

A importância da memória na constituição da identidade do jornalista contemporâneo

Virginia Pradelina da Silveira Fonseca

INTRODUÇÃO

O campo acadêmico da Comunicação é extremamente incipiente se comparado a disciplinas de tradição consolidada. Tratando-se de área trans e interdisciplinar, cujo(s) objeto(s) de estudo não lhe(s) é(são) exclusivo(s), a Comunicação deve grande parte de seu repertório teórico e de seu arsenal metodológico às áreas de maior tradição, em especial à Sociologia, à Política, à Economia, à Antropologia e à História, de um lado, e às ciências da linguagem (Linguística, Semiótica, Análise do Discurso), de outro.

Com a História, particularmente, a Comunicação tem mantido uma relação marcada por aproximações, distanciamentos e tensões próprias de quem ainda precisa dar-se melhor a conhecer. Por essa razão, no presente artigo, ao discutir a constituição da identidade do jornalista contemporâneo a partir da perspectiva e de alguns conceitos da ciência historiográfica, faz-se um esforço de promover mais uma aproximação.

COMUNICAÇÃO/JORNALISMO E HISTÓRIA

Apesar das tensões e dos conflitos, são muitos os esforços com pretensões históricas empreendidos por pesquisadores, jornalistas e outros profissionais da área da Comunicação Social ao longo do tempo. No geral, expressam-se através de trabalhos que visam destacar personalidades e veículos, ou ainda registrar coberturas memoráveis de determinados eventos-notícia. Em alguns casos, são desprovidos de qualquer pretensão de interpretação e análise; em outros, não chegam a alcançar os recursos teóricos e metodológicos necessários a esse tipo de empreendimento.

Os primeiros estudos sistemáticos sobre imprensa e jornalismo no Brasil tiveram início com historiadores ligados aos Institutos Históricos e Geográficos (IHGs) espalhados pelo país desde a segunda metade do século XIX. Do interior do paradigma tradicional, “autores como Alfredo de Carvalho e Afonso de Freitas promovem amplos levantamentos sobre jornais e sínteses descritivas, visando elaborar a história da imprensa no Brasil como um todo e em suas províncias” (Romancini, 2007, p. 30).

Dentre os autores contemporâneos que representam uma proximidade qualificada da Comunicação com a História sublinha-se, entre vários, Marialva Barbosa, professora e pesquisadora da Universidade Federal Fluminense, e muitos dos que fazem ou fizeram parte de suas equipes de

pesquisa. Ao sistematizar a produção bibliográfica que registra a história da imprensa no Brasil¹, por exemplo, a pesquisadora identifica a existência de cinco tipos de trabalhos, em que se destacam, majoritariamente, os textos tributários de uma ideia de história linear, orientada e baseada em grandes feitos, singularidades e particularidades dos grandes personagens. “A maioria [...] adota uma visão que privilegia a ruptura, produzida por fatos marcantes, na qual a temporalidade linear e a sucessão de acontecimentos dão o tom da narrativa²” (Barbosa, 2007a, p. 11).

A autora agrupa os textos e os descreve da seguinte forma: 1) Os que acompanham o aparecimento e o desaparecimento de periódicos, numa perspectiva factual. Este seria o conjunto mais numeroso e ao qual estaria circunscrita a principal síntese da história da imprensa no país – o livro *A História da Imprensa no Brasil*, de Néelson Werneck Sodré³. 2) Os que se concentram nas modificações e na estrutura interna dos jornais: trabalhos monográficos dedicados à pesquisa de um único periódico ou de um pequeno grupo deles, sem, no entanto, estabelecer conexões entre as características descritas e observadas com as transformações históricas e sociais, centrando a análise em ações individuais dos atores envolvidos. A história, quando aparece, surge apenas como pano de fundo, observa, como conjuntura na qual os personagens se movimentam, e não como uma dimensão constitutiva dos seres e das suas ações. 3) Os que abordam os jornais e os meios de comunicação em geral como portadores de conteúdos políticos e de ideologias. Nesse caso, na sua avaliação, a maioria desconsidera as condições de produção, circulação e recepção dos produtos, e não leva em conta os limites específicos da historicidade de cada tempo. 4) Os que resultam de pesquisas que abordam o contexto histórico no qual os periódicos vão se inserindo - surgimento, evolução e desaparecimento. São trabalhos que desconsiderariam a dimensão interna dos meios e a lógica própria do campo (como aspectos técnicos, discursivos e profissionais). Neste grupo também a história apareceria como mero pano de fundo, em que a correspondência entre o interno e o externo seria trabalhada de forma mais descritiva que explicativa. 5) Os trabalhos que consideram a história como processo e, sobretudo, a imprensa na sua relação com o social. Estes seriam os que visualizariam a imprensa como parte de um processo comunicacional, em que adquire importância

¹ Como registros da história da imprensa brasileira, destacam-se as seguintes obras e autores, que tiveram a preocupação de fazer sistematizações abrangentes: *Contribuições à história da imprensa brasileira: 1812-1869*, de Hélio Vianna, *O livro, o jornal e a tipografia no Brasil: 1500-1822*, de Carlos Rizzini, *História da Imprensa de São Paulo*, de José Freitas Nobre, *História da Imprensa no Brasil*, de Néelson Werneck Sodré, *Jornal, história e técnica*, de Juarez Bahia, e *História Social da Imprensa*, de José Marques de Melo. Nos últimos anos, três novas sistematizações foram lançadas, atualizando o tema: *História Cultural da Imprensa: Brasil – 1900-2000*, de Marialva Carlos Barbosa (2007), *História do Jornalismo no Brasil*, de Richard Romancini e Cláudia Lago (2007) e *História da Imprensa no Brasil*, de Ana Luiza Martins e Tânia Regina de Luca (2008).

² A autora refere-se a trabalhos que seguem a tradição representada pelo historiador alemão Leopold Von Ranke, responsável pela cientificação da História no século XIX. Tradicional, objetivista e positivista, esse paradigma passa a ser criticado e é suplantado no século XX pela chamada Escola dos Annales e pela historiografia marxista, que, juntos, representam o paradigma moderno.

³ Um dos mais importantes historiadores do século XX, cuja obra influenciou gerações. Como marxista, acreditava numa História engajada – o passado poderia lançar luz sobre os problemas contemporâneos e contribuir para a superação do modo de produção capitalista.

o conteúdo, o produtor da mensagem e a forma como o leitor entende os sinais emitidos pelos impressos. Também procurariam destacar a dimensão histórica de um mundo pleno de significados, no qual se localizam os meios de comunicação. “Essas pesquisas visualizam a história a partir de um espaço social considerado, interpretando os sinais que chegam até o presente a partir das perguntas subjetivas e do olhar, igualmente subjetivo, que se pode lançar ao passado” (Barbosa, 2007a, p. 13).

Um dos méritos da classificação, cuja autora subscreve as concepções do quinto grupo⁴, é justamente o de desvelar as proximidades, os distanciamentos e as tensões a que nos referíamos anteriormente.

Em outro texto, ela explica a relação entre os campos da Comunicação e da História:

Enquanto a comunicação vê prioritariamente a história como possibilidade de adentrar o passado e recuperar, neste mesmo passado, fontes inteligíveis que podem trazer o passado para o presente, a história considera emblematicamente os meios de comunicação como ferramentas disponíveis para a compreensão de um contexto mais amplo invariavelmente localizado no passado (Barbosa, 2007c, p. 15).

É dela também que vem a principal crítica quanto a um dos fatores de tensão, e talvez distanciamento, entre os respectivos campos acadêmicos, assim como entre as práticas de jornalistas e de historiadores – de natureza metodológica. Ao lembrar que se, por um lado, a aproximação com a Sociologia forneceu à Comunicação os referenciais teóricos necessários à descrição dos múltiplos fenômenos ligados à ação jornalística, por outro, essa base não possibilita uma análise que vise os porquês dessas ações, essencialmente relacionados aos regimes de historicidade⁵. Na sua avaliação, a maioria dos estudos estaria restrita à constatação do acontecimento, não alcançando o nível da interpretação.

[...] A história se preocupa com as razões, as causas, os porquês. E a inclusão dos porquês nos estudos de jornalismo pode levar as pesquisas a um outro patamar. Não se trata apenas de dizer que a mídia pode determinar *como pensar ou sobre o quê pensar*, mas por que isso acontece em um espaço social considerado, com determinadas especificidades, que difere fundamentalmente do que ocorre em outro espaço. Neste sentido, o historicismo é fundamental (Barbosa, 2007b, p. 154).

A autora adverte que considerar a história não significa, necessariamente, realizar estudos históricos, mas se valer da teoria da história para fazer a análise, o que implicaria observar um dos principais postulados da ciência historiográfica – a interpretação. “Não se trata de recuperar

⁴ Marialva Barbosa filia-se à Nova História Cultural, uma vertente da historiografia pós-1968, também chamada de pós-moderna, que tem na cultura uma categoria de análise central para o estudo de uma grande variedade de temas: práticas de consumo, produção cultural, identidades de grupos minoritários, etc. (Romancini, 2007).

⁵ Diferentemente de “época”, entendida como um corte linear no tempo, por regime de historicidade compreende-se a expressão da experiência temporal. Regimes de historicidade não marcam o tempo de forma neutra, mas organizam o passado como uma sequência de estruturas. Trata-se de um enquadramento acadêmico da experiência (*Erfahrung*) do tempo, que, em contrapartida, conforma os modos de discorrer acerca de e de vivenciar o próprio tempo. (Hartog, 1996). Disponível em < <http://www.flch.usp.br/dh/heros/excerpta/hartog/hartog.html> > Acesso em 05/08/2008.

o que de fato ocorre [...], mas de interpretar – a partir da subjetividade do pesquisador – as razões de uma determinada ação social” (Barbosa, 2007, p. 154).

Antes de tomar o conceito de memória, particularmente o de memória coletiva (Halbwachs, 1990), e de discutir sua importância na conformação das identidades, faz-se necessário esclarecer de que jornalista está-se falando, e discorrer brevemente sobre o processo de mudanças que atinge as organizações de mídia no período de transição para o século XXI, sobretudo nos últimos anos.

O CONTEXTO DAS MUDANÇAS

A descrição do ambiente de mudanças faz-se necessária porque, conforme observa Lopes (2007), a identidade é um processo de produção de sentidos constantemente negociados e revistos no espaço social:

[...] A identidade do jornalista não se define apenas a partir das suas escolhas individuais nem somente é resultado de marcas estruturalmente definidas. Ela deve ser investigada, sobretudo, nos espaços de transformação e mudança, aspectos inseparáveis do conceito de identidade (Lopes, 2007, p. 140).

O pleno desenvolvimento de novas tecnologias de comunicação e informação, representado simbolicamente pela internet, e a reestruturação global do capitalismo podem ser considerados os principais fatores de reordenamento da vida social neste início de século. Considerados especificamente em relação às organizações de mídia, tecnologia e regime de acumulação (flexível, pós-fordista)⁶ conduzem a mudanças tanto na estrutura das empresas, quanto nos seus métodos de gestão do trabalho e da produção⁷.

As empresas, antes conglomerados nacionais de comunicação voltados para a produção de conteúdos a serem difundidos massivamente (por canais de televisão aberta ou por jornais de grande circulação, por exemplo), tendem a se transformar em corporações de caráter transnacional, de padrão multimídia, que não apenas produzem conteúdos para segmentos específicos de público, como também incorporam plataformas de transmissão e distribuição de informação de caráter variado, e não apenas jornalístico, o que demanda grandes investimentos e gestão altamente profissionalizada. A necessidade de aumentar o tempo de giro do capital e de obter o máximo de resultados com o menor custo, por sua vez, leva a uma reestruturação tecno-produtiva: a antiga e rígida linha fordista de produção de notícias, em que cada trabalhador desempenhava uma tarefa, na qual era especializado (pauteiro, repórter, redator, chefe de reportagem, fotógrafo, editor,

⁶ Modo de organização da produção da etapa contemporânea, monopolista/global, do capitalismo (Harvey, 2001).

⁷ Tratou-se desse tipo de mudanças em pesquisa realizada para tese de doutorado defendida em 2005, cujo conteúdo está no livro *Indústria de Notícias: capitalismo e novas tecnologias no jornalismo contemporâneo*, publicado pela Editora da UFRGS em 2008.

etc.), é substituída por um modelo flexível. Na nova redação, a lógica pós-fordista revela-se no perfil de jornalista perseguido nas organizações: multimídia, que além de apresentar domínio de todo o processo de produção (da elaboração da pauta à sua edição na página, para usar o exemplo de um meio impresso), tem de ser capaz também de produzir conteúdos para os demais veículos do grupo empresarial a que está vinculado⁸ (outros jornais, emissoras de rádio, de televisão e canais de internet), o que requer habilidades técnicas e conhecimento das diferentes linguagens dos meios. Para isso, constantes programas de treinamento são realizados, em geral com ênfase na apropriação de tecnologias.

Mais do que em qualquer dos períodos anteriores, o jornalismo, nesse contexto, é submetido aos objetivos da empresa que o concebe como negócio, tendo reduzida sua natureza de atividade social constituinte da esfera pública. E uma das principais evidências dessa submissão à condição de mercadoria pode ser identificada na obsessiva perseguição da audiência, ainda que isso implique o sacrifício do interesse público em favor do interesse do público. Para manter e aumentar audiências, e assim “se vender” ao mercado de anunciantes, é preciso agradar o leitor, fisgá-lo, torná-lo fiel. O problema é que corresponder sempre ao gosto do leitor tem suas implicações.

Esse conjunto de mudanças que no Brasil acentua-se a partir da segunda metade dos anos 1990 leva à pressuposição de que se está diante de um quadro que abriga também a reconfiguração da identidade profissional dos jornalistas, ou mesmo a constituição de novas identidades no interior do mesmo grupo profissional, condicionadas pelo novo cenário de trabalho. O jornalista de que se fala, portanto, é o profissional das grandes corporações de mídia: o que atua na linha de frente da notícia e que tem a responsabilidade de apresentar periodicamente à sociedade uma representação dos acontecimentos que sua cultura profissional, seus valores e suas práticas lhe permitem selecionar como os mais importantes, contribuindo assim para uma determinada apreensão e enquadramento da realidade.

Esse tipo de profissional que, no passado⁹, construía carreira ligado a um determinado meio (jornal, televisão, rádio) e a um determinado tipo de atividade (repórter, redator, fotógrafo, editor), pode ser visto hoje quase como uma categoria em extinção. No seu lugar, emerge o profissional multimídia, cujos vínculos se dispersam por vários meios e em várias atividades, não necessariamente jornalísticas, como a de executivos (responsáveis pela gestão de pessoas, estruturas e orçamentos). Além do mais, o desenvolvimento comercial da internet propiciou o surgimento de mais uma modalidade de produção e circulação de notícias – o jornalismo *on line*, também chamado webjornalismo, com todas as especificidades e potencialidades da rede. No novo meio, atualização

⁸ A isso as empresas referem-se como compartilhamento de conteúdos.

⁹ O passado a que se faz referência é o período que vai até o início da década de 1990, anterior ao advento da internet comercial.

constante das notícias (instantaneidade) e interatividade com o leitor são duas das mais destacadas e valorizadas características.

Diante desse contexto, não nos parece desarrazoado perguntar: quem é o jornalista hoje? Como percebe sua atividade e como é percebido pela sociedade? Quais as implicações da reorganização tecno-produtiva nas organizações de mídia sobre a identidade do jornalista enquanto grupo social?

A busca de respostas a esse tipo de questionamento leva-nos ao tema da identidade, e para discutir sua constituição, ao conceito de memória.

IDENTIDADE E MEMÓRIA

Por identidade, entende-se, conforme Pollak, “a imagem de si, para si e para os outros”, isto é,

a imagem que uma pessoa adquire ao longo da vida referente a ela própria, a imagem que ela constrói e apresenta aos outros e a si própria, para acreditar na sua própria representação, mas também para ser percebida da maneira como quer ser percebida pelos outros (Pollak, 1992).

Assim formulado, o conceito converge para o de Castells (2000), quando afirma que identidade é um conceito que compreende mais que os papéis desempenhados pelos sujeitos na sociedade:

Identities [...] constitute sources of meaning for the proper actors, for they are originated, and constructed by means of a process of individuation. Although [...] they can also be formed from dominant institutions, they only assume this condition when and if the social actors internalize them, constructing their meaning with base in this internalization [...]. One can say that identities organize meanings, while roles organize functions (Castells, 2000, p. 23).

Ainda em relação ao conceito, é importante reter a compreensão de que sua constituição é um processo que não ocorre senão em relação ao outro.

Quando pensamos na relação entre o Eu e o Outro, este não é concebido como aquele que não é como nós, que é diferente de nós. O outro é, ao mesmo tempo, o que me falta para existir e aquele que afirma de outra maneira a minha existência, minha maneira de ser (Moscovici, 2005. p. 13).

Uma explicação antropológica que não se opõe à da História, e que se percebe na afirmação de que:

A construção da identidade é um fenômeno que se produz em referência aos outros, [...] aos critérios de aceitabilidade, de admissibilidade, de credibilidade, e que se faz por meio da negociação direta com outros. Vale dizer que memória e identidade podem perfeitamente ser negociadas, e não são fenômenos que devam ser compreendidos como essências de uma pessoa ou grupo (Pollak, 1992).

A partir dessas concepções, pode-se ratificar a afirmação de Lopes de que “construir identidade é como contar uma história que produza sentido para quem a conta e para quem a escuta”. E mais, que “muito do que dizemos de nós mesmos ou do que os outros dizem de nós se constrói a partir de lembranças. Por isso a memória é considerada um atributo de suma importância para alinhar a organização dessa narrativa refletida e dimensão fundamental de processos identitários” (Lopes, 2007. p. 145).

Esse tipo de esclarecimento é fundamental no momento que se procura discutir a constituição da identidade do jornalista contemporâneo tomando como referência o conceito de memória coletiva, originalmente formulado por M. Halbwachs (1990) e mais tarde incorporado e aprofundado por Pollak (1992) e Lowenthal (1998).

Filiado ao paradigma durkheimiano, Halbwachs (1990) propõe o conceito de memória coletiva com base no argumento de que mesmo as lembranças mais íntimas e pessoais não podem ser separadas da compreensão de que o homem é um ser social. Ao ser apresentado nos anos 1950, representou uma ruptura e um deslocamento na tradição que pensava a memória apenas como um processo individual. Para o autor, a memória deve ser entendida sobretudo como um fenômeno coletivo e social, construído coletivamente e submetido a flutuações, transformações e mudanças constantes. Desde então, a discussão sobre memória individual ou memória coletiva não se dá sem levar em conta que as relações se dão num espaço social, e que

a memória é um elemento constituinte do sentimento de identidade, tanto individual como coletiva, na medida em que ela é também um fator extremamente importante do sentimento de continuidade e de coerência de uma pessoa ou de um grupo em sua reconstrução de si (Pollak, 1992).

Lowenthal, por sua vez, ao afirmar que a memória - assim como a história e os fragmentos - é uma forma de acesso ao passado, também sustenta que esta é fonte de identidade tanto pessoal quanto coletiva. No indivíduo, a perda da memória destrói a personalidade e priva a vida de significado; já os grupos, “mobilizam lembranças coletivas para sustentar identidades duradouras, da mesma forma que os instrumentos legais conferem às companhias e às propriedades privadas imortalidade em potencial” (Lowenthal, 1998, p. 84). Para o autor, relembrar o passado é essencial para o sentido de identidade, porque “saber o que fomos confirma o que somos” (p.83).

Para responder às questões apresentadas anteriormente, entretanto, é preciso atentar para um aspecto levantado por Lopes (2007, p. 143) – o de que é preciso “voltar os olhos para aquilo que o grupo organiza interiormente como significado [...], situá-lo num âmbito de sociabilidade, de partilha comum de significados”. O problema que se apresenta, nesta perspectiva,

é que os processos de identificação do jornalista são cambiantes ao longo da história – os membros do grupo já foram identificados como panfletários (à época dos pasquins), como literatos (na segunda metade do século XIX), como políticos (nas campanhas abolicionista e republicana), como intelectuais (nos anos 1950) ou simplesmente como *experts*¹⁰. Este último tipo, por exemplo, é o que teria prevalecido nas redações das grandes empresas de comunicação a partir da década de 1970, quando foram introduzidos princípios de *marketing* na gestão dos jornais. Pesquisa desenvolvida por Abreu (1998) constata que, desse período em diante, a percepção do jornalismo, pelos jornalistas, é de que este se assemelha a outra atividade qualquer, como a de médico, de advogado, de engenheiro. Nesse sentido, o jornalista vê-se como um *expert*, um profissional, distinto daquele intelectual, ainda que intelectual proletário, que via no jornalismo um instrumento para mudar o mundo.

Se é verdade que a identidade de um grupo só se mantém enquanto encontra legitimidade na sociedade, volta-se à indagação inicial sem se ter encontrado respostas satisfatórias. Acredita-se que nem os próprios membros do grupo profissional, nem aqueles que na sociedade ocupam posição de poder dizer algo sobre alguma coisa, seriam capazes de fornecer uma resposta consensual para a pergunta “quem são os jornalistas?”.

Dessa forma, parece-nos que a situação atual configura um dos momentos de tensão e fragilidade a que se refere Giddens ao discorrer sobre o processo de construção da narrativa de si mesmo, quando fenômenos internos ou externos desestabilizam a constância da consciência da auto-organização e impulsionam tomadas de posição – pela manutenção ou pela mudança (Giddens *apud* Lopes, 2007).

As dificuldades, entretanto, são fatores mais de motivação que de desestímulo para a investigação do tema.

DILEMAS METODOLÓGICOS: POR ONDE CAMINHAR?

Refletir sobre a identidade do grupo profissional formado pelos jornalistas que atuam nas grandes corporações de mídia da atualidade é um desafio que pode ser enfrentado através de muitas perspectivas disciplinares – Sociologia, Antropologia, História. Neste texto, optou-se por uma aproximação com a ciência historiográfica, preferencialmente, em razão das possibilidades de exercício teórico que a articulação entre os conceitos de memória e identidade proporcionam. A abordagem de um assunto como esse, todavia, requer um olhar necessariamente interdisciplinar.

¹⁰ No sentido dado aos termos intelectual e *expert* por Norberto Bobbio (1997): intelectuais seriam aqueles que elaboram princípios que são determinados pela crença consciente nos valores, que são acolhidos como guias da ação; enquanto os *experts*, aqueles que, indicando os conhecimentos mais adequados para alcançar um determinado fim, fazem com que a ação que a ele se conforma possa ser chamada de racional segundo o objetivo, distinta da ação racional segundo o valor.

Por isso, diante do dilema de como apreender significados coletivos que traduzam o ser jornalista nos dias atuais, retoma-se Pollak (1992), para rever o que diz sobre os elementos constitutivos da memória e da identidade.

Para o autor, a memória é constituída de acontecimentos (vividos pessoalmente ou por tabela¹¹), de pessoas/personagens¹² e de lugares - lugares de memória, particularmente ligados a uma lembrança¹³. Já a construção da identidade dependeria de três elementos essenciais: o sentimento de pertencimento (uma fronteira de ordem física), a continuidade no tempo (permanência física, moral e psicológica através da qual o grupo se faz visível e perceptível aos outros) e o sentimento de unidade (coerência).

Diz ainda que, se é possível o confronto entre a memória individual e a memória dos outros, isso mostra que a memória e a identidade são valores disputados em conflitos sociais e intergrupais, e particularmente em conflitos que opõem grupos políticos diversos. A problemática da constituição social da memória evidenciaria, assim, a ligação desta com as identidades coletivas¹⁴. E enfatiza:

Quando a memória e a identidade estão suficientemente constituídas, suficientemente instituídas, suficientemente amarradas, os questionamentos de grupos externos à organização, os problemas colocados pelos outros, não chegam a provocar a necessidade de se proceder a rearrumações, nem no nível da identidade coletiva, nem no nível da identidade individual (Pollak, 1992).

Diante de tais esclarecimentos, como então começar a delinear a identidade do jornalista que atua na linha de frente do processo de produção de notícias nas grandes corporações de mídia da atualidade? A dúvida se instaura exatamente pelo fato de se viver um tempo de mudanças tais que a multiplicidade das suas atribuições torna difícil pensar em uma identidade unificada e estável, o que significa que esta não está suficientemente amarrada e infensa aos questionamentos externos a que se refere Pollak.

Uma alternativa ante o dilema metodológico é dada por Giddens (2002), que aponta

¹¹ Acontecimentos vividos pelo grupo ou pela coletividade à qual a pessoa sente pertencer. Acontecimentos dos quais a pessoa nem sempre participou, mas que, no imaginário, tomaram tamanho relevo que, no fim das contas, é quase impossível que ela consiga saber se participou ou não. Esses acontecimentos vão se juntar a todos os eventos que não se situam dentro do espaço-tempo de uma pessoa ou de um grupo. Por meio da socialização política, ou da socialização histórica, é possível que ocorra um fenômeno de projeção ou de identificação com determinado passado, tão forte que permita falar numa memória quase que herdada (Pollak, 1992).

¹² Da mesma forma que os acontecimentos, as personagens podem ser realmente encontradas no decorrer da vida ou frequentadas por tabela, indiretamente, mas que quase se transformam em conhecidas, e ainda personagens que não pertenceram necessariamente ao espaço-tempo da pessoa (Pollak, 1992).

¹³ Para Pollak (1992), as lembranças podem ser pessoais, mas também podem não ter apoio no tempo cronológico. Na memória pública pode haver lugares de apoio da memória - os lugares de comemoração: os monumentos aos mortos, por exemplo, tanto podem servir de base para uma lembrança de uma pessoa que vivenciou um determinado período ou o viveu por tabela, como a II Guerra Mundial, o holocausto, o ataque às Torres Gêmeas, etc.

¹⁴ Na tradição sociológica, os investimentos que um grupo deve fazer ao longo do tempo para dar a cada membro do grupo - quer se trate de família ou de nação - o sentimento de unidade, de continuidade e de coerência (Pollak, 1992).

como caminho recorrer-se ao *savoir-faire*:

A existência é modo de estar no mundo no sentido de Kierkegaard. Ao ‘fazer’ a vida cotidiana, todos os seres humanos respondem à questão do ‘ser’ – e o fazem pela natureza das atividades a que se dedicam. [...] Tais respostas estão fundamentalmente localizadas no nível do comportamento (Giddens 2002, p. 50).

Convencida pelo autor inglês da importância do *savoir-faire* na constituição das identidades, esse caminho foi seguido por Lopes (2007) em pesquisa sobre o mesmo tema de que trata este artigo. A autora recorre aos ‘fazeres’ da profissão ao observar que muito do que a sociedade percebe da identidade jornalística está relacionado ao reconhecimento do tipo de atividade que esses profissionais exercem. O *savoir-faire* organizaria, assim, as fronteiras do grupo. “Quando os agentes reúnem-se em torno das práticas típicas do jornalismo, estão, assim, partilhando o *habitus*¹⁵, ou seja, realizando suas ações - individuais ou coletivas – dentro de variadas relações de poder e de estruturas organizantes do espaço que ocupam (LOPES, 2007, p. 149). Além disso, o fazer diário da profissão englobaria mais que as atividades realizadas cotidianamente, abrangendo também os diversos contextos atrelados a esse fazer.

Recorre também a Namer (1987), para sustentar que a vida cotidiana do indivíduo e sua memória estão profundamente ligadas à profissão que este ocupa, porque a esfera do trabalho e da produção técnica seria o local de construção de uma “memória funcional”, sedimentada a partir de uma prática funcional. Ter-se-ia, aí, portanto, a organização de uma memória coletiva em torno das funções desempenhadas por um grupo profissional. “Assim, pode-se dizer que os papéis desempenhados pelos jornalistas por meio de suas atividades fornecem elementos para sua auto-definição” (Lopes, 2007, p. 149).

Mas identidade não difere de papel, como advertira Castells? A identidade do jornalista não pode ser vista restritamente como resultado de uma prática, pondera Lopes (2007). E acrescenta:

Sendo ‘construção de significado’, identidade considera os fazeres, mas também engloba os valores, as crenças, os mitos, os saberes, as representações sociais, a história, a memória, as relações de poder, além de outros elementos que são fonte de fortes ligações para os indivíduos que compõem um grupo (Lopes, 2007, p. 149).

É por isso que a reflexão sobre a identidade do jornalista contemporâneo, e as estratégias teórico-metodológicas para uma aproximação, um delineamento, é tarefa das mais complexas. Porque os papéis atribuídos ao que hoje conhecemos como jornalista¹⁶ foram muitos ao longo da história, como se referiu anteriormente. É da fase de modernização da imprensa, dos anos

¹⁵ No sentido dado ao termo por Pierre Bourdieu, isto é, conhecimento adquirido, espécie de *modus operandi* que funciona como matriz a partir da qual os agentes baseiam suas percepções, apreciações e ações. “É um princípio gerador que tanto reproduz as condições objetivas e regulares quanto permite inovações e ajustes (Bourdieu *apud* Lopes, 2007, p. 140).

¹⁶ Nem sempre os jornalistas foram reconhecidos por esse termo. Também já foram chamados “escritores públicos”.

1960 em diante, por exemplo, que se passa a associar o jornalismo à notícia, à informação de atualidade. Antes, os jornais estavam atrelados a grupos políticos que os utilizavam para fazer proselitismo e como instrumentos nas disputas pelo poder. Personagens como Carlos Lacerda e Samuel Weiner¹⁷, nos anos 1950, são exemplares desse tipo de atuação.

A questão que se coloca contemporaneamente, portanto, é de atualização da representação do jornalista. Diante dos novos fazeres (descritos na seção 2) e das novas condições de trabalho a que estão submetidos numa estrutura social hegemônica pela lógica do capital, que papéis, que valores, que crenças, que mitos profissionais compartilham? São fiscais do poder, onde quer que este se manifeste, ou meros contadores de histórias do tempo presente? Investigadores a serviço da sociedade e do interesse público ou meros provedores de conteúdo em portais de notícias? Isentos, objetivos, ou manipuladores a serviço de interesses econômicos e ideológicos? Eis alguns dos mitos, crenças e valores a serem confrontados, sem se perder de vista a impossibilidade de se alcançar uma representação global. Impossibilidade porque neste tempo que alguns nomeiam pós-modernidade

A identidade plenamente unificada, completa, segura e coerente é uma fantasia. Ao invés disso, à medida que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis, com cada uma das quais poderíamos nos identificar – ao menos temporariamente (Hall, 2000, p. 13).

Esta é, portanto, a tarefa do investigador do tema, qualquer que seja seu domínio disciplinar.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo deste texto, procurou-se não apenas aproximar os campos acadêmicos da Comunicação e da História, como buscar a efetiva contribuição da ciência historiográfica para o esclarecimento do tema. A revisão bibliográfica e a problematização de questões relativas ao método de abordagem devem ser vistas como etapa prévia, condição necessária embora não suficiente, para a consecução dos objetivos de uma investigação sobre a identidade do jornalista contemporâneo.

Da experiência, fica a compreensão de que se aproximar deste objeto pela porta da História implica entender que a identidade é formada por elementos constantemente negociados, revistos e transformados, como explicam Ribeiro e Ferreira:

Ao organizarem sua memória associando seus atos passados a mitos ou posições ideológicas dominantes, os jornalistas reforçam o sentido de permanência no tempo, procurando elaborar sua imagem como a de um grupo coerente, sólido e competente, que tem autoridade e poder de fala (Ribeiro e Ferreira, 2007, p. 9).

¹⁷ Carlos Lacerda, através do jornal *Tribuna da Imprensa*, no combate a Getúlio Vargas; Weiner, através do *Última Hora*, na defesa do projeto varguista.

Nesse sentido, ao mesmo tempo em que sistematiza a reflexão, este texto constitui um exercício de caráter exploratório das relações entre memória e identidade no âmbito dos campos acadêmicos da Comunicação e do Jornalismo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABREU, Alzira Alves. “De românticos a profissionais”. In: *Antropolítica*. Niterói, nº 5, 2º sem.1998, p. 7-19.

BAHIA, Juarez. *Jornal, história e técnica*. São Paulo: Ática, 1990.

BARBOSA, Marialva Carlos. *História cultural da imprensa. Brasil – 1900-2000*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007a.

BARBOSA, Marialva Carlos. *Percursos do olhar: comunicação, narrativa e memória*. Niterói: Editora da UFF, 2007b.

BARBOSA, Marialva Carlos. Meios de comunicação e história: um universo de possíveis. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; FERREIRA, Lucia Maria Alves (Orgs.). *Mídia e Memória: produção de sentidos nos meios de comunicação*. Rio de Janeiro: 2007c.

BOBBIO, Norberto. *Os intelectuais e o poder: dúvidas e opções dos homens de cultura na sociedade contemporânea*. São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista, 1997.

CASTELLS, Manuel. *O poder da identidade*. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

FONSECA, Virginia Pradelina da Silveira Fonseca. *Indústria de notícias: capitalismo e novas tecnologias no jornalismo contemporâneo*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2008.

GIDDENS, Anthony. *Modernidade e identidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2000.

HARTOG, François. “Regime de historicidade: Time, History and the Writing of History: the Order of Time”. Disponível em <<http://www.fflch.usp.br/dh/heros/excerpta/hartog/hartog.html>>. Acesso em 05/08/2008.

HALBWACHS, Maurice. *A memória coletiva*. São Paulo: Vértice, 1990.

HARVEY, David. *Condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural*. São Paulo: Loyola, 2001.

LOPES, Fernanda Lima. Identidade jornalística e memória. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; FERREIRA, Lucia Maria Alves. **Mídia e memória: a produção de sentidos nos meios de comunicação**. Rio de Janeiro: Mauad X 2007 (p. 137-154).

LOWENTHAL, David. “Como conhecemos o passado”. In: *Projeto História: trabalhos da memória*. Revista do Programa de Estudos Pós-graduados em História e do Departamento de História. São Paulo: PUCSP, nº 17, Nov. 1998 (63-199).

MARQUES DE MELO, José. *História Social da Imprensa*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003.

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

MOSCOVICI, Serge. “Sobre a subjetividade social”. In: SÁ, C. P. de (org.). *Memória, imaginário e representações sociais*. Rio de Janeiro: Editora Museu da República, 2005.

- POLLAK, Michael. "Memória e identidade social". In: *Revista Estudos Históricos*, v. 5, nº 10, 1992, p. 200-212.
- NOBRE, José Freitas Nobre. *História da Imprensa de São Paulo*. São Paulo: Editora Leia, 1950.
- NAMER, Gerard. *Memoire et société*. Paris: Meridien Klincksieck, 1987.
- RIBEIRO, Ana Paula Goulart; FERREIRA, Lucia Maria Alves. *Mídia e Memória: a produção de sentidos nos meios de comunicação*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.
- RIZZINI, Carlos. *O livro, o jornal e a tipografia no Brasil: 1500-1822*. São Paulo/Rio de Janeiro: Kosmos, 1946.
- ROMANCINI, Richard. "História e Jornalismo: reflexões sobre campos de pesquisa". In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Márcia. *Metodologia de pesquisa em jornalismo*. Petrópolis: Vozes, 2007.
- ROMANCINI, Richard; LAGO, Cláudia. *História do jornalismo no Brasil*. Florianópolis: Insular, 2007.
- SODRÉ, Nelson Werneck. *História da imprensa no Brasil*. São Paulo: Martins Fontes, 1983.
- VIANNA, Hélio. *Contribuições à história da imprensa brasileira: 1812-1869*. Rio de Janeiro: Imprensa Nacional, 1945.

VIRGÍNIA PRADALINA DA SILVEIRA FONSECA é jornalista, doutora em Comunicação e Informação, professora e pesquisadora nos cursos de graduação e pós-graduação da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Submetido: 04/04/2009.

Aceito: 18/05/2009.