

UM SER PROFISSIONAL

ou como percebê-lo

Copyright © 2017
SBPjor / Associação
Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo

DENIS RUELLAN
Université Paris-Sorbonne, França

RESUMO - O autor, pesquisador em jornalismo, retoma pontos que estruturam sua própria investigação nos últimos 25 anos. Ele situa o contexto no qual inicialmente se desenvolveram os estudos em jornalismo. A partir daí, desenvolve três linhas de pesquisa sob o denominador comum de compreender uma identidade profissional: 1 – Entender o jornalismo como uma construção (e não como um dado estável); 2 – Analisá-lo como objeto e resultado de conflitos de concorrência cujo objetivo é impor uma ordem simbólica (ou uma visão dominante); 3 – Compreender como essa ordem é constantemente subjetivada (ou transformada) por indivíduos ou por grupos de indivíduos

Palavras-chave: jornalismo, jornalista, identidade profissional.

UN SER PROFESIONAL o la forma de percibirlo

RESUMEN - El autor, un investigador en el periodismo, reanuda los puntos que estructuran su propia investigación en los últimos 25 años. Presenta el contexto donde inicialmente se han desarrollado los estudios de periodismo. De ahí en adelante, el autor desarrolla tres líneas de investigación bajo el mismo objetivo de comprender una identidad profesional: 1 – Comprender el periodismo como una construcción (y no como un dato estable); 2 - Analizarlo como objeto y resultado de los conflictos de competencia, cuyo objetivo es imponer un orden simbólico (o una visión dominante); 3 - Comprender la constante subjetivación de esa orden (o transformación) por individuos o grupos de individuos

Palabras clave: periodismo, periodista, identidad profesional.

A PROFESSIONAL or how to recognize one

ABSTRACT - The author, a journalism researcher, builds on points that have structured his investigation over the last 25 years. He begins with the initial developments in journalism studies, developing three areas of research on the common denominator for understanding professional identity: 1 – Understanding journalism as a construct (and not as permanent data); 2 – Analyze journalism as an object and result of competition whose objective is to enforce a symbolic order (or a dominant visual one); 3 – Understanding how this order is continuously subjected (or transformed) by individuals or groups of individuals.

Key words: journalism, journalist, professional identity.

Que tipo de ser profissional é o jornalista? Que tipo de indivíduo, no trabalho; que tipo de coletividade, em uma sociedade? Quando, há mais de 25 anos, a comunidade científica voltou a se interessar por essas questões na França (elas já haviam sido abordadas sob o ponto de vista jurídico durante a adoção da lei sobre o estatuto dos jornalistas em 1935), os trabalhos sobre jornalismo se encerravam em um duplo funcionalismo. A sociologia francesa da mídia era, naquele momento, bastante influenciada pelas abordagens norte-americanas, que consideravam que certas atividades produtivas preenchiam uma função social particular e necessária à harmonia da sociedade, mais ou menos como os órgãos são indispensáveis ao funcionamento do corpo humano. Essa abordagem apresentava vários problemas: ela hierarquizava a sociedade, negava o conflito como realidade e condição do mundo social, essencializava as atividades e os seres ao suprimir a dimensão histórica de sua construção, de sua permanência e de sua transformação.

Esse funcionalismo científico era reforçado por outra designação: a dos atores do jornalismo (ou próximos a ele) no processo de produção de seus próprios discursos. Neles, os jornalistas são os defensores da democracia, sua função é a de denunciar os poderosos para proteger as pessoas. Esse discurso tem sido construído desde o Iluminismo, mas é a partir da Segunda Guerra Mundial que se tornou tão presente e eficaz que ficou difícil pensar o jornalismo de outra forma. A sociologia crítica estruturalista não fornecia alternativas. Ao pensar a mídia como ferramenta da dominação social, os mais devotados zelotes dessas teorias acabavam validando a instrumentalização social do jornalismo, o determinismo das funções. Quando um paradigma científico é dominante, quando reúne uma comunidade importante sob suas premissas, não admite outras opções, por isso, é preciso tempo para que a análise possa evoluir. A ciência não é linear, não avança de forma reta e direta, aliás acredito que não há sentido mesmo em dizer que ela avança: seria melhor dizer que evolui, submetida, nesse caso, aos contextos, eventos, indivíduos, ao mesmo tempo em que participa desses contextos, desses eventos, desses indivíduos. A ciência, como tentativa permanente e infinita de racionalização do mundo, está profundamente submetida à ação dos indivíduos e, logo, a uma forma de irracionalidade, pois os seres não agem apenas regidos pela razão, também o fazem a partir do universo de suas emoções. Não se trata aqui de opor razão e emoção, mas de dizer que a racionalidade é também construída pela dimensão emocional da experiência e da ação (DAMASIO, 1995).

No início dos meus trabalhos de pesquisa, graças à minha própria experiência – pois eu tinha sido jornalista –, eu pressentia que essa atividade estava em constante construção e evolução, atravessada por múltiplos conflitos que deram origem a interesses contraditórios, tanto no plano coletivo como individual. Percebi que eu mesmo participava dessas transformações e desses conflitos, pois tinha ambições, e minha ação pessoal se relacionava a evoluções mais amplas. Por isso, cheguei à conclusão de que, se quisesse compreender o ser profissional jornalista, se pretendia analisar a identidade no jornalismo, era necessário assumir uma sociologia interacionista, que estivesse atenta à profundidade histórica na compreensão da contemporaneidade. Era preciso encontrar as estruturas dominantes e os conflitos resultantes delas e, ao mesmo tempo, adotar uma postura compreensiva em relação aos indivíduos para entender como se agia no e pelo social.

Dessa forma, abri três caminhos que tenho seguido até hoje:

1. Considerar o jornalismo como construção (e não como realidade estável).

2. Analisar os processos e os resultados dos conflitos de concorrência cujo objetivo é o de impor uma ordem simbólica (uma visão dominante).

3. Compreender como essa ordem é constantemente subjetivada (ou transformada) pelos indivíduos ou grupos.

Esses três pontos estruturam a organização deste artigo. Não tenho a pretensão de que sejam as únicas formas de se estudar a identidade do jornalismo, mas acredito que é útil levá-los em conta.

1 – O jornalismo, um construto histórico

Um ser profissional jamais existe sozinho, um jornalista não pode estar só. Ele existe por meio de suas relações, com seus colegas e patrões, com suas fontes, com os receptores de seu veículo. Ele existe também pela cultura (os valores, as normas, as rotinas) que lhe foi prescrita durante sua formação e ao longo de sua vida como trabalhador (DUBAR, 1991). Essa cultura é também adquirida, pois o jornalista trabalha em sua fabricação, ele a constrói junto com os demais. Entre o início e o fim de sua carreira, o mundo foi profundamente transformado, as tecnologias, a economia, as relações sociais, tudo é diferente e isso é também produto do indivíduo, na medida em que ele contribuiu para essa evolução. Dito de outra forma,

o ser profissional é o resultado da história, de sua própria história, mas também de uma história maior do que ele, que finca suas raízes no passado. E quanto mais essa história é rica, complicada, conflituosa, mais a identidade do ser profissional é complexa.

A história do jornalismo e dos jornalistas é particularmente densa, pois revela que, para existir, a atividade jornalística teve de talhar seu próprio espaço, ela se estabelece ao aprofundar um interstício localizado entre práticas discursivas concorrentes. Em um mundo ocidental que se desenvolveu ao longo século XIX, o jornalismo não era o único (e nem mesmo o primeiro) a ter a intenção de desenvolver uma atividade de descrição da realidade que se construía. Como dizia o fundador da *Gazette*, primeiro periódico da França no século XVII, “a história é a narrativa das coisas advindas, a *Gazette* é apenas o barulho que a acompanha”. Assim, o jornalismo sofria a concorrência de outras formas de propagar esse barulho: o romance literário e a pintura.

A literatura, desde o século XIX, passou a abordar temas cada vez mais sociais. Ela começa com o discurso emitido pelo romantismo, as narrativas de amor e os combates épicos. Mas com escritores como Honoré de Balzac, Victor Hugo, Guy de Maupassant, Émile Zola, a literatura passa a adotar um estilo e uma dramaturgia cada vez mais diretos e realistas. Ela se inspira em fatos reais: os escritores documentam bastante, viajam, assistem a eventos. Dessa forma, Alexandre Dumas redige uma reportagem em 1860, sobre a revolução italiana na Sicília, Émile Zola vai até os meios populares para redigir seus romances sobre o mundo dos mineiros, Victor Hugo redige o *Choses vues* por ocasião de suas frequentes viagens e que inspiraram seus escritos posteriores. Essa literatura realista (e que dará origem ao movimento naturalista) foi bastante apreciada pelos leitores. Ela era lida nos jornais (sob a forma de folhetins, as novelas daquela época) e, em alguns casos, os leitores se cotizavam para comprar livros dos quais partilhavam a leitura. O romance é um meio poderoso de descrição da realidade social, econômica, política e mesmo cultural, pois ele aborda todos os assuntos, descreve todos os meios. A literatura é, dessa forma, recebida pelos públicos como um meio de informação.

A pintura atua da mesma forma, e conheceu a mesma evolução. Inspirada pelos temas religiosos (as figuras e as experiências da fé) e românticos (a natureza, o amor, as figuras históricas), ela progressivamente deixa de lado esses temas para descrever a vida social, o trabalho, as relações mundanas, as ruas e

as cidades, a cultura, os conflitos militares, as conquistas coloniais. A pintura de Théodore Géricault, Gustave Courbet, Eugène Delacroix, Auguste Renoir, entre outros, se propôs, dessa forma, a descrever um naufrágio, crianças trabalhando, festas populares, uma execução pública, o júri de um concurso cultural, mas também relações íntimas.

Ela também é herdeira das pinturas italiana e flamenca dos séculos XVI e XVII, mas não é portadora dos discursos moral, filosófico ou romântico: ela se pretende factual, descritiva; e denuncia a injustiça, defende os mais fracos. Até que a fotografia adquira o status atual, após a difusão pela imprensa nos anos 1920-1930, a pintura, será no período de 1845 a 1910 (ou seja até o início do movimento surrealista), um vetor importante de informação sobre a sociedade e mesmo sobre eventos políticos e culturais. Mesmo que ela só possa ser adquirida por pessoas mais abastadas, será bastante popular na medida em que os pintores se farão conhecidos por meio das várias exposições públicas.

Quando o jornalismo se torna uma prática industrial (na França, a partir de 1863), quando a tiragem aumenta consideravelmente e, com ela, os efetivos de jornalistas (pois é necessário escrever cada vez mais páginas para um número crescente de jornais concorrentes), este processo é precedido e acompanhado por dois outros discursos, duas maneiras distintas de exprimir a informação, a sociedade, a atualidade. De fato, são os romancistas e escritores que sabem reagir e representar os principais fatos com grande agilidade por meio de reportagens que o próprio jornalismo ainda não sabe fazer. Por isso, o jornalismo deve se estabelecer em meio a essas duas poderosas *formações discursivas*², isso sem mencionar duas outras formações concorrentes: o discurso político (os políticos estão, desde a Revolução Francesa, em 1789, bastante presentes nos jornais, seus textos discutem e analisam as situações políticas e sociais); e a sociologia, uma nova prática que se desenvolve a partir dos anos 1850 nos confins da filosofia e da literatura e que, por volta de 1895, escolhe o campo científico como forma de se estabelecer. Os jornalistas sofrem concorrência, e isso explica por quê, nos dias de hoje, ainda possuem uma identidade plural, herdeira da literatura, da estética pictural, da política e da sociologia. Essa herança é perceptível na pretensão do jornalismo de não ser relegado ao domínio estrito da informação factual: ele pretende agir por meio de um estilo literário (considera a reportagem como um gênero maior, e dá grande atenção à forma do relato), pela estética da imagem (o valor da fotografia de retrato e de reportagem é determinada por sua capacidade pictural), pela

influência do discurso (e engajamento político ou social integra as competências do jornalismo), pela análise (os jornalistas não buscam apenas descrever os eventos, mas relacioná-lo com historicidades, com estruturas). Ou seja, o jornalismo se construiu entre a literatura, a pintura, a política e a sociologia e sua identidade contemporânea precisa levar em conta essa herança histórica.

2 – O jornalismo, um espaço de trabalho

Construído no interstício entre várias formas de discurso que têm a pretensão de descrever e analisar a sociedade, o jornalismo conseguiu existir ao definir sua especificidade e estabelecer relações de força com o seu ambiente. Ele estabelece sua especificidade ao excluir progressivamente do seu campo de competência formações discursivas concorrentes. Esse processo de exclusão foi bastante sutil, pois os jornalistas precisaram proceder em dois planos: materialmente, expulsaram da definição social do jornalismo todos aqueles os incomodavam; mas também sob o plano simbólico, buscando conservar a herança cultural das formações discursivas concorrentes. Esse trabalho de exclusão passou por uma luta em torno da nomeação: é preciso reservar o título de *jornalista* a alguns atores; na França, isso decorre de uma lei que, a partir de 1935, estabeleceu que apenas os “profissionais” (que trabalham principalmente ou totalmente com jornalismo e que são remunerados por um veículo de mídia) são reconhecidos. Isso permitiu a progressiva exclusão de escritores, artistas, políticos e acadêmicos. Mas simbolicamente, os jornalistas buscaram conservar uma identidade mais ampla, ao se reivindicarem como pessoas que também escrevem com estilo emprestado das práticas literárias, com direito de se utilizar da criatividade para produzir imagens fixas (fotografias) e animadas (documentários, televisão). Os jornalistas também reivindicam uma autoridade política (a noção de “Quarto Poder”). E também se colocam como especialistas, capazes de analisar a sociedade (o discurso sobre a tecnicidade das práticas jornalísticas). Para explicar essa identidade plural, eu utilizei a noção de *floeu identitaire* (“imprecisão identitária”, em uma tradução livre) (RUELLAN, 1993). Busquei, nesse caso, destacar que a imprecisão do jornalismo é constitutiva e construtiva. Constitutiva, pois o jornalismo é herdeiro de culturas diversas; e construtiva, pois permite que o jornalismo utilize meios de produção diversificados. Assim, ele se estabelece em um território mais amplo do que é

mencionado pela definição legal do “jornalista profissional”. É claro, o jornalismo se define ao estabelecer sua competência com base em uma dimensão específica: a atualidade, a rapidez da informação. Mas essa especificidade é relativa: no passado, mas sobretudo nos dias de hoje, as ferramentas têm permitido que outras formas de discurso se expressem sobre o tempo imediato. Além disso, escritores, artistas, políticos e sociólogos já sabiam intervir de forma bastante rápida na representação da atualidade.

Por que os jornalistas realizaram essas exclusões? Por que adotar esse tipo de estratégia de rejeitar no território material algo que decidiram conservar em seu espaço simbólico? Ora, porque lutaram pelos seus empregos e pelos seus benefícios. No século XIX, a identidade do jornalismo ainda não estava estabelecida, e todo mundo tinha a pretensão de ser jornalista. Isso resultou em grandes tensões no mercado de trabalho. Os empresários da mídia não respeitavam a categoria, empregando quem eles queriam. Frequentemente, confundiam o jornalismo e a publicidade. E os salários eram nivelados por baixo. A definição excludente do jornalismo é, portanto, a resposta que os trabalhadores deram a essa situação social; ao reduzir a definição do jornalista à dimensão “profissional”, eles limitaram o acesso aos empregos e ainda regularam as tensões no mercado de trabalho. Isso também explica o fato de terem adotado uma visão funcionalista da profissão, pois ela justificaria sua concepção do jornalismo e suportaria seus interesses. De fato, o funcionalismo estabelece que as profissões são atividades que possuem uma missão social; o seu acesso deve ser regulado por uma organização que reside principalmente na decisão dos pares, bem como princípios como a formação inicial e a adesão a uma deontologia. Nesse sentido, os jornalistas franceses se utilizaram da dimensão simbólica para justificar o seu projeto material: em seus discursos, dão uma grande importância à formação e à deontologia profissional, mas, na verdade, eles raramente se engajam para implementá-las; na França, os jornalistas não são obrigados a seguir uma formação inicial, e eles não possuem nenhum instrumento que os obriguem a obedecer a uma moral profissional. Compreende-se, assim, que o objetivo dos jornalistas nunca foi o de se submeter às regras que busquem melhorar a realização da função social que eles pretendem desempenhar. De fato, eles se serviram de argumentos funcionalistas para justificar o controle de um mercado de trabalho que gostariam de exercer em benefício próprio (RUELLAN, 1997).

Do ponto de vista da análise sociológica, esse controle do espaço laboral não é original. De fato, todas essas atividades dão visibilidade a processos conflituosos idênticos, que procedem de concorrências pelo trabalho e por seus benefícios (materiais e sociais) e que resultam no estabelecimento de privilégios. E todos aqueles que buscam estabelecer um domínio reservado em benefício próprio agem da mesma forma: pretendem fazê-lo em nome dos interesses da sociedade (do interesse público), e criam organizações capazes de defender suas próprias concepções. O estudo dessas organizações é particularmente interessante. Ele permite trabalhar a identidade em sua dimensão coletiva e compreender como esses indivíduos reagrupados forjam suas concepções em uma estreita relação com o que eles têm defendido na França nos últimos 135 anos (desde que começaram a formar organizações coletivas para defender seus interesses individuais) e como isso evoluiu – em alguns casos de maneira radical. Além disso, esse estudo permite compreender como as ideias sobre o *métier* e os modos de defesa dos seus horizontes souberam se adaptar ao que Jauss (1978) chama, no plano estético, de *horizonte de expectativas*: uma concepção não deve apenas existir no olhar do artista, ela também precisa ser vista pelos públicos; uma obra só existe quando é observada, e por isso, é necessário que ela seja original para ser atrativa, e compreensível para ser apreciada. Do ponto de vista social, as coisas também me parecem funcionar dessa maneira: para federar um coletivo, para formar uma coletividade, para constituir um grupo profissional, é necessário ter uma proposição original; mas ela só terá chance de ser eficaz se for suficientemente coerente em relação às concepções ancoradas na sociedade, se for capaz de ser recebida e compreendida por aqueles às quais ela se dirige.

É por esta razão que acredito que seja necessário se interessar antes de tudo pelo contexto de uma organização coletiva. Os jornalistas na França formaram três tipos de sindicatos: corporativista, profissionalista e confederalista (RUELLAN, 2014). O primeiro grupamento sindical de jornalistas (o Sindicato dos Jornalistas e Escritores Franceses) nasceu em 1895, ano da criação da grande organização operária revolucionária de inspiração socialista, a Confederação Geral do Trabalho. Este primeiro sindicato é corporativista: ele reuniu empregadores e empregados; ele também é nacionalista e católico. Segundo seus fundadores, seu nascimento é justificado pela necessidade de defender os interesses dos jornalistas, mas essa análise destaca que isso se trata sobretudo de uma defesa de classe no momento em que a sociedade industrial

está se fraturando, entre aqueles que se beneficiam do capitalismo e os que se submetem a ele.

Os jornalistas não querem pertencer à classe trabalhadora e é por isso que exaltam essa aliança entre empregados e empregadores. Eles querem unir os seus interesses com o dos patrões, que se posicionam ao lado do capital financeiro, social e cultural. Eles também se aliam à igreja católica, pois ela se opõe à laicização do Estado e ao controle republicano sobre o aparelho de produção econômica. Eles também são nacionalistas, pois não se posicionam ao lado da Internacional Operária que defende as organizações dos trabalhadores pobres. O corporativismo dos jornalistas é, assim, algo mais que uma reação de profissionais que defendem o *métier*, é uma reação de uma classe pequeno-burguesa que tem medo movimento operário. A história do segundo grupo é significativa dessa relação entre as posições sindicais e as ideias de época, o seu contexto de desenvolvimento. O Sindicato dos Jornalistas nasce em 1918, quando uma crise que se segue à Primeira Guerra Mundial arrasa a Europa. Esse sindicato será gerido pelos membros da Liga dos Direitos do Homem, uma organização criada em 1898 para defender um capitão do exército acusado injustamente de traição por conta da sua confissão religiosa judaica. A Liga defendia que os direitos coletivos são vinculados aos direitos de cada um, de cada indivíduo. Ela se inspirava em uma ideia crescente na sociedade, que sustentava que os indivíduos eram definidos pelo livre-arbítrio no lugar de serem submetidos à massa, à uniformização da consciência. O Sindicato dos Jornalistas vai se desenvolver a partir dessa concepção e, dessa forma, logo passa a representar dois terços da profissão, defendendo os direitos de cada um dos membros, em nome de um interesse coletivo. O confederalismo é uma terceira forma de organização dos jornalistas. Ele considera que o jornalismo é um *métier* cuja defesa passa por sua capacidade de se federar aos outros trabalhadores e aos seus sindicatos. Desde 1919, os jornalistas escolheram se juntar a confederações sindicais, mas tomaram consciência que esse processo provocou a implosão da representação e da defesa de interesses. Em 1966, havia quatro sindicatos (dos quais três eram ligados a confederações diferentes). Eles tentarão, então, criar um só sindicato, uma só organização, apesar das fortes divergências ideológicas. Esse movimento só é compreensível se considerarmos que, na mesma época, havia um amplo processo de agrupamento da esquerda política e social na França, uma unificação que terá

consequência mais tarde na vitória das organizações progressistas nas eleições dos anos 1980 (que se iniciam com a eleição de François Mitterrand à presidência da República). Assim, a história sindical, a história da defesa da identidade coletiva dos jornalistas, está intimamente ligada às transformações políticas e aos seus contextos de emergência – constatação que também pode ser aplicada a outros países como, por exemplo, ao Canadá (LE CAM, 2009).

3 – O jornalismo, uma ordem subjetivada

Finalmente, parece-me que uma abordagem não essencialista do jornalismo, que o historiciza e o relaciona às evoluções tanto sociais como conceituais, deve entender como a construção de uma identidade coletiva é um processo de estabelecimento de uma ordem, daquilo que Michel Foucault (1971) chama de *ordem do discurso*, que visa impor e perenizar uma representação do mundo que estabelece relações sociais no âmbito das relações de força simbólica. Mas é preciso também considerar que essa ordem não é fixa; ela está em constante evolução e, sobretudo, é constantemente subjetivada pelos indivíduos. A ordem se impõe aos indivíduos, mas ela também é feita pelos indivíduos, que se aproveitam dessa imposição e a manobram para utilizá-la em seu benefício e se liberar. O próprio jornalismo é uma ordem na qual são instituídas instâncias cujo papel é o de escassear (mas também é possível dizer reservar) a autoridade do discurso. A figura do “jornalista profissional” é uma dessas instâncias de escasseamento, pois ela encerra o direito a fazer e, sobretudo de definir, o jornalismo como uma categoria bem precisa de indivíduos, quando a atividade jornalística (a atividade que consiste em produzir um discurso sobre a atualidade) pode ser realizada por todos os membros da sociedade. A ordem impõe pela força simbólica uma concepção de discurso que define as categorias, escolhe as autoridades, modela as relações sociais, racionaliza os processos de produção.

Para analisar essa ordem, o uso da noção de *dispositivo* (FOUCAULT, 1977) é útil. O dispositivo consiste em todos esses traços de discurso: a fala dos atores sociais, os textos legais e regulamentares, as organizações sociais, as repartições e os processos materiais, os rituais, os textos eruditos e profanos, “o dito, mas também, o não dito” que impõe aos indivíduos as regras sociais, uma ordem. Assim, tudo fala. Se observarmos em uma situação de produção (de uma reportagem, de uma

entrevista coletiva, mas também uma redação de mídia, um estúdio de rádio ou TV), o lugar dos indivíduos, a maneira de comunicar entre eles o seu estatuto, o uso das ferramentas, as regras explícitas e implícitas, os textos de definição, as obras acadêmicas, os testemunhos dos atores, os meios de publicização do trabalho midiático (as editorias especializadas, e mesmo a imprensa de celebridades), tudo isso é significativo em uma ordem do discurso que organiza as relações sociais, que se estrutura e contém conflitos. O dispositivo aparece quando se coloca em rede o conjunto desses elementos aparentemente independentes. Ao observar e analisar as determinações sociais, é necessário sobretudo tentar compreender como os indivíduos submetidos a essa ordem se servem dela e se libertam dela. Eles se submetem à autoridade, pois frequentemente possuem interesse (material ou simbólico) para fazê-lo; não se pode compreender a dominação se não se admite que os indivíduos são os atores de sua perpetuação; e que integram as regras que as tornam legítimas (BOURDIEU, 1993). Mas eles também sabem libertar-se delas quando convém. Ou melhor: um dispositivo só consegue ser muito eficaz quando ele contém falhas, fissuras (DELEUZE, 1989) que permitem aos indivíduos subjetivá-lo e, dessa forma, perpetuarem a ordem ao mesmo tempo que a transformam. Uma ordem só é eficiente quando ela é apropriada e defendida pelos indivíduos que, necessariamente, vão fazê-las evoluir para melhor perpetuá-las.

Eu também estudei os códigos deontológicos como instâncias cujo papel é o de restringir o jornalismo aos jornalistas profissionais e de regular as relações de força entre os jornalistas e o seu ambiente (o poder político, os pares, os empregadores, as fontes e os públicos – RUELLAN, 2011). Os códigos de deontologia são um traço de uma ordem do discurso que deve ser percebida em um dispositivo que compreende não apenas os textos da moral profissional, mas também as leis, as publicações das organizações sindicais e associativas, as obras dos pesquisadores universitários, os livros e os artigos de jornalistas sobre o tema, e todas as instâncias desenvolvidas pelos atores sociais para impor essa ordem, como é o caso dos conselhos de imprensa e os *ombudsmen*. Também é importante perceber que a deontologia está presente em espaços variáveis, como tribunais, comissões encarregadas de resolver conflitos de trabalho, ou ainda os comitês das empresas ou comitês externos onde se discutem as condições de laborais. Levar em consideração todos esses espaços em que a deontologia se desenvolve permite compreender como a ordem do discurso se reproduz. Mas isso também dá abertura à compreensão dessa subjetivação da ordem pelos indivíduos

e pelos coletivos. Percebe-se, então, que a regra deontológica evolui em função dos contextos, das dinâmicas, das táticas que as organizações desenvolvem para manter a autoridade dos jornalistas sobre o jornalismo, para defender o seu território de trabalho e os seus recursos. Observa-se também como a deontologia é um quadro normativo que permite a cada indivíduo trazer respostas éticas pessoais às questões sobre a prática profissional. São respostas que os códigos não podem dar, pois eles são imprecisos, cheios de falhas e fissuras. Por isso, cada jornalista deve corrigi-las ou preenchê-las com suas próprias soluções. É assim que, diante de situações relativamente idênticas, dois jornalistas vão agir de forma distinta, pois os constrangimentos e os contextos nunca são iguais.

Recentemente, no âmbito de uma pesquisa com Florence Le Cam (Université Libre de Bruxelles, Bélgica) sobre o papel das emoções no trabalho dos jornalistas, começamos a relacionar dois dispositivos de produção às vivências pessoais dos indivíduos. Estudamos o telejornal e a reportagem de guerra. São dispositivos distintos porque um se relaciona com um espaço técnico estável (o estúdio) mas que, por outro lado, nos permite lembrar que essa noção não se relaciona apenas com objetos, lugares, técnicas. Na verdade, o dispositivo é a possibilidade de colocar em relação discursos heterogêneos que, ao final, criam uma ordem social. As ferramentas, os espaços, as tecnologias falam, mas também falam os atores implicados nesse processo, as mídias, as leis, as instituições de controle, as regras das empresas, os pesquisadores que estudam os jornalistas; tudo, *colocado em rede*, termina por desenhar uma ordem do discurso que determina a estrutura social. Isso faz com que apresentadores de telejornais e os repórteres encarregados da cobertura de conflitos armados se tornem figuras simbólicas do *métier*; os primeiros, porque são vistos por milhões de espectadores e são elevados ao status de ícone; os segundos porque encarnam uma visão idealizada do jornalismo (abnegação, coragem). Parte dessa ordem do discurso é produzida pelos próprios jornalistas. De fato, eles frequentemente escrevem obras sobre o seu trabalho e sobre si próprios. Ao nos interessarmos por essas autobiografias, observamos que os autores frequentemente fazem referência às suas emoções. Isso contrasta com a imagem deles como representantes de um *métier* que geralmente se define por uma relação distante e neutra dos seus objetos e da ação. Dito de outra maneira, os livros autobiográficos de jornalistas nos informam sobre a parte mais subjetiva do trabalho de produção da informação; os autores dizem sentir emoções no decorrer do seu

trabalho (algo que não nos surpreende), mas também de utilizá-las para desenvolver sua atividade (o que Arlie R. Hochschild chamou, em 1983, de *trabalho emocional*) e, dessa forma, escolher essa profissão como uma forma de experimentar sentimentos fortes e renovados, como forma de ressentir a *adrenalina* que acompanha as situações de stress, de tensão, de medo e de alegria provocados pelo exercício profissional. Essa busca por emoções é uma subjetivação do dispositivo no sentido em que os indivíduos preenchem com os seus sentimentos todas as fissuras reveladas pelo discurso ordenado sobre o *métier*. Ela também destaca que essa subjetivação não é uma utilização desviante, mas uma condição da própria realização do jornalismo: só se consegue ser um apresentador de televisão ou um repórter de guerra (atividades desgastantes do ponto de vista físico e psicológico) porque é possível encontrar satisfações pessoais intensas, tão fortes que, em alguns casos, elas chegam a provocar uma dependência que revela um vício, como se fosse uma droga. O jornalismo é frequentemente apresentado como uma profissão de paixão, e é essa parte do ser profissional que buscamos destacar.

NOTAS

- 1 Nota do Tradutor: “Coisas Vistas”, em uma tradução literal.
- 2 A noção de formação discursiva foi desenvolvida por Michel Foucault em vários de seus trabalhos. Ver ainda a proposta de Roselyne Ringuot e Jean-Michel Utard (2005) para uso desse conceito na análise do jornalismo.

REFERÊNCIAS

BOURDIEU, P. **La Misère du monde**. Paris : Seuil, 1993.

DAMASIO, A.R. **L’Erreur de Descartes: la raison des émotions**. Paris: Odile Jacob, 1995.

DELEUZE, G. Qu’est-ce qu’un dispositif ?. In: **Michel Foucault philosophe. Rencontre internationale**. Paris, 9, 10, 11 janvier 1988. Paris: Seuil, 1989, p. 185-195.

DUBAR, C. **La Socialisation. Construction des identités sociales et professionnelles.** Paris: Armand Colin, 1991.

FOUCAULT, M. **L'Ordre du discours.** Paris: Gallimard, 1971.

FOUCAULT, M. Le jeu de Michel Foucault, entretien, *Ornicar ? Bulletin périodique du champ freudien*, July 10, 1977, pp. 62-93. In : Foucault, M. **Dits et écrits 1954-1988 par Michel Foucault**, T. III, Paris: Gallimard, 1994, p 298-329.

HOCHSCHILD, A. R. **The Managed Heart: The Commercialization of Human Feeling.** Berkeley: The University of California Press, 1983.

JAUSS, H. R. **Pour une esthétique de la réception.** Paris: Gallimard, 1978.

LE CAM, F. **Le journalisme imaginé. Histoire d'un projet professionnel au Québec.** Montreal: Leméac, 2009.

RUELLAN, D. **Le Professionnalisme du flou. Identité et savoir-faire des journalistes français.** Grenoble: Presses universitaires de Grenoble, 1993

RUELLAN, D. **Les "Pro" du journalisme. De l'état au statut, la construction d'un espace professionnel.** Rennes: Presses universitaires de Rennes, 1997.

RUELLAN, D. **Nous, journalistes. Déontologie et identité.** Grenoble: Presses universitaires de Grenoble, 2011.

RUELLAN, D. **Le journalisme défendu. Modèles de l'action syndicale.** Rennes: Presses universitaires de Rennes, 2014.

Denis Ruellan é professor titular na Universidade Paris-Sorbonne, direto adjunto do CELSA e membro do laboratório Gripic. Ele publicou várias obras sobre a construção coletiva do campo profissional do jornalismo. Ele também se interessa pelo engajamento dos indivíduos em relação ao trabalho.

RECEBIDO EM: 19/03/2017 | ACEITO EM: 01/04/2017