

Os invisíveis do jornalismo

Introdução

JEAN CHARRON

Professor
Université Laval (Québec)
GRMJ
Jean.Charron@com.ulaval.ca

BÉATRICE DAMIAN-GAILLARD

Professor assistente
Université de Rennes 1
CRAPE
Beatrice.Damian@univ-rennes1.fr

ISABEL TRAVANCAS

Professora
Universidade Federal do Rio de Janeiro
CIEC
isabeltravancas@yahoo.com



ode parecer paradoxal tratar na perspectiva da invisibilidade um *métier* dedicado à revelação, à “publicidade” da informação, a dar visibilidade aos acontecimentos. Entretanto, este *métier* possui partes ocultas. Introduzir a dimensão da visibilidade/invisibilidade na análise da produção jornalística gera questões novas. Na realidade, o que é invisível no jornalismo tanto como instituição como quanto processo? Quais as influências que escapam a atenção? Aos olhos de quem estas coisas são invisíveis? Aos olhos do público, do Estado, do direito, do campo jornalístico, de todas as figuras que aparecem no espaço público, dos pesquisadores também? No que diz respeito a esta invisibilidade, como ela funciona e em interesse de quem? Pode se tratar de uma escolha deliberada para dissimular práticas duvidosas e influências suspeitas. Ela pode surgir de estratégias de dominação ou exclusão. Pode estar ligada ao caráter emergente de práticas recentes ainda não reconhecidas ou, ao contrário, a práticas antigas mas que caíram no esquecimento e cujos efeitos estruturantes persistem mesmo que escapem à consciência dos atores. A menos que ela seja fruto de ideologias profissionais cuja função é agenciar as zonas de sombra e de luz. Ou que estejam situadas nos limites das teorias e métodos utilizados pelos pesquisadores.

O jornalismo é um *métier* público que pertence ostensivamente (pela assinatura e até pelo protagonismo) aos jornalistas. É o trabalho deles. Os “ou-

Pour citer cet article

Référence électronique

Jean Charron, Béatrice Damian-Gaillard, Isabel Travancas, “Os invisíveis do jornalismo. Introdução”, *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo* [En ligne], Vol 3, n°1 - 2014, mis en ligne le 15 avril 2014.

URL: <http://surlejournalisme.com/rev>

tros” que até colaboram com esse trabalho mas sem direito a assinatura ou publicação (caso da equipe técnica, de diagramadores, empregados do departamento de pesquisa, gráficos, arquivistas e funcionários do setor comercial) ficam na sombra. Na tradição da sociologia do jornalismo, temos a tendência a considerar esses “outros atores” como se estivessem ao lado ou em torno do jornalismo, como uma espécie de meio ambiente que se define por conceitos abstratos como “restrições de produção”, “influências organizacionais”, “lógica administrativa”, etc , e sobre as quais se move o jornalismo e que estão cheias de sentido no plano teórico. Mas na ação concreta, cotidiana, rotineira, vivida, estariam , de certa forma, fora do campo. E quando se abrem as “caixas pretas” dos invisíveis do jornalismo, quando os consideramos como “mediadores” mais do que “intermediários” (para retomar a distinção que Joel Langonné utiliza neste número emprestada de Bruno Latour) e quando nos interessamos por sua contribuição e sua capacidade de fazer diferença, somos levados a ver o jornalismo de outra maneira e a interrogá-lo de forma diferente.

Pensar o jornalismo sob o prisma da invisibilidade nos convida a examinar, de um lado, os mecanismos da produção jornalística, enquanto ação coletiva, que precisa da cooperação de vários atores, e de outro, as respectivas posições destes atores no ato de cooperação. Como destaca Howard Becker (1988) a propósito da arte “a obra traz sempre os traços dessa cooperação. Isto pode estar revestido de uma forma efêmera, mas em geral se torna mais ou menos sistemático, engendrando as estruturas da atividade coletiva que a gente pode chamar de mundo da arte” (Becker, 1988: 27).

Todavia, alguns atores não obtêm, apesar do seu envolvimento na ação, o reconhecimento do seu conhecimento e know how em termos de competência, de status, de remuneração ou promoção, seja pelo empregador, pelos colegas ou pelos especialistas. Isso porque as lógicas de segmentação explícitas e implícitas estruturam a produção jornalística e instauram uma ordem social hierarquizada entre as posições ocupadas pelos produtores, sejam internos (jornalistas permanentes, analistas, técnicos) ou exteriores à empresa jornalística (jornalistas free lancers, colaboradores ocasionais, fontes de informação) Como se estrutura esse sistema de reconhecimento? Sob quais formas? Financeiras? Simbólicas? Quais são as atividades reconhecidas? Conforme quais critérios de avaliação? E quem valida, na organização, essa hierarquia de posições em termos de status, de contrato de trabalho, de remuneração, de mobilidade profissional? Responder a estas questões permite retornar a objetivação das formas de agenciamento das relações sociais de recursos (pessoal, financeiro, tecnológico), estruturadas de acordo com uma

perspectiva produtiva de bens em um contexto de hiperconcorrência dentro do jornalismo. É chegar ao que Blanchot et Padioleau (2003) denominam a economia política do trabalho jornalístico.

Trabalhar sobre os espaços de invisibilidade do jornalismo não seria também virar o feitiço contra o feiticeiro, no caso do jornalista? O jornalismo, que se baseia em um conjunto de profissões de fé, como uma arte da revelação das coisas dos outros julgadas de interesse público, não faz da transparência um vértice que ele mesmo não pratica? As pesquisas publicadas neste número mostram que a atividade jornalística funciona como qualquer atividade social: ela se apoia, cada vez que o jornalista julga necessário, em um arranjo de regras (editoriais e deontológicas), sobre acomodações e astúcias que facilitam o ajuste do trabalho às restrições de produção. As ordens gerenciais são interpretadas e realizadas mais ou menos livremente através da ajuda dos colegas, dos conhecimentos práticos, das linhas do *métier*, do know how. A organização empírica do trabalho jornalístico inclui uma parte de bricolagem e de artesanato. Ora, mesmo que o jornalismo reivindique constantemente suas dimensões política e cidadã, ele reluta em expor aos olhos dos outros (o público, os chefes, as fontes, os colegas) seus procedimentos, suas rotinas, seus protocolos. Ele entrega um produto acabado, depurado e toma cuidado para não mostrar os seus bastidores, salvo nos casos onde o jogo de transparência (ou simulacro) pode contribuir para a sua consagração.

Pode acontecer também que o jornalista diminua a atenção sobre si por meio do anonimato, do pseudônimo, das falsas identidades, das práticas em que fica incógnito, das câmeras ocultas... Mas a invisibilidade não é uma obrigação. A capacidade de se dissimular para escapar da crítica e do controle do outro é um recurso precioso. Neste dossiê, o artigo de Beatriz Marocco e Nilsângela Cardoso Lima lembra que os jornalistas podem ter excelentes razões para ocultar sua identidade sob um pseudônimo. Pode até ser um imperativo para os jornalistas que produzem artigos políticos críticos em um contexto autoritário. Mas o que eles ganham em segurança, eles perdem em reconhecimento. O pseudônimo pode também revelar, ao contrário, uma estratégia de distinção e de publicização de si em um contexto de grande concorrência. Nesse caso, o pseudônimo é o equivalente a uma marca de comércio destinada a prender e a conseguir a fidelização do público.

Por isso não se deve pegar ao pé da letra a hipótese de Howard Becker: se todas as contribuições significativas a uma obra coletiva deixam marcas, a relação entre as duas (a marca e a contribuição) nem sempre é fácil de se estabelecer, sobretudo quando o mestre tem interesse em apagar as pistas.

DOS ESPAÇOS MOVEDIÇOS E DOS ATORES COM IDENTIDADES PLURAIS ÀS RELAÇÕES COMPLEXAS

Aquilo que, no processo de informação possui uma centralidade para o jornalista, ou seja sua relação com as fontes de informação e com os outros atores que participam com ele da produção da informação, escapa a maior parte do tempo do conhecimento do público mas não escapa do interesse dos pesquisadores que desejam compreender as convenções, os conflitos, a convivência que estrutura as relações e as interações entre os jornalistas, suas fontes e a equipe das mídias.

Há meio século a sociologia do jornalismo produziu ao redor do mundo uma grande quantidade de trabalhos – muito numerosos para que possamos citá-los aqui – sobre as relações entre os jornalistas e suas fontes; sobre a interdependência entre as mídias ou as especialidades jornalísticas e os profissionais integrados nos espaços sociais vistos como fontes (assessores de comunicação, atores políticos, agentes de artistas e de atletas...). Também foram estudadas as características sociais e as modalidades de produção dos jornalistas. Tais estudos que mostram a “cozinha” da produção jornalística como as micro decisões, as operações sucessivas que imbricadas umas às outras definem e constroem o produto editorial. O trabalho científico é incessante especialmente no contexto das profundas transformações que ocorrem atualmente no universo da mídia, dos processos de digitalização e suas consequências. Essas mudanças reduzem ainda mais o nosso conhecimento sobre a organização da produção da informação e do sistema de relações no qual o jornalismo está inserido. A identidade e a ação das fontes se transformam. Novos atores participam do processo, novas modalidades de difusão da informação se desenvolvem; novas oportunidades aparecem. Nesse contexto, as fronteiras entre os territórios das atividades desses atores se tornam movediças. Novas tensões, imbricações, cooperações e rivalidades aparecem criando zonas de incerteza para os próprios profissionais e zonas de sombra para os pesquisadores. As contribuições para este número fornecem vários exemplos como o artigo de Guillaume Sire sobre o trabalho de indexação na web nos sites de noticiosos, tidos como intermediários entre os jornalistas e os parceiros exteriores (como o inevitável Google) na fronteira de um universo e de imaginários profissionais muitas vezes em oposição. E ainda no texto de Pierre-Carl Langlais e de Guillaume Heuguet também baseado na colaboração entre jornalistas, técnicos de informática, militantes e universitários que trabalham de acordo com a definição e a promoção do data-jornalismo.

INVISIBILIDADE E RECONHECIMENTO : UM JOGO DE TABULEIRO ?

As hierarquias formais e informais construídas entre os cargos, o status ou as funções em um espaço profissional dado criam zonas de invisibilidade e de falta de reconhecimento. Trata-se de conhecer, em sua complexidade, as modalidades de funcionamento e de legitimação do espaço jornalístico.

A definição dos critérios de acesso à atividade jornalística e suas condições de exercício são objeto de lutas constantes entre os atores envolvidos neste espaço social, justamente por que afetam o laço contratual entre as empresas jornalísticas e os jornalistas e os não-jornalistas. Editores, sindicatos, empregados e poder público debatem os fundamentos desejados para ser jornalista, em termos de formação inicial, de experiência profissional, de competências, de expertise temática e ou tecnológica. Eles negociam dentro do conjunto de convenções coletivas, dos acordos com as empresas. Dessas negociações dependem os tipos de contrato, as faixas salariais, os modos de agir referente às funções e a integração aos processos de tomada de decisão. Em resumo, o estabelecimento de arranjos formais entre pessoas e organizações e a distribuição das respectivas posições dos produtores dos meios de comunicação. Assim tais processos tanto integram como excluem, com variações gerenciais muitas vezes ligadas às especificidades editoriais e econômicas dos setores mediáticos e com as características sociais e profissionais dos invisíveis envolvidos dentro de cada um dos sub espaços jornalísticos. Esta heterogeneidade, estrutural e morfológica constitui um obstáculo ao reagrupamento desses invisíveis num coletivo engajado na medida em que essa heterogeneidade torna difícil a elaboração de estratégias a serem adotadas de perto pelos empregados, pelos poderes públicos, pelos sindicatos e pelo público em vias de reconhecimento. Assim, a questão do reconhecimento ganha contornos diferentes de acordo com a distância dos atores observados em relação ao espaço jornalístico institucionalizado. Essa mesma lógica pode ser aplicada aos atores que pertencem ao centro do espaço jornalístico (jornalistas permanentes) mas também aos que estão na sua periferia ou ao redor (free lancers, secretários de redação) ou ainda nas zonas de fronteira (indexadores de conteúdo, técnicos de informática, militantes) como mostram as contribuições deste dossiê.

Quando a invisibilidade é produzida pela ignorância estratégica, desprezo, exclusão ou cegueira voluntária ela se torna uma modalidade de gestão de fronteiras do campo jornalístico, e uma arma de desqualificação das práticas julgadas ilegítimas ou insignificantes (como o jornalismo institucional, a imprensa

de celebridades, a imprensa pornô, os boletins de meteorologia, a produção dos paparazzi, etc.) Essa dimensão da visibilidade social é central por que ela questiona a definição do próprio jornalismo. Em alguns casos, quando a invisibilidade é vivida como uma falta de reconhecimento, ela dá lugar a diferentes formas de luta pelo reconhecimento. A análise das relações entre empresas jornalísticas e free lancers, proposta aqui por Faïza Nait-Bouda se insere nesta perspectiva. Os free lancers são os invisíveis mantidos na fronteira das empresas. Ainda que eles se beneficiem do status de jornalista e produzam conteúdo, eles não estão completamente integrados à organização. Essa relação desigual é produto de uma tensão permanente entre as estratégias dos empregados caracterizadas pelo não reconhecimento (invisibilidade) dessa categoria de colaboradores, e a dos free lancers em vias de conquistar um reconhecimento (visibilidade) por direito e pelos pares dentro do espaço público (em nome de sua utilidade social).

A problemática da invisibilidade definida como déficit de reconhecimento se abre assim para a dialética do conservadorismo e da inovação. Diversas contribuições para este dossiê analisam as práticas emergentes (o youmag, o data jornalismo, o trabalho dos indexadores de conteúdo web), a luta pelo reconhecimento das novas formas de trabalho e pela definição do estatuto dos novos atores e os conflitos que suscitam o abandono das antigas práticas. A análise proposta por Pierre-Carl Langlais e Guillaume Heuguet sobre o processo de elaboração coletiva de um manual consagrado ao datajornalismo mostra que, para os promotores dessa prática emergente, não se trata somente de estabelecer as definições, as práticas e as convenções mas também circunscrever um território e reconhecer tanto a dimensão jornalística como a legitimidade da atividade.

INVISIBILIDADE E FORMAS DE ENGAJAMENTO DOS ATORES: UMA PLASTICIDADE DE SENTIDO

As práticas emergentes se inscrevem majoritariamente no espaço das mídias digitais. A partir das suas particularidades socio-técnicas, os meios on line instauram novas clivagens entre o visível (o que é visto na tela) e o invisível (os bastidores técnico e logístico). Há também inovação no estatuto das

empresas e dos produtos que estão em fase de desenvolvimento ou de pesquisa para obter modelos editoriais e econômicos viáveis. Nesse contexto, os indivíduos não podem se apoiar sobre uma distribuição estável e rotineira das funções, de competências e de atividades, segundo os princípios de divisão e coordenação do trabalho formal. Tais situações favorecem o aparecimento de novas formas de cooperação, especialmente entre os próprios jornalistas e entre jornalistas e técnicos. As contribuições para este número fornecem vários exemplos: os agregadores de conteúdo analisados por Guillaume Sire, os programadores e os documentalistas que trabalham no youmag, bem como o pessoal de informática, os militantes e os universitários que colaboram para a prática e para a definição do data-jornalismo. Estas novas cooperações revelam as estratégias de adaptação dos atores às exigências de produtividade, a uma definição da informação marcada pelo tempo real; - a um déficit de legitimidade ou a um imperativo de sobrevivência econômica. Esses espaços são ideais para analisar as práticas e os discursos em construção, antes que eles se formalizem nos dispositivos gerenciais. O pesquisador pode observar a elaboração das competências e das relações de poder, as formas de engajamento dos atores na atividade profissional antes que eles se cristalizem em princípios de enquadramento da produção, da standardização dos procedimentos, dos resultados e das normas.

Estas formas de colaboração estão particularmente presentes nos espaços de produção digital. Entretanto elas não datam de hoje. A pesquisa histórica está aí para demonstrar. Neste número, Viktor Chagas relembra esse fato ao destacar uma categoria profissional muito antiga, mas raramente estudada: os jornaleiros. Eles, trabalhando na sombra, tiveram um papel importante na época da ditadura militar brasileira fazendo parte da resistência ao lado dos jornalistas e vendendo jornais proibidos.

O objetivo deste dossiê é explorar a relação entre invisibilidade e jornalismo. As contribuições, longe de esgotar o tema, mostram que problematizar o jornalismo sob este ângulo abre novos caminhos para a pesquisa. E ao lançar um novo olhar para objetos negligenciados pode nos surpreender tornando estranhos estes mesmo objetos que as nossas teorias e métodos tinham familiarizado.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Becker, H., 2010, *Les mondes de l'art*, Flammarion, coll. Champs arts.

Blanchot, F., Padiou, J.-G., 2003, « Une économie politique du travail journalistique », *Hermès*, n°35, pp. 63-71.