabilidade da informação transmitida (...) [e] é, portanto, responsável não só perante os que dominam os meios de comunicação, mas, em última análise, perante o grande público, tomando em conta a diversidade dos interesses sociais. A responsabilidade social do jornalista exige que ele actue em todas as circunstâncias em conformidade com a sua própria consciência ética (*ibid.*: 166-167).

4.5. Os desafios actuais

Chegados ao troço final do século XX, e à passagem para o século XXI, podemos verificar que o processo de profissionalização dos jornalistas percorreu um longo caminho, mas a construção de uma identidade profissional e a conquista de um estatuto inequivocamente reconhecido ainda se confrontam com diversas ambiguidades. Acresce que, num contexto social em acelerada mudança, algumas novas questões vieram somar-se às controvérsias antigas, com consequências de dois tipos aparentemente paradoxais: por um lado, tornaram ainda mais problemática a delimitação de um espaço e um modo próprios, claros, inequívocos, para a actividade profissional dos jornalistas; por outro lado, trouxeram uma mais premente necessidade de trabalhar no sentido dessa delimitação, de maneira a contrariar o risco crescente de diluição da actividade (e da profissão) no mundo mais vasto, e cada vez mais multiforme, da circulação de informação e da comunicação no espaço público.

Alterações profundas no funcionamento da comunicação em geral, e dos *media* em particular, foram trazidas sobretudo pela entrada em cena da **Internet** – que começou a divulgar-se em escala mais larga durante a década de 1990 mas em menos de 10 anos se transformou num meio massivamente disseminado – e pela generalização das **tecnologias digitais** – que trouxeram uma agilidade nunca antes vista, no que toca à produção e edição de materiais e serviços informativos, à integração de diferentes géneros, formatos e suportes, e ainda à diversidade de figurinos de distribuição, recepção e uso.

Assistiu-se, nos últimos anos, a uma autêntica explosão das publicações *on-line*, quer como versões complementares dos *media* tradicionais, quer como meios próprios funcionando exclusivamente no universo digital. Já no dealbar do século XXI, surgiu e afirmou-se mais uma novidade cujo enorme impacto rapidamente se fez sentir: a tão célere como intensa proliferação desses instrumentos individuais (ou grupais) de difusão de informação e opinião no espaço público que são os *weblogs*, ‘baptizados’ entre nós com o termo aportuguesado de **blogs**. Técnica e economicamente acessíveis a qualquer mediano utilizador de um computador pessoal, estes novos instrumentos aproveitam os vastos horizontes de comunicação global propiciados pela Internet, hoje agilizados pela largura de banda disponível. A isto se soma, entre outras inovações, a sofisticação técnica dos **telemóveis**, cuja generalização massiva faz com que, tendencialmente, qualquer pessoa em qualquer lugar possa comunicar (transmitir e receber palavras, sons, imagens) com qualquer outra pessoa em qualquer outro lugar, ou simultaneamente com muitas outras pessoas em muitos lugares.

Este quadro tem significativas implicações no trabalho jornalístico. Enumeremos algumas delas:

- Acelerou o processo que vem retirando aos jornalistas o *monopólio* da difusão de informação sobre a actualidade no espaço público, permitindo a entrada de novos actores neste cenário, a diferentes níveis. É hoje muito mais acessível à generalidade dos cidadãos a possibilidade de eles mesmos, com custos e conhecimentos elementares, criarem projectos autónomos de edição, desenvolvendo iniciativas que nalguns casos se apelidam de “jornalismo participativo” ou “jornalismo cívico”;
- Criou novas exigências profissionais aos jornalistas, obrigando-os a dominar uma panóplia cada vez mais vasta de instrumentos de pesquisa, tratamento e edição da informação, bem como a manusear, e até a integrar, ‘linguagens’ que antes eram normalmente vistas em compartimentos estanques. Um progressivo esbatimento da fronteira entre trabalhadores ‘intelectuais’ da **informação** e trabalhadores ‘técnicos’ da **comunicação** trouxe acrescidos desafios à definição da especificidade do trabalho jornalístico;
- Colocou os *media* em geral, e os jornalistas em particular, mais próximos do público e mais acessíveis a ele – e também, pelo menos teoricamente, mais escrutináveis por ele –, sobretudo graças à generalização dos meios de

contacto electrónicos (*e-mail*) que permitem desenvolver uma interactividade nunca antes conseguida a esta escala.

Também no plano da ética e da deontologia se aprofundaram as controvérsias a que aludimos atrás, colocando ainda maior pressão na necessidade de o grupo profissional dos jornalistas redobrar atenções a este domínio, quer auto-regulando-se de modo mais eficaz, quer favorecendo iniciativas e mecanismos de ‘prestação de contas’ (de *accountability*) ao público para quem trabalha. Simultaneamente, questionou-se, porventura mais do que em períodos passados, até que ponto as “leis do mercado” e o desejo de sucesso rápido a qualquer preço se vão sobrepondo aos princípios de independência, autonomia e prossecução do interesse público, em virtude de uma concorrência feroz entre meios e de uma submissão crescente a critérios exclusivamente comerciais.

6. Conclusão

Ao longo de um atribulado processo de construção e afirmação de um espaço profissional próprio, os jornalistas não resolveram completamente as contradições que os atravessam. Pode até dizer-se que, em alguma medida, as utilizaram em seu favor: ficando frequentemente ‘no meio termo’ entre o profissional liberal e o trabalhador por conta de outrem, de um e de outro procuraram guardar a melhor parte, recusando-lhe a pior.

Um (apesar de tudo) razoável grau de **autonomia** no exercício profissional – protegido mesmo pela lei, como resulta claro de preceitos jurídicos como a “cláusula de consciência” ou o “sigilo profissional” –, uma garantia de **jurisdição** sobre um segmento do mercado de trabalho relativamente protegido e que preserva ainda fortes resquícios de **monopólio** licenciado pelo Estado, uma invocação insistente de prestação de um autêntico **serviço público** devidamente balizado por claras normas **ético-deontológicas** que supostamente garantem a sua responsabilização, tudo isso parece aproximá-los do domínio típico dos profissionais liberais. Em contrapartida, os modos concretos do exercício profissional numa relação laboral subordinada, a insistência em modelos organizativos de tipo sindical, o recurso a instrumentos negociais de contratação colectiva, um discurso frequentemente ‘desresponsabilizador’ em termos individuais pelo facto de se ser trabalhador assalariado dependente de hierarquias, tudo isso os aproxima do domínio dos operários. Entre um e outro, de algum modo, “*son coeur balance*”. Questão será ver se os novos desafios com que o jornalismo hoje se confronta acentuarão ainda mais estas contradições e ambiguidades ou se, pelo contrário, contribuirão para um aprofundamento da sua identidade profissional, tornando mais nítidos os seus elementos diferenciadores.

Se os jornalistas não conseguirem preencher de modo inequívoco os critérios de uma profissão em termos ideal-típicos, nem por isso deixaram de ser definidos, encarados e tratados como **profissionais** – sendo certo que “de uma perspectiva sociológica, um aspecto-chave na definição de uma ocupação como uma profissão é o facto de a sociedade a olhar como tal”, como recorda Singer (2003: 146). Neste contexto, parece oportuna a conclusão de que

[p]ouca compreensão acerca da evolução do jornalismo como uma ocupação pode obter-se da mera desconsideração do jornalismo como uma “verdadeira profissão”, só pelo facto de ele não ter atingido certos “traços profissionais” e não ter conseguido o monopólio no sentido estrito de obter controlo exclusivo sobre uma área particular de saber especializado [*expertise*], sobre a sua base de conhecimentos e sobre a entrada de novos membros (...). Uma compreensão mais abrangente da evolução do jornalismo e da sua configuração contemporânea pode ser atingida analisando os esforços dos jornalistas para, apesar de um conjunto de impedimentos, terem adoptado o “profissionalismo” (Elsaka, 2005: 73).

Aliás, não só é claro que os jornalistas são olhados e tratados como profissionais, como parece inegável que lhes estão comumente associados um estatuto, um poder e uma capacidade de influência nada desprezíveis em termos sociais.

Eles são até, para parafrasear a expressão de Ortega Y Humanes (2000), “algo mais que jornalistas”, no sentido tradicional do termo:

A razão principal do poder e da influência dos jornalistas radica na sua capacidade para definir a realidade, para a construir a partir das representações que dela fazem. Como produtores de informação e conhecimento, como os intelectuais da nossa época, são criadores de realidade. E configuram-na, conferindo-lhe uma dimensão pública (...) Daí o papel central que desempenham na denominada esfera pública. Não são os únicos que estão nela, mas são os que têm a capacidade e a prioridade no momento de estabelecer os seus limites e conteúdos (Ortega & Humanes, 2000: 51).

Também por este caminho chegamos à centralidade das questões éticas e deontológicas, pois nelas radica a questão da responsabilidade dos jornalistas (no duplo sentido de serem *responsáveis* e *responsabilizáveis*). E a ‘separação de águas’ entre os variados ofícios e funções que se desenvolvem à sombra do jornalismo far-se-á, porventura, cada vez menos com base nos critérios técnicos ou instrumentais com que tradicionalmente se definia muito do papel dos jornalistas, e cada vez mais com base em princípios e valores orientadores de conduta profissional. Para isto aponta Singer, ao dizer que o “compromisso ético”, traduzido numa adequada integração dos objectivos máximos de liberdade, autonomia e responsabilidade, “está rapidamente a tornar-se na **única** coisa que distingue o jornalista de outros fornecedores de informação que são independentes mas não responsáveis, como alguns *bloggers*, ou que são responsáveis mas não independentes, como os *spin doctors* de todos os géneros” (Singer, 2006a: 14, realce da autora).

Como explica esta investigadora, a situação com que presentemente nos confrontamos é uma situação em que “*while all journalists still publish information, not all publishers of information are journalists*” (Singer, 2006: 3). A ideia aponta para a definitiva perda do monopólio em que historicamente se baseou a reivindicação de especialização de um grupo profissional, num tempo em que parece mais possível trocarmos os seus serviços por outras hipóteses (hoje vulgarizadas) de acesso directo a todo o tipo de informação, a toda a hora e em todo o lugar. O actual ambiente mediático, no qual “qualquer um pode publicar qualquer coisa, instantaneamente e para uma audiência potencialmente global” (*ibid.*: 8), requer, assim, um repensar de quem possa ou deva ser considerado jornalista e do que legitimamente possamos ou devamos esperar / exigir dessa função:

Os jornalistas já não têm acesso especial aos mecanismos de produção e distribuição alargada de informação. Nem têm acesso especial à própria informação ou às fontes de onde ela emana. Estas e outras noções práticas do que definia um jornalista no passado já não se aplicam. Em vez disso, a paisagem mediática contemporânea demonstra a necessidade de enfatizar constructos normativos para os jornalistas, no seu esforço de demarcação face a outros fornecedores de informação *online*. Especificamente, a revisão das considerações sobre quem simplesmente é ou não é jornalista tem de incluir hoje, como sua característica distintiva, a noção de assunção de uma responsabilidade pessoal pela salvaguarda da confiança do público (Singer, 2006: 8).

De onde decorre uma importante conclusão:

Num ambiente mediático tão aberto, frenético e superpovoado como este, a conceptualização daquilo que um jornalista faz tem que se deslocar de uma ênfase no procedimento – seleccionar e disseminar informação, organizar itens particulares de modos particulares – para uma ênfase na ética (Singer, 2006: 12).

A hipótese de que partimos é, precisamente, a de que a *exigência ética e deontológica*, traduzida num compromisso irrecusável com um conjunto de princípios e valores básicos, bem como com as normas de conduta que deles decorrem, acaba por ser um *elemento nuclear da identidade profissional dos jornalistas*. E se assim pareceu ser desde os inícios, quando o grupo profissional se empenhou em definir as marcas próprias da sua actividade – do seu “saber”, do seu “saber-fazer”, mas também do seu “saber-relacionar-se” e do seu “saber-ser” –, mais o será nos tempos actuais, em que o jornalismo deixou de ter o monopólio da pesquisa, recolha, tratamento, elaboração e difusão de informação no

espaço público, partilhando-a hoje com uma multiplicidade de actores e de procedimentos que se regem pelas mais variadas motivações, interesses e propósitos. Daí que a linha separadora entre o que é e não é jornalismo (ou, paralelamente, entre quem é ou não é jornalista) passe porventura cada vez menos por “quem” faz “o quê”, “onde” ou “quando”. Em contrapartida, cada vez mais passa pelo “como” se faz (com que adequado saber profissional, com que transparência de processos, com que princípios e regras de conduta), pelo “porquê” se faz (com que entendimento da importância do direito à informação, com que capacidade de interpretação do interesse público, com que apego à liberdade de pensamento e de expressão) e pelo “para quê” se faz (com que empenho na defesa da informação livre e socialmente relevante como pedra basilar da democracia, com que crença na importância da autonomia dos leitores, com que desejo de servir os cidadãos).

Se a ética é, hoje e porventura cada vez mais, o elemento diferenciador essencial na identidade profissional dos jornalistas, também o domínio aprofundado e exigente de um saber próprio não pode deixar de merecer atenção continuada nas suas estratégias de profissionalização. Afinal, o profissionalismo, considerado (e tratado) não como “ideologia de controlo” que justifica privilégios e traz prestígio social, mas como um “sistema normativo de valores” preocupado com o serviço à comunidade (Evetts, 2003), tem as suas exigências, que não podem ser manipuladas a bel-prazer conforme as conveniências do tempo.

Bibliografia

- ALBERT, Pierre (1970). *Histoire de la presse*. Paris: Presses Universitaires de France.
- AZNAR, Hugo (1999). *Ética e periodismo — Códigos, estatutos y otros documentos de autorregulación*. Barcelona: Paidós.
- BALLE, Francis (1987). *Et si la presse n'existait pas?...*. Paris: JCLattès.
- BLIN, Jean-François (1997). *Représentations, pratiques et identités professionnelles*. Paris: L'Harmattan.
- CEBRIÁN, Juan Luis (2004, Outubro), “El periodismo en los tiempos de cólera”, *El País*, edição de 18-10-2004.
- DELPORTE, Christian (1995). *Histoire du journalisme et des journalistes en France*. Paris: Presses Universitaires de France.
- DELPORTE, Christian (1999). *Les journalistes en France, 1880-1950 / Naissance et construction d'une profession*. Paris: Seuil.
- DUBAR, Claude (2000). *La crise des identités — L'interprétation d'une mutation*. Paris: Presses Universitaires de France.
- DUBAR, Claude (1997). *A socialização – Construção das identidades sociais e profissionais*. Porto: Porto Editora.
- DUBAR, Claude & TRIPIER, Pierre (1998). *Sociologie des professions*. Paris: Armand Colin.
- DURKHEIM, Émile (1893/2001). “Sobre a divisão do trabalho social”, in BRAGA DA CRUZ, Manual (org.) (2001), *Teorias sociológicas – Os fundadores e os clássicos (Antologia de textos)*. Lisboa : Fundação Calouste Gulbenkian. [3ª edição].
- ELSAKA, Nadia (2005). “New Zealand Journalists and the Appeal of ‘Professionalism’ as a Model of Organisation: an historical analysis”, *Journalism Studies*, vol. 6, nº 1, pp. 73-86.
- EVETTS, Julia (2003), “The Sociological Analysis of Professionalism – Occupational Change in the Modern World”, *International Sociology*, vol. 18 (2), pp. 395-415.
- FERENCZI, Thomas (1996). *L'Invention du Journalism en France*. Paris: Petite Bibliothèque Payot.
- LARSON, Magali (1977). *The rise of professionalism – A sociological analysis*. Berkeley : University of California Press.

- MATHIEN, Michel (1995). *Les journalistes*. Paris: Presses Universitaires de France.
- MESQUITA, Mário (2003). *O quarto equívoco – O poder dos media na sociedade contemporânea*. Coimbra: Minerva.
- ORTEGA, Félix & HUMANES, Maria Luisa (2000). *Algo más que periodistas — Sociología de una profesión*. Barcelona: Editorial Ariel.
- PALMER, Michael (1994). “Les héritiers de Théophraste”, in LACAN, Jean-François & PALMER, Michael & RUELLAN, Denis (1994), *Les journalistes - Stars, scribes et scribouillards*, Paris: Syros, pp. 101-205.
- PAREDEISE, Catherine (1988). “Les professions comme marchés de travail fermés”, *Sociologie et Sociétés*, vol. XX, nº 2 (Outubro), pp. 9-21.
- RODRIGUES, Maria L. (2002). *Sociologia das profissões*. Lisboa: Celta. [1ª edição: 1997]
- RUELLAN, Denis (1997). *Les “pro” du journalisme – De l’état au statut, la construction d’un espace professionnel*. Rennes: Presses Universitaires de Rennes.
- RUELLAN, Denis (1993). *Le Professionnalisme du Flou – Identité et savoir-faire des journalistes français*. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble.
- SCHUDSON, Michael (1978). *Discovering the News. A Social History of American Newspapers*. EUA: Basic Books.
- SINGER, Jane (2006). “The socially responsible existentialist – A normative emphasis for journalists in a new media environment”, *Journalism Studies*, vol. 7, nº 1, pp. 2-18.
- SINGER, Jane (2003). “Who are these guys? – The online challenge to the notion of journalistic professionalism”, *Journalism*, vol. 4 (2), pp. 139-163.
- SOBREIRA, Rosa Maria (2003). *Os Jornalistas Portugueses 1933-1974 - Uma profissão em construção*. Lisboa: Livros Horizonte.
- TENGARRINHA, José (1989). *História da Imprensa Periódica Portuguesa*. Lisboa: Caminho. [1ª edição: 1965].