

Revista Mídia e Cotidiano
Artigo Seção Livre
Número 10, Dez. 2016
Submetido em: 05/10/2016
Aprovado em: 09/12/2016

O JORNALISMO E OS DILEMAS DA CONTEMPORANEIDADE: o eu, o aqui e o agora

JOURNALISM AND THE CONTEMPORARY DILEMMAS: the I, the here and the now

Leonel AGUIAR¹; Adriana BARSOTTI²

Resumo: Forma de expressão que emerge no pensamento moderno, o jornalismo informativo também é atravessado pela denominada crise da modernidade. Historicamente, o campo jornalístico se desenvolveu entre dois polos: a ideologia profissional segundo a qual o jornalismo é um serviço público e a realidade histórica de ser um negócio lucrativo. A proposta deste artigo é compreender como as principais questões teóricas levantadas por autores que analisam os dilemas da Contemporaneidade – o esvaziamento do espaço público; a exacerbção do individualismo; o retorno das comunidades; a intensificação do presente – afetam o polo que relaciona a atividade jornalística ao interesse público. O trabalho conclui que os valores contemporâneos do “eu”, do “aqui” e do “agora” se manifestam no jornalismo pelas estratégias de valorização da primeira pessoa nas narrativas, das seções dedicadas ao noticiário hiperlocal e do culto ao “tempo real”.

Palavras-chave: jornalismo; teorias do jornalismo; interesse público; individualismo; presentificação.

Abstract: *Form of expression that emerges in modern thought, the informative journalism is also crossed by the called crisis of modernity. Historically, the journalistic field developed between two poles: the professional ideology that define journalism like a public service with the importance of the historical reality of being a lucrative business. The purpose of this article is to understand how the major theoretical issues raised by authors who analyze the dilemmas of contemporaneity - the emptying of public space; the exacerbation of individualism; the return of communities; the intensification of the present - affect the pole relating to journalism in the public interest. The paper concludes that contemporary values of "I", the "here" and "now" are manifested in journalism by strategies for value of the first person in the narratives of the sections dedicated to hyperlocal news and the cult of "real time".*

Keywords: *journalism; theories of journalism; public interest; individualism; presentification.*

¹ Professor do Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio. Doutor e Mestre em Comunicação e Cultura (UFRJ). Jornalista diplomado pela Universidade Federal Fluminense (UFF). E-mail: leonelaguilar@puc-rio.br.

² Doutoranda e Mestre em Comunicação Social pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio). Professora da ESPM-RJ e Ibmec. Jornalista diplomada pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). E-mail: barsotti.adriana@gmail.com.

Introdução

O campo jornalístico, com seus agentes e sua disputa de forças entre os polos ideológico e econômico, se estabelece no século XIX (BOURDIEU, 1997). Essas duas polarizações vinculam-se à relação capital-trabalho: de um lado, a vertente econômica, na qual a imprensa se torna – com a instituição da empresa jornalística e o vínculo da informação como mercadoria –, um negócio; de outro lado, na perspectiva ideológica, a cultura profissional do jornalismo, com seus valores, tais como responsabilidade ética, compromisso social e credibilidade. A constituição do campo jornalístico, marcada por esses paradoxos, implicou uma constante luta pela definição do que é jornalismo e como se produzem as notícias. Segundo Traquina, não só a expansão comercial dos jornais possibilitou a criação da carreira jornalística, como esse novo paradigma – fornecer informação – permitiu a emergência de valores que continuam sendo identificados com o jornalismo: “a notícia, a procura da verdade, a independência, a objetividade e uma noção de serviço público” (TRAQUINA, 2005, p. 34).

Este artigo discute como as principais questões instituintes da contemporaneidade – o espaço público esvaziado, a exacerbação do individualismo, as comunidades e a intensificação do presente – sustentam determinados valores da atual cultura profissional jornalística, produzindo um enfraquecimento, justamente, no polo que ligava a atividade ao interesse público. Como uma das formas de expressão da modernidade, o jornalismo é atravessado pela crise do pensamento moderno, que o coloca frente a novos dilemas.

O jornalismo reflete muito bem a aventura da modernidade. Ele é a melhor síntese do espírito moderno. Por esse mesmo motivo, o processo de desintegração da atividade, seu enfraquecimento, sua substituição por processos menos engajados [...] é um sintoma de mudança dos tempos e dos espíritos. (MARCONDES FILHO, 2000, p. 15)

Com a crise da razão iluminista, o fim das grandes utopias – acentuado após o término da Segunda Guerra Mundial e o colapso do comunismo – o encolhimento da vida pública e a expansão da economia neoliberal, é possível que o jornalismo esteja se aproximando mais do polo que o relaciona a um negócio lucrativo. O debate público –

manifestado nas discussões nos cafés no século XVIII em torno de artigos de jornais, ainda que com suas artimanhas, como será abordado adiante – parece ter sido substituído majoritariamente pela expressão de interesses individuais. O *eu* é uma das categorias celebradas na TV, em páginas de jornais, revistas e na internet por meio da valorização do testemunho como lugar de verdade. A distância cartesiana entre o fato e sua narração é abreviada. O uso da terceira pessoa, que caracterizou o jornalismo desde sua profissionalização, no século XIX, vem cedendo cada vez mais espaço para a primeira pessoa nas narrativas midiáticas. O conceito de objetividade, valor central para a cultura profissional, vem sendo posto em xeque. Ao jornalista, concede-se a permissão para expressar suas impressões pessoais publicamente. O movimento nesta direção teve início nos anos 1960, com o chamado jornalismo literário ou Novo Jornalismo, mas ganhou novas matizes neste século com a comunicação em rede pela internet.

O movimento de se debruçar sobre o *eu*, entretanto, pode pôr em risco a alteridade. As comunidades, sejam unidas por laços geográficos ou virtuais, refletem a busca pelo igual, pelo vizinho. No jornalismo, tal tendência se traduz nas chamadas seções de cobertura hiperlocal: interessa o *aqui*, o bairro, o quarteirão. O desejo de presentificação (GUMBRECHT, 2010), outro fenômeno da contemporaneidade materializado com a crise da História e o fim da ideia de progresso (GUMBRECHT, 2010; DOSSE, 2007), também encontra no jornalismo uma de suas mais poderosas formas de expressão. O *agora* é outro valor obsessivamente perseguido e se manifesta por meio do culto ao flagrante, do *ao vivo* e da atualização frenética nos sites de notícia.

A seguir, interessa-nos investigar hipóteses para a emergência dessas questões na contemporaneidade, partindo da premissa de que o jornalismo é apenas uma das formas de tradução desta nova mentalidade.

O espaço público esvaziado

Para compreender os valores que o jornalismo persegue hoje é necessário recuar no tempo e mergulhar na sua história. Foram os jornais que ajudaram a construir o conceito de “público” tal como o conhecemos. Ainda na era pré-capitalista, os primeiros jornais serviram como uma espécie de porta-vozes do Estado Moderno. Não tardou para que as autoridades percebessem que a imprensa poderia ser útil aos seus interesses. “Só

ao se servirem desse instrumento a fim de tornar conhecidos os decretos e as portarias é que o alvo do poder público tornou-se autenticamente um ‘público’” (HABERMAS, 2003, p.35).

Nos séculos XVIII e XIX, os artigos de jornais não só são transformados pelo público dos cafés em objeto de suas discussões, mas também entendidos como parte integrante deles. O poder de atuação na vida política se sobrepunha à necessidade de gerar lucros, como aponta Habermas:

Uma imprensa que se desenvolvia a partir da politização do público e cuja discussão ela apenas prolongava continuou a ser por inteiro uma instituição deste mesmo público: ativa como uma espécie de mediador e potenciador, não mais apenas um mero órgão de transporte de informação e ainda não um instrumento da cultura consumista. (*idem*, p. 215-216)

Nas discussões fomentadas nos cafés, entretanto, alguns sintomas já denunciavam que os debates públicos ali travados eram revestidos de artifícios para transmitir uma suposta atmosfera de liberdade de acesso a todos. Nos cafés, era desaconselhável fazer referências às origens sociais das pessoas com quem se conversava. “O tom de voz, a elocução, as roupas, podiam ser dignos de nota, mas a questão toda estava em não se notar” (SENNETT, 1988, p.109). Com tal conduta, a burguesia expressava um de seus ideais, o da suposta igualdade.

Com a finalidade de angariar conhecimentos e informações através da conversa, os homens da época criaram, portanto, algo que para eles era uma ficção, a ficção segundo a qual as distinções sociais não existiam. (*idem*, 1988, p.109)

Habermas enxerga nesta estratégia o reforço do ideário burguês de que “a autoridade do argumento pode afirmar-se contra a hierarquia social” (2003, p.51). O autor também recorre ao termo ficção para desvendar a composição da esfera pública burguesa: ela “baseia-se na identidade fictícia das pessoas privadas reunidas num público em seus duplos papéis de proprietários e de meros seres humanos”. (*idem*, p.74). Como a formação cultural e a propriedade eram pré-requisitos para a admissão nesta esfera, Habermas denuncia sua fragilidade: “Uma esfera pública, da qual certos

grupos fossem excluídos, não é apenas, digamos, incompleta: muito mais, ela nem sequer é uma esfera pública” (*idem*, p. 105).

Curioso é notar que a riqueza privada também era condição para o ingresso na vida pública na Grécia Antiga. Porém, não por seu dono estar empenhado em acumulá-la, mas pelo fato de que, somente após ter providenciado o sustento de sua família, estava livre para exercer a atividade pública (ARENDDT, 2010, p.79). A distinção entre as esferas privada e pública da vida correspondia aos domínios da família e da política na Grécia Antiga. As atividades da família giravam em torno das necessidades: cabia ao homem providenciar o sustento e, à mulher, garantir a sobrevivência da espécie. Para Arendt, a indistinção entre as duas esferas resultou na submersão das duas no que denomina esfera social. Sua origem dataria da Era Moderna e sua manifestação política teria se dado com o surgimento da nação.

[...] o que chamamos de “sociedade” é o conjunto de famílias economicamente organizadas de modo a constituírem o fac-símile de uma única família sobre-humana, e sua forma política de organização é denominada “nação”. Assim, é-nos difícil compreender que, segundo o pensamento dos antigos sobre esses assuntos, o próprio termo “economia política” teria sido contraditório: pois o que fosse “econômico”, relacionado com a vida do indivíduo e a sobrevivência da espécie, não era assunto político, mas doméstico por definição. (*idem*, 2010, p. 35)

Para Habermas, a interpenetração das duas esferas fica clara a partir do momento em que não há nenhuma ruptura entre o homem e o cidadão, já que “enquanto *homme* é, ao mesmo tempo, proprietário e, enquanto *citoyen*, deve tomar providências, como pessoa privada, em favor da estabilidade da ordem da propriedade” (2003, p.108).

Este esvaziamento da vida pública se refletirá na imprensa. Com a legalização do Estado burguês de Direito e as garantias de liberdade de opinião, os jornais se liberam de suas funções políticas, entre as quais a própria luta pela liberdade de imprensa, para se transformar primordialmente em empresas voltadas para gerar lucros. Essa transformação do jornalismo em atividade profissional ocorre por volta de 1830. Nesse período, a seleção e organização das notícias se tornam mais importantes do que os artigos de opinião: a atividade literária cede lugar à jornalística. Surge a *penny press*, numa alusão ao preço de um centavo.

Paradoxalmente, por mais que se profissionalizasse em bases comerciais, o jornalismo conseguiu fazer prevalecer no imaginário da sociedade seu papel como guardião da democracia, graças aos teóricos da opinião pública. No ano de 1828, ainda sob influência da Revolução Francesa, o deputado McCaulay, do Parlamento inglês, criou o termo “Quarto Poder” para referir-se ao jornalismo. Ele empregou o termo quarto *état* (o termo francês para poder), tendo como referência os três *états* da Revolução Francesa: o clero, a nobreza e o *troisième état*, que englobava os burgueses e o povo. Na nova configuração da democracia, a imprensa seria o “quarto” poder em relação aos outros três: o Poder Executivo, o Legislativo e o Judiciário (BOORSTEIN *apud* TRAQUINA, 2005, p. 46). Influente filósofo do século XIX, James Mills pregava que a liberdade de imprensa deveria ser um instrumento de reforma da sociedade. Tocqueville argumentou que a soberania do povo e a liberdade de imprensa eram absolutamente inseparáveis (*apud* TRAQUINA, 2005, p. 47-49).

Enquanto alimentava o mito do Quarto Poder, o novo jornalismo pregava que os jornais deveriam servir aos seus leitores, não aos políticos, e transformava progressivamente a notícia em mercadoria. Este jornalismo moderno está diretamente vinculado às transformações econômicas e sociais da época: à emergência de uma sociedade democrática de mercado, com a ascensão de uma classe média urbana que proclamava a “igualdade social” (SCHUDSON, 2010, p. 72). Schudson sustenta que os *penny papers* inventaram o conceito moderno de “notícia”, pois,

[...] pela primeira vez, os jornais divulgaram relatos policiais, dos tribunais, das ruas e da vida privada. Poder-se-ia dizer que, pela primeira vez, o jornal considerava não apenas o comércio ou a política, mas a vida social. (*idem*, p.34)

A organização das empresas jornalísticas sobre bases comerciais leva à concentração e à formação dos primeiros grandes trustes no setor: Hearst nos EUA, Northcliffe na Inglaterra, Ullstein e Mosse, na Alemanha. O desenvolvimento tecnológico dos meios de transmissão das notícias (telégrafo, telefone e rádio) contribuiu para essa profissionalização da atividade e se estabelece sobre um paradoxo. Para Habermas, ao mesmo tempo em que os meios de comunicação contribuem para

expandir a esfera pública no espaço e no tempo, são inseridos na esfera privada do intercâmbio de mercadorias (2003, p. 221).

Se antes a imprensa intermediava o debate das pessoas privadas reunidas em público, hoje o espaço outrora ocupado pelos debates nos cafés é preenchido pelo lazer. O consumo substitui o debate público. Argumenta Habermas que “o raciocínio de um público-leitor dá tendencialmente lugar ao intercâmbio de gostos e preferências de consumidores” (2003, p.202). Acerca dessa transformação, Morin sublinhou:

O lazer não é mais apenas o vazio do repouso e da recuperação física, não é mais a participação coletiva na festa, não é tanto a participação nas atividades familiares produtivas ou acumulativas, é também a possibilidade de ter uma vida consumidora. (2009, p. 68-69)

O individualismo: *eu espetáculo*

Como consequência da privatização da esfera pública, a intimidade invade o domínio público. Autor de *A sociedade do espetáculo*, Guy Debord apropriadamente afirmou que “conspirar em causa própria é uma nova profissão em franco desenvolvimento”, em um trabalho posterior em que comentava sua célebre obra (1997, p. 225). Se até a metade do século passado, a sociedade burguesa preservava sua intimidade entre quatro paredes, em diários íntimos, hoje a privacidade é despejada nas versões digitais dos antigos diários, os blogs, em que os segredos são revelados, comentados e compartilhados em múltiplas telas (SIBILIA, 2008). “O espaço público morto é uma das razões, e a mais concreta delas, pelas quais as pessoas procurarão um terreno íntimo que em território alheio lhes é negado” (SENNETT, 1988, p.29).

Para Sennett, tal esvaziamento da vida pública é fruto de uma nova cultura urbana, secular e capitalista. Do ponto de vista urbano, as grandes cidades projetadas expulsaram o público com suas praças monumentais construídas no século XVIII. Já sob a perspectiva do capitalismo, a mistificação das mercadorias levou à crença de que os objetos estavam investidos com atributos da personalidade humana. “Por volta de 1891, possuir o vestido certo, fosse ele produzido em massa e não muito bonito, leva uma mulher a sentir-se casta ou sexy” (*idem*, p.186). Por fim, a secularidade fez com que as crenças se tornassem “cada vez mais concentradas na vida imediata do próprio

homem e nas suas experiências, como uma definição de tudo aquilo que se pode crer” (*idem*, p.191).

O nascimento do sujeito moderno, com sua fé secular, tem suas origens nos movimentos que libertaram o indivíduo de seus apoios estáveis, como a Reforma, o Renascimento e o Iluminismo. O determinismo divino é substituído pela racionalidade humana. A Reforma contribuiu para a criação do indivíduo soberano, ao defender que a relação entre homem e Deus deveria ser direta, e não intermediada pela Igreja. O Renascimento reforçou a libertação do sujeito ao colocar o homem no centro do universo e o Iluminismo, postulando a figura do sujeito cartesiano. “Penso, logo existo”, a célebre frase de Descartes, reflete o homem racional da época (HALL, 2006, p.26). Os homens passaram a crer que eram os autores de seu próprio destino, que cada acontecimento de suas vidas precisava ter uma significação na medida em que revelavam quem eram eles. A fé secular e o capitalismo empurraram, portanto, “a personalidade enquanto uma categoria social para dentro do domínio público” (SENNETT, 1988, p.194).

O hábito de se escrever diários íntimos e cartas que se desenvolve na sociedade burguesa do século XVIII contribui para a construção da subjetividade. Entregue à própria sorte, cabe ao homem a tarefa de construir a si mesmo. No jargão da época, as cartas eram consideradas “escritos da alma”: por intermédio delas os sujeitos poderiam dar vazão à sua libertação psicológica. A sociedade burguesa, que já garantira sua emancipação econômica por meio do livre mercado, volta-se então para a libertação de seu íntimo, que é cultivado na esfera familiar. Entretanto, a exploração do interior é, desde o início, ligada à sua exposição em público.

Esta subjetividade, como corte interior do privativo, já é, desde sempre, ligada ao público [...] Cartas de outros não são apenas emprestadas, mas copiadas; várias correspondências são de antemão destinadas a serem impressas [...] Uma expressão corrente na época confirma isso: de uma carta bem redigida dizia-se que era “boa para ser impressa”. (HABERMAS, 2003, p. 66)

O romance burguês, que descreve à exaustão o íntimo dos personagens, torna-se o gênero típico da época. Por intermédio deles, “a subjetividade oriunda da intimidade pequeno-familiar se comunica consigo mesma para se entender a si própria” (*idem*, p.

68). Não foi à toa que justamente o romance burguês começou a problematizar a narrativa em terceira pessoa, que buscava se legitimar através da observação crítica e distanciada do mundo, e não da experiência vivida. É quando as narrativas em terceira pessoa, que pautaram o paradigma estético da modernidade, começam a dar lugar à primeira pessoa.

A terceira pessoa faz parte deste gesto ambíguo pelo qual o romance acabaria apontando com o dedo a máscara que usa. Daí a preferência, no romance moderno, pela primeira pessoa, que, vista desse ângulo, seria menos ambígua. (FIGUEIREDO, 2008, p. 63)

Este fenômeno da valorização da primeira pessoa ganhou ainda mais força na contemporaneidade com o que Sarlo chamou de “guinada subjetiva”. As novas noções de espaço-tempo, a valorização do presente e da individualidade fazem com que o testemunho tome de assalto a história.

Restaurou-se a razão do sujeito, que foi, há décadas, mera “ideologia” ou “falsa consciência” [...]. Por conseguinte, a história oral e o testemunho restituíram a confiança nessa primeira pessoa que narra sua vida (privada, pública, afetiva, política) para conservar a lembrança. (SARLO, 2007, p. 19)

Para ela, essa “guinada” teria começado em maio de 1968, com uma “gigantesca tomada da palavra”, rapidamente incorporada pelos meios de comunicação, que começaram a solicitar cada vez mais “o homem da rua” (*idem*, p. 16). Para Hall, os movimentos de 1968 teriam contribuído para o descentramento do sujeito cartesiano consagrado pelo Iluminismo, ao fomentarem a “política de identidade: uma identidade para cada movimento” (2006, p. 45). Assim, teriam estimulado a manifestação pública de esferas até então privadas, como a sexualidade, a família e a divisão doméstica do trabalho, entre outras.

A exacerbação dos processos de subjetivação ganha impulso na contemporaneidade com os dispositivos, incluindo aí os tecnológicos. Para Agambem, entre os seres e os dispositivos, constroem-se os sujeitos. O sujeito seria resultado da relação entre os seres e os dispositivos. Tantos são os processos de subjetivação quanto os dispositivos disponíveis para que o sujeito se realize.

Um mesmo indivíduo, uma mesma substância, pode ser o lugar dos múltiplos processos de subjetivação: o usuário de telefones celulares, o navegador na internet, o escritor de contos, o apaixonado por tango, o não global etc. Ao ilimitado crescimento dos dispositivos no nosso tempo corresponde uma igualmente disseminada proliferação de processos de subjetivação. (AGAMBEM, 2009, p. 41)

Na mídia, esse processo de valorização do sujeito, do uso da primeira pessoa no discurso, tem se manifestado, sobretudo, nas seções dedicadas à participação do público. No Brasil, a iniciativa pioneira foi do portal Terra, por meio da seção *VC repórter*. Em seguida, os principais jornais criaram seções semelhantes em seus sites: *Eu-repórter*, em O Globo e no Extra; *Conexão Leitor*, em O Dia; *Leitor-repórter*, no Zero Hora; *Foto-repórter*, em O Estado de S. Paulo; *Pro-lance!*, em O Lance. Os canais de televisão fizeram o mesmo movimento: a Globo e a Bandeirantes mantêm as seções *VC no G1* e *eBand repórter*, respectivamente. Nestas seções, busca-se valorizar o testemunho em primeira pessoa de quem presenciou os acontecimentos “em primeira mão”.

Ao próprio jornalista é permitido, cada vez mais, o direito de falar de si. Principalmente na televisão, assiste-se ao repórter em ação, não raro dramatizando alguma situação pessoal. No temporal de abril de 2010 no Rio de Janeiro – o mais devastador da cidade em 44 anos – o apresentador do RJ TV, Márcio Gomes, munido de seu celular, documentou e exibiu aos telespectadores sua saga particular. Ruas interditadas e alagadas impediram-no de sair de casa de carro ou de usar o transporte público. Então decidiu percorrer a pé os cerca de sete quilômetros que o separavam da sede da TV Globo, mostrando o rastro de destruição deixado pelas chuvas. De boné, sem terno e sem a assepsia que caracteriza o cenário onde apresenta o telejornal, fez o registro num estilo muito próximo do que vem caracterizando o jornalismo produzido pelo público³. A intenção? Parecer quase um homem comum.

Cabe aqui ressaltar que não é a primeira vez que o jornalismo se afastou dos preceitos da objetividade que se consolidaram com sua profissionalização no século

³ Disponível em <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/leitores-dao-show-de-jornalismo>>. Acesso em 15 jun. 2013.

XIX. A tradição literária, que precedeu a fase profissional, foi retomada nos anos 1960 pelo movimento que ficou conhecido como Novo Jornalismo. Em vez de assumir uma posição distanciada, o jornalista, ao contrário, deveria registrar suas observações pessoais em suas reportagens, assumindo um texto mais autoral. O movimento, ancorado em obras de autores como Truman Capote, Norman Mailer, Gay Talese e Tom Wolfe, deslocou a autenticidade da narrativa do relato impessoal e distante para o testemunho do autor, observa Jaguaribe (2007). Schudson, ao refletir sobre a crise da objetividade no jornalismo, ressalta que ela se tornara suspeita. Em um cenário de descrédito com a política e as instituições, ela nada mais seria que um instrumento para reforçar o status quo que a tantos desencantava:

A objetividade no jornalismo, considerada como um antídoto para a parcialidade, passou a ser encarada como a parcialidade mais insidiosa. Porque a reportagem “objetiva” reproduzia uma visão da realidade social que se recusava a examinar as estruturas básicas do poder e do privilégio. (2010, p. 188)

As comunidades: lugar do *aqui*

Com a mesma intensidade com que valoriza o testemunho, a mídia volta seu olhar para as comunidades. Ferramentas de georreferenciamento, mapas gerados a partir de *mashups*⁴ e infográficos interativos permitem localizar a notícia dentro de um quarteirão ou até mesmo uma rua. As mídias móveis e locativas – que intensificam a interação do sujeito com o espaço – vêm ganhando cada vez mais mercado ao ponto de estudos preverem que a venda de tablets vai superar a de computadores de mesa (desktops) em 2013 e a de computadores portáteis (laptops) em 2014⁵. A venda global de smartphones deve crescer 32,7% em 2013, chegando a 958,8 milhões de unidades⁶.

Ganha força o chamado jornalismo hiperlocal, que tem se tornado um negócio lucrativo. Recentes aquisições são prova disso. A *American Online* (AOL), de olho na expansão de sites de notícias hiperlocais, adquiriu o *Patch.com*, presente em 800

⁴ Trata-se da operação de combinar conteúdos de duas ou mais fontes para gerar um novo.

⁵ Disponível em <<http://tecnologia.uol.com.br/noticias/redacao/2013/03/27/tablets-devem-superar-laptops-em-2014-venda-de-eletronicos-conectados-chega-a-12-bilhao-ao-ano.htm>>. Acesso em 29 jun. 2013.

⁶ Disponível em <<http://tecnologia.uol.com.br/noticias/redacao/2013/06/05/venda-de-smartphones-deve-crescer-327-em-2013-com-empurrao-de-paises-emergentes.htm>>. Acesso em 29 jun. 2013.

idades, por US\$ 7 milhões em 2009⁷. No mesmo ano, foi a vez de outra gigante da mídia, a *MSNBC.com* (uma *joint venture* entre a rede *NBC* e a *Microsoft*) anunciar a aquisição do *Everyblock*⁸. Veículos tradicionais de mídia rapidamente aderiram à tendência. O *The New York Times* mantém a página *The Local* em seu site voltada para os subúrbios de Nova York, com a cobertura feita por seus moradores⁹. Tais veículos criam novas fronteiras geográficas para as notícias, ao anunciarem a cobertura jornalística ao micronível do quarteirão.

Onde residiriam as origens deste olhar voltado para si mesmo e que conspira em certa medida contra a alteridade? O mito hoje predominante é de que os males da sociedade capitalista são fruto da impessoalidade, da alienação e da frieza, aponta Sennett. Para o autor, constrói-se uma “ideologia da intimidade”, por meio da qual se sustenta que os relacionamentos sociais são autênticos e sinceros tanto mais próximos estiverem das preocupações interiores de cada pessoa. O autor aponta a máscara deste mito. Pois, para ele, foram justamente o capitalismo e a secularização que provocaram tal psicologização do mundo, levando o homem a se afastar da compreensão de suas condições materiais e objetivas.

Resulta desse mito da impessoalidade a busca pela convivência com os iguais. O viver em comunidade se torna a concretização da busca por “calor humano”. Na unanimidade de pontos de vista, entretanto, não há espaço para a diferença. Para Sennett, o risco desta “ideologia da intimidade” é que ela transforma categorias políticas em categorias psicológicas. A pessoa ocupa o lugar do cidadão. A realidade social é psicologizada.

Se o eu ficara reduzido a intenções, o compartilhar desse eu fica também reduzido a excluir aqueles que são muito diferentes em termos de classe, de política, ou de estilo. Interesse pela motivação e pelo bairrismo: eis as estruturas de uma cultura construída sobre as crises

⁷ Disponível em <<http://www.patch.com/about>>. Acesso em 23 abr. 2011.

⁸ Disponível em <<http://techcrunch.com/2009/08/17/msnbc-picks-up-hyperlocal-news-aggregator-everyblock/>>. Acesso em 23 abr. 2011. O site foi fechado em fevereiro de 2013, oficialmente por não se encaixar mais na estratégia da empresa, em um “ambiente de mídia em transformação”: <<http://www.chicagobusiness.com/article/20130207/BLOGS11/130209820/why-nbc-shut-down->>. Acesso em 15 jun. 2013.

⁹ Disponível em <<http://www.nytimes.com/marketing/thelocal/>>. Acesso em 2 jul. 2010.

do passado. Elas organizam a família, a escola, a vizinhança; elas desorganizam a cidade e o Estado. (SENNETT, 1988, p. 322)

O teórico observa que a “impessoalidade” da cidade faz com que ela seja combatida. O mundo exterior, na medida em que não transmite “calor humano” passa a ser um inimigo a ser exterminado. Quanto mais se reforçam os laços geográficos, mais distante fica a complexa realidade social. Quanto mais buscam compartilhar o pessoal nas relações sociais, mais distantes os homens estão das possibilidades de ação. O ideal da comunidade anestesia seus membros contra o “indecifrável” mundo lá fora. Em nome de um denominador comum, destroem-se pontos de vista que não levem à convergência de opiniões. Paradoxalmente, é em nome de laços fraternos que se dissolve a fraternidade, sustenta Sennett.

A guerra entre psique e sociedade adquiriu assim um foco verdadeiramente geográfico, que veio a substituir o antigo foco do equilíbrio comportamental entre público e privado. Esta nova geografia é a do comunal *versus* o urbano; o território dos cálidos sentimentos e o território da indiferença impessoal. (*idem*, p. 366)

Exemplo dessa intolerância à diferença se exacerba ainda mais nas comunidades virtuais, que não exigem sequer que seus membros sejam geograficamente próximos. A busca por afinidades comuns é tarefa fácil que nenhum limite espacial pode aplacar. Algoritmos de busca sugerem “amizades” tão precisamente quanto despejam sugestões de compras em múltiplas telas. O espelho do *eu* é projetado e armazenado a cada pesquisa realizada na rede nos mecanismos de busca. Quanto mais o *eu* derramar suas informações, mais será saciado por seus reflexos nos resultados que lhe forem apresentados. Ao oferecer o resultado para uma busca, o Google leva em conta 57 itens, tais como o local de onde o acesso foi feito, o navegador que o internauta está usando e os termos que já havia pesquisado anteriormente. Ou seja, não existe uma lista padrão de relevância para os temas, mas uma relação de resultados sob medida para aquele usuário. Assim, o Google nos oferece um mundo uniforme, de acordo com nossos próprios gostos, reduzindo o espaço para o conhecimento de outros pontos de vista (PARISER, 2012).

Há teóricos, entretanto, que veem nas comunidades um sintoma de resistência à globalização. Para Canclini (2008), numa economia transnacional, a dimensão

socioespacial das identidades vem cedendo terreno para o aspecto sociocomunicacional. Vínculos invisíveis como o rádio, a TV, a internet, substituem os vínculos territoriais. Todavia, o antropólogo vislumbra um processo de reterritorialização simultaneamente ao de desterritorialização. Movimentos sociais que afirmam o local seriam a prova disso.

Hall também vê aspectos positivos nos movimentos que tentam reafirmar suas identidades locais. A estratégia de resistência ao global poderia provocar tanto a afirmação de identidades locais bem como a polarização entre elas, podendo despertar movimentos ortodoxos religiosos e o separatismo, adverte (2006, p. 85). Porém, o teórico resiste a cair na tentação de pensar na identidade entre os dois extremos: ou retornando às suas raízes, em busca de uma pureza perdida, ou desaparecendo na homogeneização provocada pela globalização. Para ele, culturas híbridas emergem dessa negociação entre diferentes culturas e o mercado global.

Intensificação do presente: obsessão pelo ‘tempo real’

A velocidade tem sido outro valor pelo qual a mídia tem se mostrado obcecada. O culto ao flagrante, o uso do *ao vivo* e a atualização frenética em sites de notícia são alguns dos artifícios empregados para intensificar o presente. Pesquisa de campo realizada nas redações do jornal O Globo e Extra, ambos do Rio de Janeiro, revelou que a home page do primeiro é atualizada a cada 10, 5 minutos. No Extra, o intervalo de atualização da capa do site é de 12 minutos (BARSOTTI, 2012). Tais estratégias buscariam reduzir a distância entre experiência e representação para se criar uma ilusão de tempo compartilhado. A apresentação visual mais precária no fotojornalismo em nome do flagrante, as câmeras de TV tremidas em nome do *ao vivo*, as notícias em *tempo real* despejadas em fatura nas telas de computador são sintomas da necessidade de “efeitos de real”.

De onde vem este desejo pelo *real*, pelo presente, pelo instantâneo? Ele é, num certo sentido, o reflexo do esgotamento do cartesianismo e do desencanto que se instaurou na Europa após o fim da Segunda Guerra. Os horrores do Holocausto, o totalitarismo por trás dos governos comunistas da Cortina de Ferro e os movimentos de

descolonização expõem a falência da razão ocidental e da ideia de progresso que até então predominavam nas Ciências Sociais. Destrói-se a perspectiva de futuro e instaura-se uma consciência a-histórica. É a partir da negação da história (DOSSE, 2007, p. 451) que o estruturalismo – capitaneado pelos estudos de Lévi-Strauss e também ancorado na linguística e na psicanálise – encontrará terreno fértil numa Europa desiludida. Se todas as sociedades são igualmente expressões da humanidade, sem valor hierárquico entre elas – como viria a sustentar o antropólogo – então qual o sentido de se trabalhar com a ideia de um futuro a ser construído a partir de progressivas rupturas?

Resultou daí uma dilatação do presente, uma presentificação do passado e um novo modo de relação com a historicidade em que o presente já não é pensado como antecipação do futuro, mas como campo de uma possível reciclagem do passado no modo genealógico. O futuro dissolve-se e o presente imóvel permite que o passado não se distancie. (*idem*, 2007, p.448)

A psicanálise, ao privilegiar o inconsciente, o avesso do sentido manifesto, o reprimido, o inacessível da história ocidental também opõe-se a tudo aquilo que fora historicamente recalcado (*idem*, p. 22). Da mesma forma, a linguística, ao afirmar que a língua é um sistema social – e não individual – que preexiste a nós, contribui para o descentramento do sujeito moderno. A antropologia, por sua vez, também relativiza o indivíduo moderno a partir dos estudos de Lévi-Strauss. O antropólogo, ao sublinhar que os mitos não têm autor, “dá prosseguimento à sua obra de descentramento de um sujeito dominado por um universo mitológico que fala nele, sem que se aperceba disso” (DOSSE, 2007, p. 334).

Desde o Iluminismo, o homem valorizara a razão. O polo da interpretação passara a ser visto como hierarquicamente superior ao da corporeidade e da materialidade (GUMBRECHT, 2010). O século XVIII se tornou a era dos dicionários e das enciclopédias. Cultiva-se a utopia de que o conhecimento do mundo seria total e de que ele precisava ser difundido. Cabia ao homem produzir sentido para um mundo do qual ele cada vez mais se afastava, observa Gumbrecht. Ele enxerga na vida contemporânea uma tentativa de resgate da experiência perdida.

Aquilo de que sentimos falta num mundo tão saturado de sentido e, portanto, aquilo que se transforma num objeto principal de desejo (não totalmente consciente na nossa cultura [...] são fenômenos e impressões de presença). (GUMBRECHT, 2010, p. 134)

E qual seria a relação desse desejo por “impressões de presença” com o alargamento e a intensificação do tempo presente? O “tempo histórico”, resalta Gumbrecht, emergiu no final do século XVII. Ele se baseava no pressuposto de que o presente era um breve momento de transição entre passado e futuro. Deveríamos “aprender” com o passado para “construir” cenários futuros. Para Gumbrecht, hoje o futuro nos parece tão complicado que “preferimos fazer cálculos de risco, isto é, preferimos imaginar o quanto nos custaria se não ocorressem determinadas situações que esperamos que sucedam” (*idem*, p.149). O autor sustenta que a popularidade sem precedentes dos museus, que apresentam novos estilos de exposição, com o uso de som e luzes, por exemplo, pouco tem a ver com o projeto histórico tradicional.

Há aí um desejo de presentificação. Já que não podemos sempre tocar, ouvir ou cheirar o passado, tratamos com carinho as ilusões de tais percepções. Esse desejo de presentificação pode estar associado à estrutura de um presente amplo, no qual já não sentimos que estamos “deixando o passado para trás” e o futuro está bloqueado. Um presente assim amplo acabaria por acumular diferentes mundos passados e os seus artefatos numa esfera de simultaneidade. (*idem*, p.152)

O fato é que vivemos uma transformação sem precedentes na experiência do espaço e do tempo, designada como a “compressão espaço-temporal” (HARVEY *apud* HALL, 2006, p.70). As tecnologias eletrônicas comprimem o espaço e o tempo: não há grandes distâncias nem fronteiras que não possam ser cruzadas. O mundo está ao alcance das inúmeras telas *aqui* e *agora*. As transmissões ao vivo tornam presentes e simultâneos universos e acontecimentos antes inatingíveis. Com a internet, essa “compressão espaço-temporal” é exacerbada. O mundo está *on-line* durante 24 horas, sem distinção entre o dia e a noite, entre o hoje, o ontem e o amanhã.

À medida que o espaço se encolhe para se tornar uma ‘aldeia global’ de telecomunicações e [...] à medida que os horizontes temporais se encurtam até ao ponto em que o presente é tudo que existe, temos que aprender a lidar com um sentimento avassalador de compressão de

nossos mundos espaciais e temporais. (HARVEY *apud* HALL, 2006, p.70)

Franciscato, ao refletir sobre a categoria *atualidade* do noticiário – um dos valores-notícia consagrados pela cultura profissional dos jornalistas – observa que há uma dialética da velocidade no processo de produção jornalístico. Se, por um lado, a atualidade é um risco que ronda o noticiário, abreviando o ciclo da notícia, por outro serve de combustível, retroalimentando permanentemente a atividade jornalística na direção do que é “novo”:

Há uma tensão entre a velocidade do movimento do mundo e a velocidade da produção do discurso jornalístico sobre este movimento, pois o jornalismo vive um permanente risco de que o sentido de tempo que traz no seu discurso se descole do tempo do mundo. Paradoxalmente, esta potencial negatividade do tempo é incorporada na rotina e na cultura interna das redações como um elemento de positividade, na medida em que a fuga à defasagem torna-se um ‘combustível’ para acelerar a velocidade da produção e valorará jornalisticamente a noticiabilidade de um evento. (FRANCISCATO, 2000, p.17)

Considerações finais

Ao abordar os valores em voga na contemporaneidade, procuramos relacionar de que maneira eles se manifestam no jornalismo e investigar o contexto cultural de sua emergência. Como invenção da modernidade, o jornalismo não poderia ficar imune às mudanças dos tempos e dos “espíritos”. Apontamos como a profissão sempre se desenvolveu entre dois pólos: a ideologia segundo a qual seria um serviço público e o fato de ser um negócio lucrativo. O presente trabalho expôs que o esvaziamento do espaço público, o individualismo, as comunidades e a intensificação do presente podem estar atingindo o polo que relacionava a atividade ao debate público.

Valores como o *eu*, o *aqui* e o *agora*, que traduzem a privatização da vida pública, as comunidades e a crescente presentificação do mundo, têm se manifestado no jornalismo por meio da valorização da primeira pessoa nas narrativas midiáticas, das seções dedicadas ao noticiário hiperlocal e do culto ao ‘tempo real’. O objetivo foi investigar hipóteses para a emergência destes valores contemporâneos, partindo da premissa de que o jornalismo é apenas uma das formas de tradução desta mentalidade que

se instaura com a crise da modernidade. As transformações culturais podem nos servir de pistas para melhor compreender qual papel caberá ao jornalismo desempenhar no futuro.

Referências

- AGAMBEM, Giorgio. **O que é o contemporâneo?** Chapecó: Argos, 2009.
- ARENDDT, Hannah. **A condição humana**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010.
- BARSOTTI, Adriana. **Transformações contemporâneas nas práticas jornalísticas: o jornalista on-line como mobilizador de audiência**. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Pontifícia Universidade Católica, Rio de Janeiro, 2012.
- DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- DOSSE, François. **História do estruturalismo: o campo do signo**. Bauru: Edusc, 2007.
- FIGUEIREDO, Vera Lúcia Follain. Realismo e ilusão: a cruzada contra o artifício. **Líbero**, São Paulo, n. 21, p. 61-68, 2008.
- FRANCISCATO, Carlos Eduardo. **A atualidade no jornalismo**. Trabalho apresentado ao GT Estudos de Jornalismo, no IX Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós), Porto Alegre, 2000.
- GUMBRECHT, Hans Ulrich. **Produção de presença: o que o sentido não consegue transmitir**. Rio de Janeiro: Contraponto: Ed. PUC-Rio, 2010.
- HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.
- JAGUARIBE, Beatriz. **O choque do real**. Rio de Janeiro: Rocco, 2007.
- MARCONDES FILHO, Ciro. **Comunicação & jornalismo: a saga dos cães perdidos**. São Paulo: Hacker editores, 2000.
- MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX: neurose**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2009.
- PARISER, Eli. **O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.
- SARLO, Beatriz. **Tempo passado: cultura da memória e guinada subjetiva**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.
- SCHUDSON, Michael. **Descobrimo a notícia: uma história social dos jornais nos Estados Unidos**. Petrópolis: Vozes, 2010.
- SENNETT, Richard. **O declínio do homem público: as tiranias da intimidade**. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.
- SIBILIA, Paula. **O show do eu: a intimidade como espetáculo**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.
- TRAQUINA. **Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, 2005.