

História do Jornalismo: evolução e transformação

Rodrigo Carvalho da SILVA¹

Resumo

O jornalismo é uma instituição social, assim a análise de sua história se faz necessária justamente para entendermos como se dá o processo de construção social por meio da produção midiática que, ao longo dos anos, passou por diversas transformações. O próprio estudo de como se originou a imprensa é de grande relevância uma vez que nos pode oferecer orientações sobre o período em que o homem passou a sentir a necessidade de se comunicar para públicos cada vez maiores.

Palavras-Chave: História. Imprensa. Jornalismo. Comunicação. Sociedade.

Introdução

A história é construída através do tempo por ações sociais e agentes históricos. Nesse contexto, a imprensa certamente tem uma grande atuação como agente histórico da sociedade, uma vez que os produtos da mídia são sempre caracterizados por elementos políticos, econômicos, culturais, sociais e mercadológicos.

Dessa maneira, a história da imprensa é um tema discutido por diversos profissionais como jornalistas, sociólogos e historiadores, pois seu estudo implica na discussão do desenrolar da comunicação social.

No âmbito específico do jornalismo, para o qual este é direcionado, o mesmo pode ser definido como um conjunto de técnicas, saber e ética; sempre baseado no imediatismo e dependente dos acontecimentos sociais. Por seu turno, a imprensa engloba toda a produção do saber e conhecimento social. Porém, ambos, imprensa e jornalismo são constituídos historicamente (BELTRÃO, 2006). Assim, o que se pretende neste trabalho é discorrer sobre a história do jornalismo que,

¹ Mestrando em Comunicação pela Universidade Estadual Paulista – UNESP. E-mail: chinaechilli@gmail.com

consequentemente, constitui uma parte da história da imprensa, contextualizando com o que presenciamos na atualidade.

1 História e expansão do jornalismo

A expansão do jornalismo começou no século XIX juntamente com a expansão da imprensa, mas conquistou maior espaço no século XX a partir do surgimento de novos meios de comunicação social, como o rádio e a televisão (TRAQUINA, 2005). Atualmente, no século XXI, vivemos uma nova revolução no jornalismo devido a Era da Informação e do Conhecimento, que exige uma série de novas transformações e adaptações dos antigos meios de comunicação ao mesmo tempo em que abre novas perspectivas como o jornalismo on-line.

De acordo com Traquina (2005), muitos fatores sociais colaboraram para a expansão do jornalismo, sobretudo a escolarização da sociedade e o processo de urbanização, intensificando o crescimento de futuras metrópoles.

Seria principalmente nas últimas décadas do século XIX, surpreendida pela turbulência das transformações sociais, que a cultura letrada e a imprensa começariam decididamente a avançar para além das elites tradicionais. Nessa época, em ritmo acelerado, no compasso de um modo de vida que exporta capitais e invade rapidamente inúmeros espaços do planeta, a história da formação das metrópoles brasileiras multiplica o tempo e a experiência social (CRUZ, 2000, p. 42).

A expansão da imprensa também foi impulsionada pela liberdade, por meio da conquista de direitos fundamentais e da democracia como nova forma de governo. Os jornais passaram a ser reconhecidos como um meio de denunciar as mazelas e injustiças sociais. Desse modo, o jornalismo passou a figurar como um aliado da democracia e a ser considerado como o Quarto Poder (SODRÉ, 1999).

O conceito de que o jornalismo fornece informação e não propaganda transformou a notícia como um produto subjetivamente baseado em fatos e não opiniões. A partir desse momento, a informação passou a ser tratada como mercadoria e essa mudança se tornou evidente com o aparecimento de uma imprensa mais

sensacionalista no final do século XIX. Nos Estados Unidos, esse tipo de jornalismo recebeu o nome de jornalismo amarelo (SILVA, 1991).

Em relação à comercialização do jornalismo, Traquina (2005) aponta que esse processo teve início ainda no século XIX, tratando a informação no formato de notícia e esta como um produto.

O jornalismo como conhecemos hoje na sociedade democrática tem suas raízes no século XIX. Foi durante o século XIX que se verificou o desenvolvimento do primeiro *mass media*, a imprensa. A vertiginosa expansão dos jornais no século XIX permitiu a criação de novos empregos neles; um número crescente de pessoas dedica-se integralmente a uma atividade que, durante as décadas do século XIX, ganhou um novo objetivo – fornecer informação e não propaganda (TRAQUINA, 2005. p. 34).

Dessa maneira, o século XIX pode ser apontado como o período da História de maior importância para a imprensa, pois foi quando o jornalismo se expandiu transformando-se em um negócio lucrativo e rentável, conseguindo assim sua independência econômica em relação aos subsídios políticos que dominava a imprensa em seus primórdios (TRAQUINA, 2001).

Esse aspecto mercadológico, criado no final do século XIX, nos aponta um paradoxo na história do jornalismo, pois ao se distinguir informação de propaganda, criou-se o formato de notícia e a mesma foi tida como o produto do jornalismo que, conseqüentemente, se tornou cada vez mais vital como veículo para a publicidade.

Como resultado, atualmente, o jornalismo de massa serve aos interesses do capitalismo e é praticado a fim de reproduzir comportamentos ao invés de somente informar a sociedade. Isso ocorre devido a fatores econômicos que muitas vezes sobressaem às responsabilidades sociais dos jornalistas e veículos de comunicação (SILVA, 1991).

No presente, observamos a atividade jornalística intimamente ligada à aprovação do mercado pelas opiniões do público e os resultados de audiência. Nesse sentido, podemos considerar os jornalistas como um dos profissionais mais propensos a considerar o índice de audiência durante a realização de seu trabalho. Assim, jornalistas

e veículos precisam fazer concessões de acordo com a lógica do mercado e do marketing (BORDIEU, 1997).

Além da independência política e econômica, os avanços tecnológicos também transformaram o jornalismo.

As melhorias na reprodução de imagem, sobretudo com a fotogravura em 1851 e a heliogravura em 1905, deram um novo *élan* à imprensa [...] Em particular, a invenção da máquina fotográfica iria inspirar o jornalismo no seu objetivo de ser as “lentes” da sociedade, reproduzindo *ipsis verbis* a realidade (TRAQUINA, 2005, p.38, grifo do autor).

Bourdieu (1997) destaca que com o surgimento de novas tecnologias, a atividade jornalística começou a ser orientada pela pressão do tempo, do imediatismo e pelo “furo” de reportagem. Esses fatores acabam construindo diariamente uma representação instantânea e descontinuada da realidade e do mundo.

O impacto tecnológico marcou o jornalismo do século XIX como iria marcar toda a história do jornalismo ao longo do século XX até o presente, apertando cada vez mais a pressão das horas de fechamento, permitindo a realização de um valor central da cultura jornalística – o imediatismo. De novas edições dos jornais no mesmo dia à quebra da programação televisiva anunciada como boletins, novos avanços tecnológicos nas últimas décadas do século XX tornaram possível, de longa distância, atingir o cúmulo do imediatismo – “a transmissão direta do acontecimento” (TRAQUINA, 2005, p.53).

Hoje, devido à falta de tempo para apurar mais detalhadamente as informações e executar um trabalho de pesquisa com maior densidade, normalmente os jornalistas não conseguem reportar os acontecimentos de forma relacionada com os sistemas e contextos em que estão inseridos. Assim, a cobertura jornalística muitas vezes é feita apenas superficialmente.

Com a ascensão do jornalismo, os meios de comunicação passaram a, obrigatoriamente, ter de descobrir e produzir notícias em escala cada vez maior para atender a demanda. Assim, a empresa jornalística cresceu, ofertando mais oportunidades de emprego. A atividade de repórter também ganhou maior destaque, responsabilidade e reputação. O jornalismo transformou-se em uma profissão emergente e o repórter tornou-se o responsável por descobrir os acontecimentos, apurar e enquadrar os fatos

sob determinada perspectiva de notícia, com poder de despertar o interesse do público (SODRÉ, 1999).

De acordo com todos os aspectos apresentados, o trabalho jornalístico passou a ser configurado por diversas regras e procedimentos deontológicos que, constantemente, são influenciados por relações de poder e mudanças sociais. Nesse sentido, é possível admitir que os fatos expostos pelo jornalismo, hoje, ainda mais que no passado, devam ser sempre interpretados.

2 A especialização jornalística e a relação com as fontes

Ainda no final do século XIX, sem desprezar a discussão do discurso político, o jornalismo começou a incorporar outros assuntos e a explorar novos gêneros de texto como notas, reportagens, entrevistas e crônicas. Então, surgiram as editorias especializadas em temas e abordagens específicas como esportes, lazer, vida social e cultural, crítica literária, notícias policiais, regionais, nacionais, internacionais (LUCA, 2008).

Dessa maneira, já no século XX, mais especificamente a partir dos anos 60, os jornalistas começaram a se especializar de acordo com essas editorias, considerando a afinidades com temas que habitualmente costumavam cobrir ou que abordavam com maior facilidade. Essa tendência de especialização incentivou os repórteres a escrever para públicos específicos. Porém, a especialização em áreas trouxe alguns problemas como a intimidade com as fontes, o que acaba ocasionando certa autocensura devido ao estreitamento de um relacionamento de amizade que muitas vezes se estabelece. Já um repórter que cobre diversas áreas não tem esse problema, pois não sofre retaliações antecipadas justamente porque não cria relações com suas fontes (DARNTON, 1995).

As fontes fornecem a matéria-prima para os produtos jornalísticos, ou seja, relatos e informações de acontecimentos a serem transformados em notícias. Nesse contexto, surge uma grande problemática da atividade jornalística. Ao mesmo tempo em que o repórter procura agradar a fonte para que essa se mantenha sempre acessível, ele também deve se atentar para não virar refém e acabar sendo manipulado por interesses particulares das fontes. No entanto, a adoção do ponto de vista da fonte acaba sendo uma ocorrência muito comum.

3 O jornalismo no Século XXI

Nos primórdios do jornalismo, as notícias resultavam de antigas formas de se contar histórias (CRUZ, 2000). Com o tempo isso foi mudando e inúmeras questões passaram a interferir na definição do que pode ou não ser considerado notícia.

Diversos elementos dentro da dinâmica da produção jornalística interferem nessa construção, assim como pressupostos mentais, estereótipos e concepções prévias que circulam na sociedade. Ao jornalismo “é reivindicada a autoridade e legitimidade de exercer um monopólio sobre o poder de decidir a *noticiabilidade* dos acontecimentos e das problemáticas” (TRAQUINA, 2005, p. 181, grifo do autor).

Como atuais fatores que determinam a produção jornalística, TRAQUINA (2005) destaca:

- A construção das notícias ocorre de acordo com interesses das empresas jornalísticas, bem como de editores, grupos de poder e os próprios jornalistas;
- As relações entre jornalistas e fontes podem determinar o que será transformado em notícia e de forma será noticiado;
- O caráter compartilhado dos valores noticiosos, que possibilitam o saber de reconhecimento do que é notícia, é um aspecto essencial da cultura do jornalismo;
- As políticas editoriais firmadas e específicas de cada organização também influenciam o processo de produção das notícias;
- Os textos jornalísticos (notícias, matérias, reportagens) são sempre redigidos de forma semelhante, como se seguissem um modelo pré-determinado. Os textos parecem ser moldados.

Por seu turno, Traquina (2008) destaca outro aspecto de grande importância no processo de produção das notícias: a própria comunidade jornalística. O autor explica que um jornalista sempre produz seus textos tendo em mente a opinião de diferentes agentes sociais como outros repórteres, editores, fonte, veículo, público, assessor de imprensa etc. Geralmente os jornalistas se preocupam muito com a opinião de seus pares e, assim, acabam redigindo seus textos de forma com que sejam aceitos ou ao menos não rejeitados pela comunidade jornalística. Com isso, um jornalista não escreve somente para os leitores, mas principalmente pensando na opinião de outros jornalistas

que poderão ler seu texto e, portanto, na construção de sua própria imagem. Há uma busca constante por reconhecimento e respeitabilidade dentro da categoria.

Traquina (2008) aponta que os próprios jornalistas, muitas vezes, exercem o papel de avaliadores de seus pares.

O cerne da questão é que ninguém segue as notícias tão de perto como os jornalistas. Os jornalistas monitorizam a cobertura uns dos outros. Mesmo quando não estão em contato direto, os jornalistas confiam fortemente no trabalho uns dos outros, como prática institucionalizada, para ideias de histórias e confirmação de seus critérios noticiosos (TRAQUINA, 2008, p. 26).

Sousa (2004, p.27) afirma que “a validação do trabalho pelos colegas substitui uma avaliação externa, que provavelmente os jornalistas recusariam”. Nesse sentido, não é exagero dizer que, em grande parte, os jornalistas se importam mais com a aprovação de outros jornalistas do que com a opinião do público que consome suas notícias.

Normalmente, quando um jornalista é integrado a um ambiente de trabalho novo, o mesmo procura apreender as políticas internas da organização, observando e imitando os colegas de trabalho com mais experiência (SOUSA, 2006).

Esse processo ocorre como uma forma de socialização pacificadora. A apreensão de determinados procedimentos organizacionais previne o jornalista de possíveis erros e críticas.

No âmbito organizacional, a socialização dos jornalistas ocorre subordinada a alguns processos de recompensas, constrangimentos e punições. Traquina (2001, p. 72-73) descreve esses processos:

- Os jornalistas têm medo de sofrerem punições ou retaliações profissionais e, dessa maneira, é estabelecida a ordem e autoridade institucional;

- Os jornalistas, em grande maioria e assim como diversos outros profissionais, sempre almejam uma carreira ascendente e para tanto tendem a cumprir as normas das empresas de comunicação para as quais trabalham;

- Os jornalistas, assim como diversas outras categorias profissionais, possuem superiores aos quais prestam respeito e subordinação;

- O ambiente de trabalho jornalístico é relativamente pacífico;
- Os jornalistas, geralmente, valorizam as oportunidades de conhecer em “primeira-mão” os acontecimentos importantes e de estarem sempre envolvidos em diferentes tarefas e assuntos;
- A atividade jornalística é orientada pelo objetivo de se conseguir um número de notícias maior do que a concorrência, preferencialmente “furos de reportagem” – notícias exclusivas e inéditas. Essa prática harmoniza os interesses dos jornalistas com os dos editores e proprietários da organização.

Sobre a identidade profissional dos jornalistas, Traquina (2005) fala da criação de um *ethos* próprio que orienta a prática do jornalismo, determinando a manutenção de uma cultura profissional que exerce influências no processo de construção das notícias. Segundo esse *ethos*, os jornalistas têm o direito e o dever de informar a sociedade.

Para Sousa (2004), o *ethos* jornalístico é essencialmente ideológico, pois concentra o conjunto de ideias que sustentam a comunidade jornalística em função de seus interesses. Seu objetivo é legitimar socialmente o jornalismo fundamentando-se em dois vetores: a ideologia da objetividade e a ideologia do profissionalismo.

A ideologia da objetividade leva os jornalistas a construírem notícias de maneira a que estas “espelhem” o melhor possível a realidade; a ideologia do profissionalismo alimenta o sentido de missão dos jornalistas, contribuindo para uma atividade de vigilância ativa dos poderes (SOUSA, 2004, p. 26).

Nesse contexto, a cultura profissional é tema de diversos estudos sobre o jornalismo. Segundo Sousa (2006, p. 232) “os jornalistas partilham valores e formas de ver e fazer as coisas”, estabelecendo, assim, uma cultura caracterizada por saberes profissionais específicos.

Ponte (2005) destaca que esses saberes, além de estabelecerem uma cultura jornalística, também norteiam a produção de notícias e, conseqüentemente, a própria atividade. São eles: saberes de reconhecimento - capacidade de reconhecer o que é notícia -; saberes de procedimento - capacidade de recolher e processar informação, verificar fatos, compreender respostas, fazer entrevistas, saber quais fontes consultar e quais métodos usar para interrogá-las, como desenvolver um tema e como gerir o tempo

-; e saberes de narração - domínio das técnicas de redação jornalística e boa argumentação para justificar ações caso sejam questionadas.

Beltrão (2006, p.29) considera o jornalismo como “a história que passa no presente”. Porém, segundo o autor, o jornalismo não possui apenas a função de informar sobre fatos socialmente significativos, mas também tem o compromisso de examiná-los, propor soluções e estabelecer ensinamentos deles extraídos.

Segundo Pena (2005), o jornalismo deve ser atualmente entendido como uma atividade construtora de sentidos e efetivada a partir de valores ideológicos consolidados historicamente. Tais valores seriam capazes de comprovar a função social do jornalismo, entretanto, são muito questionados.

Traquina (2005) enfatiza a liberdade e também a objetividade como dois valores do jornalismo que levantam discussões. A liberdade de imprensa é reconhecida pela independência dos jornalistas em relação aos demais agentes sociais e a objetividade jornalística é afirmada por meio de procedimentos que os jornalistas utilizam para assegurar credibilidade ao seu trabalho, como a recomendada cobertura de possibilidades conflitantes de um mesmo acontecimento, ou seja, a verificação de ambos os lados de um fato.

Os jornalistas, costumeiramente, buscam se auto-afirmar como transmissores da realidade social, mas fazem isso sempre ancorados em uma objetividade apenas imaginada, uma vez que as notícias representam figurações da realidade social construídas a partir da visão de mundo dos jornalistas e dos veículos de comunicação e, portanto, não podem ser tomadas como reflexos totalmente reais da realidade.

Sobre o processo de produção de notícias (Sodré 1999) aponta que o jornalismo muitas vezes é considerado como o espelho da realidade, mas seu reflexo é subjetivo e depende de diversos pontos de vista. Esse reflexo é apenas uma dimensão na construção e percepção da realidade que ocorre de forma discursiva. Ocorre um recorte da realidade, por meio de um viés do próprio jornalista, da organização para qual ele trabalha ou de grupos ideológicos que ele tem em mente quando pauta determinados acontecimentos e outros não. Assim, podem existir diversas abordagens jornalísticas na construção dessa realidade.

Considerações Finais

No final do século XIX o jornalismo constituía-se em um meio de debate dos discursos políticos por meio de rejeição, neutralidade ou apoio às forças dominantes. Com o passar do tempo, a atividade jornalística passou por diversas transformações que mudaram principalmente sua essência e motivo de existência. O jornalismo começou a ser tratado como um produto, mas isso trouxe pontos positivos e negativos para a atividade.

No lado positivo, aponta-se o próprio reconhecimento do jornalismo como profissão, sua estruturação e regularização, além de uma maior independência na cobertura dos fatos, mesmo que subjetiva. Já do lado negativo, destaca-se a disputa pelo público e principalmente o surgimento de uma nova dependência, que se antes era estritamente política, passou a ser também econômica (dependente dos índices de leitores, audiência, resultados e lucratividade), além de, mesmo que em menor intensidade, ainda sofrer com pressões e subornos políticos.

Porém, as mudanças no campo jornalístico não se limitaram às transformações na estrutura de produção, organização e financiamento, atingiram também o conteúdo e a representatividade das notícias. Aos poucos, surgiam as diferenças entre as matérias com cunho informacional, supostamente neutras e objetivas, e os textos opinativos na forma de artigos ou editoriais que apresentavam um posicionamento definido sobre determinados temas, orientados por ideologias e valores particulares ao articulista ou veículo.

Então, a organização interna do jornalismo começou a exigir diversas competências, como a divisão do trabalho e especialização em áreas. Com isso, o jornalismo passou a ser uma área com diversos profissionais e funções como redatores, editores, articulistas, críticos, repórteres, revisores, desenhistas, fotógrafos, além do quadro de funcionários dos setores administrativos e de operacionalidade.

Em suma, a história do Jornalismo aponta para três momentos importantes de seu desenvolvimento como campo profissional. O primeiro refere-se à sua expansão, iniciada no século XIX com o surgimento da imprensa, e sua evolução no século XX com a chegada dos novos meios de comunicação, como o rádio, a televisão e a Internet.

O segundo, à sua comercialização, no início no século XIX, com a emergência da notícia. E, o terceiro é o atual jogo de forças entre o campo econômico do jornalismo e o campo intelectual, ou seja, o embate entre publicidade e comunicação ainda persiste. No âmbito da economia, as notícias são tidas como mercadoria; no contexto intelectual, como informação.

Resgatando sua história, podemos refletir que o jornalismo deve sempre se adaptar as evoluções sociais, sobretudo em relação às inovações tecnológicas, práticas culturais e padrões de comportamento. Nesse contexto, podemos concluir que o modelo de jornalismo contemporâneo configura-se em uma tentativa de atender as características atuais de nossa sociedade. Hoje, o que se espera é exatamente uma redefinição das notícias em função dos valores e normas que apontam para o papel social da comunicação em uma democracia.

Referências

BELTRÃO, Luiz. **Teoria e prática do jornalismo**. Adamantina: Edições Omnia, 2006.

BOURDIEU, Pierre. A Influência do Jornalismo; Posfácio In: **Sobre a Televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar. 1997.

CRUZ, Heloísa de Faria. **São Paulo em Papel e Tinta: periodismo e vida urbana – 1890-1915**. São Paulo: EDUC; FAPESP; Arquivo do Estado de São Paulo; Imprensa Oficial SP, 2000.

DARNTON, R. Jornalismo: toda notícia que couber, a gente publica. In: **O Beijo de Lamourette**. Mídia, Cultura e Revolução. São Paulo: Companhia das Letras. 1995, p.70-97.

LUCA, Tânia Regina de; MARTINS, Ana Luiza (Org.). **História da Imprensa no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2008.

PENA, Felipe **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005.

PONTE, Cristina. **Para entender as notícias: linhas de análise do discurso jornalístico**. Florianópolis: Insular, 2005.

SILVA, Carlos Eduardo Lins da. **O Adiantado da Hora**. A influência Americana sobre o Jornalismo Brasileiro. São Paulo: Summus, 1991.

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da Imprensa no Brasil**. 4. ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

SOUSA, Jorge Pedro. **Introdução à análise do discurso jornalístico impresso: um guia para estudantes de graduação**. Florianópolis: Letras contemporâneas. 2004.

_____. **Elementos de Teoria e Pesquisa em Comunicação**. 2.ed. Porto: Universidade Fernando Pessoa, 2006.

TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2001.

_____. **Teorias do Jornalismo - Porque as notícias são como são**. 2. ed. Florianópolis: Insular, 2005.

_____. **Teorias do jornalismo - A tribo jornalística: uma comunidade interpretativa transnacional**. 2. ed. Florianópolis: Insular, 2008.