

2 A imprensa e a notícia imparcial nos Estados Unidos

O *New York Times* foi um dos primeiros jornais americanos a declarar como princípio a imparcialidade, carregando-o até hoje, o que serviu de modelo para periódicos e jornalistas do mundo todo. Entretanto, esta imparcialidade almejada pelo *Times* seria objeto de questionamento em vários momentos de sua história. Um destes momentos foi quando, em 9 de maio de 2004, o correspondente Larry Rohter teve sua matéria publicada no jornal sob o título “Brazilian leader’s tipping becomes national concern”.

Nesta reportagem, Rohter afirmava que a população brasileira estava preocupada com a predileção do presidente Luiz Inácio Lula da Silva por bebidas fortes, e se perguntava se isso não estava afetando sua performance na presidência, em plena crise, com escândalos sucessivos de corrupção. A reportagem, recheada de juízos de valor, parecia negar um princípio caro ao patriarca da família Ochs – a imparcialidade.

Lula, um ex-líder operário de 58 anos de idade, tem demonstrado ser um homem de fortes apetites e impulsos, o que contribui para seu apelo popular. Com uma mistura de simpatia e divertimento, os brasileiros têm observado seus esforços para não fumar em público, seus flertes em eventos públicos com atrizes atraentes e sua permanente batalha para evitar comidas gordurosas, que fizeram seu peso inflar levemente depois que tomou posse, em janeiro de 2003.

A não ser Brizola, os líderes políticos e a mídia parecem preferir lidar com isso por meio de insinuações malévolas, e o fazem com vontade. Toda vez que é possível, a imprensa brasileira publica fotos do presidente com olhos ofuscados e face avermelhada, e constantemente faz referência a churrascos de fim de semana na residência presidencial, nos quais a bebida é servida livremente, e a eventos oficiais em que Lula nunca parece estar sem uma bebida nas mãos (Rohter, 9 mai. 2004)¹.

A reportagem desencadeou uma série de críticas de jornais, acadêmicos e autoridades políticas no Brasil que não concordavam com a forma como o

¹ Tradução minha. No original: “Mr. da Silva, a 58-year-old former lathe operator, has shown himself to be a man of strong appetites and impulses, which contributes to his popular appeal. With a mixture of sympathy and amusement, Brazilians have watched his efforts to try not to smoke in public, his flirtations at public events with attractive actresses and his continuing battle to avoid the fatty foods that made his weight balloon shortly after he took office in January 2003. Aside from Mr. Brizola, political leaders and the news media alike seem to prefer to deal in innuendo, but do so with relish. Whenever possible, the Brazilian press publishes photos of the president bleary-eyed or ruddy-faced, and constantly makes references both to weekend barbecues at the presidential residence at which the liquor flows freely and to state events at which Mr. da Silva never seems to be without a drink in his hand.”

correspondente se referia a uma autoridade estrangeira e, mais do que isso, a uma sociedade. E, apesar de Rohter não ter apontado sequer um testemunho pessoal dos fatos que relatava, de ter priorizado as falas de opositores políticos do presidente e de ter generalizado um possível sentimento nacional, o *New York Times*, no dia seguinte, se recusou a admitir que a reportagem feria seu princípio de imparcialidade. “O *New York Times* disse acreditar que a reportagem de Rohter foi precisa e se opõe a qualquer tentativa de extradição do mesmo”²(Hoge, 10 mai. 2004). Hoge se referia à ameaça de Lula de caçar o visto do correspondente, o que acabou não sendo feito. Nem o jornal nem o repórter fizeram um pedido formal de desculpas. Rohter somente declarou que não tinha intenção de ofender o presidente.

Ao ler algumas reportagens atuais, como esta sobre o presidente Lula, somos impelidos a questionar o ideal de imparcialidade que o jornalismo do *Times* ainda carrega como bandeira. Especialmente porque traduzir um sentimento nacional de um país estrangeiro não é tarefa fácil para a prática jornalística, esteja ela usando a linguagem e os princípios tradicionais ou não.

Justamente por ser um princípio tão contraditório, e ao mesmo tempo tão caro ao jornalismo americano, é que se faz necessário apontar a trajetória do conceito de imparcialidade nos Estados Unidos e, como consequência, o de objetividade. Por meio desta trajetória é possível conhecer um pouco mais do jornalismo contemporâneo e do *New York Times*, que servirá como material básico para o estudo da narrativa jornalística enquanto narradora da alteridade. O outro aqui é o Brasil, que se vê narrado nas páginas do jornal americano dito imparcial e objetivo.

Para contar a trajetória da imprensa nos Estados Unidos é também necessário contar um pouco da imprensa européia, que muito influenciou a prática jornalística das colônias em seu princípio. A imprensa nascente das colônias americanas sofreu influência da inglesa, sobretudo no que se refere aos ideais revolucionários pregados pela *Aeropagitica* de Milton (1644) e as *Cato Letters* (1720-1723). Alguns jornalistas e escritores da época, como Daniel Defoe e Jonathan Swift, que escreviam obras e ensaios de grande sucesso nos periódicos ingleses, também servirão de modelo para os jornalistas das treze colônias.

² Tradução minha. No original: “*The New York Times* said that it believed Mr. Rohter's reporting was accurate and that it would oppose the move to expel him.”

Entender como se deu o surgimento do jornalismo nas colônias americanas é o primeiro passo para se compreender melhor o que é o jornalismo americano hoje. Seu amadurecimento se deu concomitantemente ao amadurecimento e crescimento econômico do país, fato que deixou marcas na forma de se fazer e compreender a prática jornalística americana.

Ao final do século XIX, a imprensa da região já carregava traços da imprensa moderna, influenciada pelos ideais Iluministas e sustentada não mais pelos políticos, mas pelos anunciantes. A *penny press* alcançaria as massas de imigrantes que tomavam conta dos grandes centros urbanos e implantaria o jornalismo dito imparcial, separando os fatos das opiniões.

2.1 A imprensa nos Estados Unidos

O jornal mais antigo de que se tem conhecimento data de 1605³, originado em Estrasburgo, até então integrante do império germânico. Johann Carolus pagava a uma rede de correspondentes e recebia notícias de outras cidades. Os relatos eram inicialmente escritos à mão, sob o título *Relationen* e vendido para assinantes, logo depois começou a ser impresso. Por volta de 1620 já havia publicações semelhantes a este modelo original em várias regiões européias.

William Caxton instalou a primeira imprensa na Inglaterra em 1476, mas somente no verão de 1621 apareceram nas ruas de Londres os protótipos rudimentares do jornal moderno. Eram folhetos conhecidos como *corantos*, que não circulavam com regularidade e, inicialmente, publicavam apenas informações estrangeiras. Os primeiros noticiários domésticos divulgados nos *corantos* foram reproduções das atas do Parlamento, por volta de 1628. Com a Revolução Puritana iniciada em 1642, e o duelo entre o rei e o Parlamento intensificado, foram introduzidos os *diurnais*, reportagens diárias dos acontecimentos locais.

A primeira década desta Revolução representou um período de grande progresso para a imprensa britânica. Em 1644, o poeta John Milton publicava

³ Até o início de 2005 considerava-se que o jornal mais antigo do mundo datava de 1609 e tinha origem em Bremen, também no império germânico. No entanto, a Associação Mundial de Jornais aceitou evidências oferecidas pelo Museu Gutenberg, da Alemanha, de que o primeiro jornal do mundo foi o *Relationen*. Foram descobertos documentos em Estrasburgo, atualmente pertencente à França, datados de 1605, por meio dos quais Carolus encaminhava uma petição ao Conselho da cidade solicitando proteção contra a reprodução do conteúdo da publicação por outros impressores. A petição indica que o jornal já circulava antes mesmo de 1605.

Aeropagítica, argumento a favor da imprensa livre, originário de um discurso no Parlamento. Estas idéias foram utilizadas cem anos mais tarde por povos de todo o mundo, especialmente pelos americanos, em busca de maior liberdade de expressão.

Com a execução de Carlos I em 1649 e o estabelecimento do regime *Commonwealth* sob Oliver Cromwell, a imprensa voltou a conviver com a intolerância do governo. Contudo, a restauração sob Carlos II, em 1660, iniciou uma nova fase dos noticiários.

Iniciada a publicação da *Oxford Gazette* em 1665, enquanto a corte fugia de Londres por causa da peste, o Estado conhecia o primeiro periódico próximo aos moldes do jornal moderno. Era publicado duas vezes por semana, sob autorização régia. Em sua 25ª edição, o jornal passou a se chamar *London Gazette*, momento em que a corte voltou para Londres e o periódico passou a ser órgão oficial da mesma até o século XX.

Depois da Revolução Gloriosa (1688-1689), em que o rei foi obrigado a juramentar sob a *Bill of Rights*, representando uma vitória da burguesia capitalista nascente, os jornalistas passaram a gozar de considerável liberdade. O decreto da chamada Regulamentação da Imprensa, ou de censura, expirava então em 1694 e a liberdade de palavra ficava assegurada. Os jornais se tornavam populares, e alguns diários começavam a circular. É o caso do *Daily Courant*, surgido em Londres em 1702, o primeiro em língua inglesa.

Samuel Buckley foi o responsável por torná-lo um periódico de destaque, exercendo uma forma de jornalismo incomum naqueles tempos. O *publisher* insistia que os fatos deveriam ser apresentados sem interpretação. O diário deveria ser uma folha de notícias, e não mera fábrica de boatos. Procurava ser imparcial e alertava seus leitores para as falsas informações. Buckley imprimia numa única folha de papel e o verso era ocupado por anúncios. Com a renda podia garantir uma boa cobertura das notícias estrangeiras e livrar-se do controle político.

A primeira metade do século XVIII revelou alguns importantes jornalistas da Inglaterra, e o padrão de jornalismo estabelecido por eles foi imitado posteriormente pelas colônias americanas. Daniel Defoe, Jonathan Swift, Joseph Addison, Richard Steele, Henry Fielding e Samuel Johnson publicaram jornais, escreveram ensaios e outras obras para a imprensa popular e se transformaram em referência, especialmente pela alta qualidade literária de seus escritos.

As folhas literárias *Tatler* (1709-11), criada por Richard Steele e contando com a colaboração de artigos de Addison, e *Spectator* (1711-12, 1714), fundada por ambos, eram impressas de um lado da folha e vendidas por um *penny*. Este tipo de publicação era muito popular. A *Spectator* era editada diariamente, tinha uma tiragem de 60.000 exemplares e sua forma literária era imitada na América.

Sucesso semelhante tinham as *Cato Letters* (Cartas de Catão), escritas por John Trenchard e Thomas Gordon sob o pseudônimo de Cato. A série apareceu entre 1720 e 1723 no *London Journal* e teve grande influência nos Estados Unidos. As *Cato* abordavam as teorias de liberdades civis e religiosas, governo representativo e liberdade de expressão. Nas colônias americanas, onde já havia rumores da revolução, a procura pela série era grande e sua influência fez-se presente em jornais e panfletos locais até a assinatura da Declaração de Independência.

O primeiro jornal americano foi publicado em 1704, em New England, oitenta e quatro anos depois do estabelecimento dos colonos pioneiros em Plymouth. A colônia da Baía de Massachusetts, como então era conhecida New England, recebeu um outro grupo de exilados religiosos. Muitos de seus habitantes eram prósperos e de alto nível educacional. Representavam a classe média em formação. Ao contrário da colônia de Plymouth que se desenvolvia lentamente, a colônia da Baía de Massachusetts, próxima a Boston, cresceu rapidamente em população e área de influência.

Estes colonos fundaram a Harvard College, em 1636, preocupados em dar uma boa formação para seus filhos. Em 1638 era introduzida a primeira tipografia nas colônias americanas, na mesma instituição de ensino. Não demorou para que Boston fosse conhecida como a capital intelectual do Novo Mundo. O desenvolvimento do jornalismo demoraria um tempo, já que muitas notícias trazidas pelos jornais ingleses satisfaziam a demanda inicial por novidades. Somente com o crescimento econômico regional surgiu a necessidade de publicações que tratassem de assuntos locais e abordassem as demandas e problemas da região. O desenvolvimento do comércio foi essencial para a criação do primeiro jornal americano.

Em 1688, na Inglaterra, o Parlamento depunha James II na Revolução Gloriosa e assumia o trono sua filha Maria e o marido, Guilherme de Orange. Na colônia americana houve uma revolta contra a autoridade representada pelo

governador Sir Edmund Andros, enviado de volta à Inglaterra em 1689. Foi nesta ocasião que o impressor londrino exilado na colônia americana, Benjamim Harris, decidiu voltar a se dedicar ao jornalismo.

Em setembro de 1690, Harris imprimiu o periódico *Publick Occurrences, Both Forreign And Domestick*, tido por alguns como o primeiro jornal americano - fato contestado por muitos, já que teve apenas uma edição. De fato, a publicação pretendia ser um órgão permanente de notícias. Harris tinha um estilo conciso de escrita, havia notícias locais e estrangeiras e abordagem de diversos assuntos, mas o editor entrou em conflito com as autoridades locais e foi inviabilizada a periodicidade da publicação por censura das autoridades de Massachusetts. Seriam necessários catorze anos para que voltasse a surgir um periódico na colônia.

É importante notar que, na colônia americana, os jornalistas que surgiram imediatamente depois de Harris eram todos agentes postais. Na Europa havia uma tradição de associação entre o serviço postal e o jornalismo. Muitos dos primeiros jornais do continente foram publicados por estes profissionais. Os agentes tinham acesso à grande parte das notícias oficiais e não-oficiais de interesse comum. Manifestos e notificações eram afixadas nas agências postais e estes profissionais tinham o direito de expedir material impresso sem despesa. Foram eles os responsáveis pelo surgimento do primeiro jornal americano.

Em 1692, as colônias americanas ganharam o primeiro serviço postal oficial, de alcance intercolonial, de forma que as colônias começavam a trocar informações regionais.

Em 1700, John Campbell tomava posse como agente postal na agência de Boston e começaria a usar o serviço para fornecer informações a correspondentes especiais em outras colônias. Estas informações eram escritas à mão e diziam respeito, na maioria das vezes, a assuntos comerciais e administrativos. A demanda pelos folhetos cresceu tanto que o escocês Campbell procurou o tipógrafo Bartolomeu Green e, juntos, publicaram o primeiro jornal americano - o *Boston News-Letter*, em 1704.

As notícias do primeiro exemplar não passavam de recortes de jornais londrinos atrasados. Nas edições posteriores, apesar das notícias externas serem muito desatualizadas, as notícias regionais eram bastante recentes. O governador

conferia todo o conteúdo do jornal antes de ser publicado. As matérias eram pouco críticas e talvez por isso o jornal raramente vendia mais de 300 exemplares.

Foi em 1721, com o estabelecimento do *New England Courant*, que os jornais americanos passaram a ser mais independentes e atraentes para o público leitor. Publicado por James Franklin, irmão mais velho de Benjamim Franklin, o periódico que durou apenas cinco anos exerceu grande influência na imprensa americana. Seu estilo era agressivo e literário. James Franklin ridicularizava seus rivais nas páginas do jornal, suas crônicas sociais despertavam grande interesse local e as novelas publicadas em série incluíam assuntos dramáticos que faziam muito sucesso. Publicou no *Courant* os artigos literários do *Spectator* e do *Guardian*. O jovem Benjamim Franklin também chegou a escrever alguns artigos do gênero no jornal do irmão, sob o pseudônimo de “Silence Dogood”.

No entanto, uma das maiores contribuições do *Courant* foi lutar pelo fim da censura à imprensa americana que se expandia. Muitos jornalistas deste período tiveram de pagar com sua própria liberdade pelo ideal da liberdade de expressão. É o caso mesmo de James Franklin que, ao criticar a administração local por ineficiência contra a pirataria nas cercanias da colônia, foi acusado de desrespeito, sendo condenado à prisão em 1722.

André Bradford publicou o primeiro jornal fora de Boston, na Filadélfia, a segunda maior cidade da colônia. O *American Weekly Mercury* surgiu em 1719. Apesar de ser um jornal de agente postal, o *Mercury* era um pouco mais independente e muitas vezes atacava a administração local. Defendeu James Franklin quando este foi preso e publicou as controvertidas *Cato Letters*.

Na mesma época, chegava à Filadélfia Benjamim Franklin. Em 1729, Franklin assumiu a administração do *Pennsylvania Gazette*. Apesar de André Bradford conseguir vender seu jornal mais barato por ser agente postal, em apenas cinco anos de sua chegada à Filadélfia, Benjamim Franklin já era dono de uma das imprensas mais rentáveis das colônias. Único proprietário do jornal de maior circulação, número de páginas e renda de anúncios, foi com a imprensa que Franklin iniciou sua fortuna. Mais tarde criaria uma cadeia jornalística e daria uma grande contribuição para o jornalismo organizado como um grande negócio.

O jornal colonial tinha comumente quatro páginas, em geral, na dimensão de 25,4 cm x 38,1 cm, impresso em papel almaço. Não havia títulos para as matérias até 1750 e, mesmo depois, não eram tão comuns. As únicas ilustrações

eram as marcas comerciais dos impressores na página frontal e, algumas vezes, uma xilogravura para um anúncio. O papel, na sua maior parte, era importado da Inglaterra.

Já no final do século XVIII e início do XIX, a Inglaterra iniciava a Revolução Industrial, trazendo máquinas a vapor que alteraram completamente o modo de produção nas fábricas, bem como o sistema de transportes, que passou a contar com o navio (1807) e a locomotiva a vapor (1814). A sociedade rapidamente deixava de ser rural para ir se tornando urbana, e todas estas mudanças iriam impactar fortemente os Estados Unidos, que já não eram mais colônias inglesas.

A partir da segunda metade do século XVIII, a Inglaterra pretendeu abandonar a política de mínima interferência nas colônias americanas (denominada pelos historiadores Negligência Salutar) para fazê-las mercado consumidor de sua crescente produção fabril. Para isso, iniciou um processo de fechamento de fábricas locais e proibição do comércio regional com as Antilhas. Estas resoluções provocaram a reação da burguesia colonial, sobretudo de New England, onde as idéias Iluministas já haviam chegado e tomado força. Outras séries de tentativas para reprimir os colonos e arruiná-los economicamente culminaram na reação destes, em 1776, com a promulgação da Declaração de Independência, redigida por Thomas Jefferson, inspirada nas obras de John Locke e dos Iluministas.

Sob o comando de George Washington, designado supremo comandante das forças militares norte-americanas, se iniciava a Guerra da Independência, que só terminaria em 1783, quando a paz foi assinada com o Tratado de Paris e os Estados Unidos da América do Norte (expressão de 1776) tiveram sua independência reconhecida. Até então, o novo Estado-nação, que adotou uma Constituição republicana, compunha-se de treze estados, estendendo-se do Atlântico aos Grandes Lagos e Mississípi.

A Revolução Industrial permitiu a fabricação de papéis mais baratos e, conseqüentemente, a produção de publicações para as massas foi facilitada. Em 1833 já era possível imprimir um jornal para ser vendido por um centavo, em contraste com o preço comum de seis centavos dos diários comerciais. Estes pioneiros jornais de um *penny* tinham como público-alvo o homem comum, sem

condições de pagar adiantadas as assinaturas anuais dos outros jornais tradicionais.

Assim sendo, o jornalismo americano começaria uma nova etapa quando em 1833 entrava em circulação o *New York Sun*, de Benjamim H. Day. Era impresso em quatro páginas, na dimensão de cerca de dois terços da página de um tablóide moderno. A primeira página era dividida em quatro colunas. A ênfase era dada aos acontecimentos locais e ao noticiário de violência. Sua técnica baseava-se nos fatos de “interesse humano”, sensacionalista e apelativa. A maior parte do material era fútil, irreverente, mas de leitura muito agradável. E era barato - em seis meses o *Sun* atingiria uma circulação de cerca de 8.000 exemplares, que representava quase duas vezes a de seus rivais mais próximos. Em 1837, tinha uma tiragem de 30.000 exemplares diários, o que representava mais do total de todos os diários de Nova York juntos quando o *Sun* apareceu pela primeira vez (Emery, 1965, p.233).

Não tardou para que outros jornais aparecessem ao estilo sensacionalista do periódico de Benjamim H. Day. E os anunciantes, que logo se impressionaram com a enorme circulação deste tipo de publicação, passaram a despejar muito dinheiro na imprensa menos política. Se nos jornais tradicionais os anunciantes atingiriam apenas determinado tipo de público com posições políticas específicas, na imprensa de um *penny* a publicidade poderia atingir uma gama enorme da população com posições políticas variadas.

Com a grande soma de recursos provindos dos anunciantes, os jornais de um *penny* puderam investir em máquinas impressoras, de modo que eles produziram grandes mudanças nos métodos de distribuição. Os jornais comerciais tradicionais eram comprados por assinatura, já os jornais para a massa vendiam os exemplares nas ruas, nas mãos de vendedores que tinham sua parcela nas vendas, o que gerava, literalmente, uma gritaria entre os jornaleiros em concorrência. Este sistema de distribuição mudou também a aparência do jornal, que para ser competitivo alterou sua composição e tipos, se tornando mais legíveis.

Toda esta mudança na forma de se fazer o jornal alterou também o modo de redigir as reportagens. Se antes o que prevalecia nos diários partidários e eruditos era a tomada de posição política e a virulência textual contra desafetos políticos, agora os editores passavam a ter mais interesse pela informação livre de idealismo visando atingir o maior público possível. Mais do que uma procura pela

objetividade, o que ocorria então era uma mudança de valores baseada numa modificação da relação da imprensa com seu público e no amadurecimento da imprensa como empresa.

Até então, o público leitor americano escolhia seu jornal por suas convicções políticas, e o periódico era uma espécie de aliado contra os políticos desafetos. O leitor escolhia seu jornal por concordar com o ponto-de-vista daquele editor e mais nenhum outro. O diário comprado era uma bandeira e, simultaneamente, uma tomada de posição. No entanto, com a chegada da imprensa de massa nos Estados Unidos, o jornal partidário deixou de fazer sentido, pois vender mais significava atingir o maior número de pessoas possíveis, independente dos ideais políticos. A evolução do conceito de objetividade no jornalismo americano apenas dava os primeiros passos. Os textos continuavam apelativos, mas se iniciava o progressivo enfraquecimento da imprensa partidária.

Um dos promotores do jornal sem coloração política foi James Gordon Bennett, que fundou em 1835 o *New York Morning Herald*. A publicação era, assim como o *Sun*, apelativa quanto às notícias de crimes e matérias sensacionalistas. No entanto, o *Herald* introduziu no jornalismo americano muitas novidades até hoje presentes. Desenvolveu uma seção financeira, para a qual escrevia artigos baseados em sua prévia experiência como professor de economia, atraindo a classe comercial. Instituiu uma coluna de correspondência, por meio da qual os leitores se manifestavam, além de colunas de resenhas críticas e de notícias sociais. Bennett também se preocupou em fornecer notícias esportivas quando nenhum outro editor reconhecia a atração do assunto.

No ano seguinte, um incêndio destruiria as instalações do jornal. Com o crédito conseguido em Wall Street, Bennett reconstruiria o periódico, agora denominado *New York Herald*, angariando 20.000 leitores ávidos por suas notícias sobre crimes.

O sucesso dos jornais pioneiros de um *penny* encorajou outros editores a seguir o exemplo. Na década de 1830 foram fundados 35 jornais deste tipo em Nova York. Todos, exceto o *Sun* e o *Herald*, sucumbiram. Mas por volta de 1840 as quatro maiores cidades americanas tinham jornais de um *penny*.

O *New York Tribune*, fundado em 1841 por Horace Greeley e voltado para a massa, breve se tornaria um dos mais influentes jornais da história americana, muito pela figura peculiar de seu editor e fundador. Whig confesso (o partido se

opunha ao governo popular), Greeley advogava pela maior participação do homem comum nos benefícios políticos, apesar de ser um dos líderes do grupo que defendia o *status quo*.

O *Tribune* ficava atrás tanto do *Sun* como do *Herald* na circulação diária, mas parte de sua grande reputação viria a se firmar na sua edição semanal que foi um sucesso (cerca de 200.000 assinantes). Apesar de ser um jornal voltado para o grande público, Greeley procurou dar ao periódico um tom menos sensacionalista e chegou a arriscar com uma espécie de sociologia traduzida para as massas. Mesmo sendo fiel ao seu partido, o editor cedeu espaço para que alguns intelectuais da época escrevessem sobre socialismo nas páginas de seu jornal e, por uma década, um dos correspondentes do *Tribune* em Londres foi Karl Marx.

Em 1851 entraria em circulação o *New York Daily Times*, que mesmo pretendendo atingir as massas tal qual seus concorrentes, se declarava diferente de todos eles. Seu fundador Henry J. Raymond tinha sido assessor de Greeley no *Tribune*, e George Jones, seu sócio, era um antigo colega do escritório comercial do mesmo jornal.

Vendido a um centavo, o novo periódico abstinha-se do sensacionalismo do *Sun* e do *Herald* e das extravagâncias do *Tribune*, como bem expressa em sua diretriz publicada no primeiro número.

Nós nos esforçaremos por conduzir todas as nossas discussões em relação a assuntos públicos, assim como não deixaremos ninguém com dúvidas em relação aos princípios que expomos ou regras que advogamos. E ao mesmo tempo em que pretendemos ser decididos e explícitos em todas as nossas posições, procuraremos ser comedidos e moderados em nossa linguagem. Não pretendemos escrever como se estivéssemos apaixonados, - a não ser que este seja realmente o caso; e nós fazemos questão de estarmos apaixonados tão raramente quanto for possível. Há poucas coisas nesse mundo pelas quais vale a pena ficar nervoso; e estas são justamente as coisas que a raiva não pode melhorar. Em controvérsias com outros jornais, com indivíduos, ou com partidos, nós esperamos entrar somente quando, em nossa opinião, algum interesse público importante estiver em causa: - e ainda assim, nós nos esforçaremos por confiar mais em argumentos justos do que em linguagem caluniosa ou abusiva⁴ (The New York Times, 20 set.1851).

⁴ Tradução minha. No original: “We shall endeavor so to conduct all our discussions of public affairs, as to leave no one in doubt as to the principles we espouse or the measures we advocate. And while we design to be decided and explicit in all our positions, we shall at the same time seek to be temperate and measured in all our language. We do not mean to write as if we were in a passion, - unless that shall really be the case; and we shall make it a point to get into a passion as rarely as possible. There are very few things in this world which it is worth while to get angry about; and they are just the things that anger will not improve. In controversies with other journals, with individuals, or with parties, we shall engage only when, in our opinion, some important

Logo Raymond adquiriria a fama de editor equilibrado e objetivo e o *Times* ficaria conhecido como “o grande contemporizador”. Ao contrário da maioria dos jornais da época, o *New York Daily Times* não apresentava em suas matérias envolvimento pessoal dos repórteres ou editores ao tratar de assuntos públicos. Como princípio, seu estilo deveria primar pela moderação e pela busca constante da verdade dos fatos.

Nas colônias americanas, até o final do século XVIII, o editor publicava as notícias como as recebia, não havia um sistema de preparo e padronização das informações recebidas, nem um sistema organizado de captação das notícias. Somente na metade do século seguinte, especialmente após o aparecimento da imprensa de um *penny*, é que se pode falar no emprego de correspondentes para colher notícias e no uso de investigações para confirmar a veracidade dos fatos. Com a concorrência, os jornais para a massa foram se especializando na exploração de notícias policiais e isso requeria um repórter trabalhando em tempo integral e hábil no tratamento dos fatos, de modo a tornar as informações mais interessantes ao leitor.

Uma das primeiras fontes de notícias a ser explorada sistematicamente foi o Congresso. O início deste tipo de cobertura se deu em 1808, com o *United States Gazette* anunciando que manteria correspondente próprio em Washington para trazer notícias frescas do governo. Por volta de 1850, um grupo selecionado de jornalistas já trabalhava como correspondentes nesta região, para os mais variados jornais.

A concorrência dos jornais de um *penny* e a progressiva afirmação da notícia como produto também trouxeram a necessidade urgente de um sistema confiável, permanente e veloz de processamento de notícias vindas de lugares distantes. As matérias estrangeiras se tornavam populares e os editores começavam a luta por um furo de reportagem.

No início, estes correspondentes seguiam com barco a remo até os navios vindos de fora antes que estes chegassem ao porto, para colher notícias à frente de seus concorrentes. Alguns jornais chegaram a utilizar os pombos-correio para trazer notícias de lugares distantes. Mas com a chegada do barco a vapor, da

public interest can be promoted thereby: - and even then, we shall endeavor to rely more upon fair argument than upon misrepresentation or abusive language.”

estrada de ferro e do telégrafo magnético, aquelas técnicas rudimentares ficaram para trás. Em contrapartida, manter um jornal competitivo tornava-se cada vez mais caro. Pressionados pela competição e pelos crescentes custos, um grupo de empresários do jornalismo de Nova York se uniu para criar em 1848 uma associação.

Bennett e Hudson do *Herald*; o coronel Webb e seu assistente, Henry Raymond, do *Courier and Enquirer*; Greeley, do *Tribune*; Beach, do *Sun*; Erastus e James Brooks, do *Express*, e Hale e Hallock, do *Journal of Commerce* se juntaram para formar a *Associated Press*, que obteria notícias estrangeiras por meio do telégrafo de Boston, e seriam retransmitidas para os jornais de Filadélfia e Baltimore. Em 1851, o *Times* tornou-se o sétimo jornal membro do truste.

Por volta de 1860, a imprensa dos Estados Unidos já havia se transformado muito. O diário típico tinha melhorado sua composição e legibilidade desde o surgimento dos primeiros jornais de um *penny*. Era comum os periódicos apresentarem oito páginas, embora o *Times* muitas vezes apresentasse dez. As ilustrações ainda eram pouco comuns, os títulos ainda eram limitados por fio, mas o número de anunciantes tinha aumentado consideravelmente e muitos dos antigos jornais de um *penny* eram agora vendidos pelo dobro ou pelo triplo do preço, como era o caso do *Times*.

Com a guerra civil declarada em 1861, a imprensa se deparou com um dilema tradicional em tempos de guerra: como manter o equilíbrio entre segurança nacional e direito do público às informações? Como fornecer a notícia sem favorecer um ou outro lado do conflito? Mas foi justamente durante este confronto que Henry J. Raymond alavancou o prestígio de seu diário.

O *New York Times* trazia notícias moderadas, guiado pelo ideal da imparcialidade manifestado em suas diretrizes de fundação. Foi nesta época que seu editor e fundador recebeu o título de “O Neutro”, em parte por sua atuação política parcimoniosa. Presidente do Comitê Nacional Republicano, um dos cargos políticos mais importantes do país, Raymond foi eleito para a Câmara dos Deputados em 1865, e conquistou muito de seu prestígio nesta área graças ao seu temperamento imparcial. No entanto, foi esta mesma característica que mais tarde o tornaria excessivamente indeciso aos olhos da política, porém, um jornalista exemplar. Num período em que a imprensa ainda estava se consolidando no país,

Raymond mostrou o caminho da imparcialidade como um ideal a ser alcançado pelo jornalismo.

A guerra e a necessidade de obter informações de forma rápida e precisa também fizeram surgir, em 1862, reunindo os quarenta e três diários do sul, a *PA* (*Press Association*), logotipo inverso da agência de notícias do norte.

A *PA* logo sofreu oposição dos militares do norte, com receio de que suas notícias vasassem alguma informação confidencial que favorecesse o inimigo do sul. O superintendente da agência de notícias, J. S. Thrasher, foi conversar pessoalmente com o general P.G.T. Beauregard e garantir-lhe que as notícias veiculadas não causariam prejuízos à segurança militar.

Thrasher conseguiu a garantia do militar de que seus repórteres teriam toda a facilidade de acesso às notícias de interesse público e Beauregard escreveu a outras altas autoridades militares recomendando semelhante cooperação. Em troca, os correspondentes teriam de se comprometer a não enviar opiniões ou comentários sobre os acontecimentos e analisar os boatos com cuidado, para não dar informações que viessem a ajudar o inimigo.

Obrigada a lidar com informações extremamente precisas e imparciais, a objetividade das reportagens da *PA* durante a guerra foi considerada uma revolução no estilo jornalístico americano.

A guerra civil trouxe para a imprensa americana importantes mudanças técnicas. A dependência do telégrafo modificou a redação das notícias, já que os correspondentes procuravam economizar as taxas, e esforçavam-se por uma maior concisão. Um meio de resumir as reportagens era omitir opiniões e literatura, ser mais objetivo. O *lead*, que põe o principal aspecto da notícia no primeiro parágrafo, passou a ser usado durante a guerra pelos repórteres no campo de batalha, receosos que seus despachos completos não pudessem ser enviados.

Foi um período de intensas transformações na sociedade americana. Entre 1865 e 1900 o país enfrentou rápida industrialização e urbanização. Muitos personagens do movimento jornalístico iniciado na década de 1830 agora sucumbiam.

Entre 1869 e 1878 morreram cinco líderes da era do jornalismo pessoal: Henry J. Raymond, fundador do *New York Times*, James Gordon Bennett, do *New York Herald*, Horace Greeley, do *New York Tribune*, Samuel Bowles III, editor do

Springfield Republican e William Cullen Bryant, editor durante meio século do *New York Evening Post*.

Uma nova geração viria substituir estes líderes pioneiros do jornalismo americano, mas alguns editores que surgiram logo em seguida representaram um grupo de transição, que ora pendia para o jornalismo panfletário e partidário, ora para o jornalismo moderno, que carregava a imparcialidade como um valor.

Entre esses que substituíram os líderes do jornalismo do passado e representavam a transição estavam os editores Charles A. Dana, do *New York Sun*, Edwin Lawrence Godkin, da revista *Nation* e do *New York Evening Post*, Henry Watterson, da *Louisville Courier-Journal*, e Harvey W. Scott, do *Oregonian*, de Portland. No entanto, representantes de uma nova era já chegavam. Nos dez anos entre 1876 e 1887 surgiram Melville E. Stone com o *Chicago Daily News*, Edward Wyllis Scripps e o *Cleveland Press*, Joseph Pulitzer com *St. Louis Post-Dispatch* e *New York World*, William Rockhill Nelson e o *Kansas City Star* e William Randolph Hearst no *San Francisco Examiner*. De modo que, na década de 1890, Dana e Godkin, ainda carregados de traços do jornalismo pessoal, já cediam espaço para uma nova geração de jornalistas.

Este novo movimento do jornalismo americano trazia a determinação explícita de seus editores e repórteres em colher e transmitir as notícias de forma imparcial. A opinião ficou restrita às páginas de editoriais, que procuravam se distanciar das pressões dos grupos políticos. Isso não significava que os jornais estavam menos sensacionalistas. As campanhas em torno de interesses comunitários, a pauta e a redação das matérias voltadas para o entretenimento e a utilização das novas técnicas para tornar o jornal mais atraente visualmente faziam deste um produto voltado para as massas. Como produto, o jornal deveria ser fascinante aos olhos do leitor, e rentável aos proprietários deste, que se tornou uma complexa sociedade anônima.

A consolidação da função da imprensa nos Estados Unidos como divulgadora de notícias e não de opiniões de determinados grupos sociais foi um processo gradativo que acompanhou a própria história econômica e social daquele país. Especialmente durante a guerra civil, a sociedade americana dividida precisava de canais de informações confiáveis que relatassem os fatos, deixando para o leitor a tomada de posição individual, baseada em suas crenças pessoais. É claro que o uso das novas tecnologias de comunicação também afetou a forma de

se escrever a reportagem, assim como os novos meios de transporte mais velozes permitiram uma ampliação da cobertura jornalística. Conseqüentemente, o jornalismo deixava de ser um empreendimento pessoal para ser um negócio de grandes proporções e vultosos investimentos. Como sociedade anônima, o jornal precisava alcançar lucros cada vez mais significativos e ter públicos leitores também em maior número e mais fiéis. Uma notícia que procurasse não atacar diretamente um grupo social qualquer, um jornal apartidário e neutro, e repórteres que soubessem extrair de um fato detalhes cruciais que tornassem a notícia completa e imparcial faziam, juntos, uma fórmula perfeita de vendas para a massa de leitores.

Vivendo um período de intensas turbulências econômicas – em 1873 o país passou por um colapso financeiro -, a imprensa que explicitamente se envolvesse com um dos lados da disputa política estaria fadada aos altos e baixos dos governos e poderia não sobreviver aos novos tempos. A independência da imprensa significava primeiramente a liberdade de criticar os líderes e as diretrizes partidárias e deixar de depender economicamente dos partidos para depender das rendas dos anúncios.

Emergia entre os editores da nova fase do jornalismo americano um verdadeiro símbolo da nova ordem – Joseph Pulitzer.

A industrialização em larga escala, a mecanização dos sistemas de produção, a formação de metrópoles, a vasta expansão dos meios de comunicação social, a utilização da eletricidade e a multiplicação de novas empresas afetaram de forma irreversível o negócio no jornalismo. Tornava-se cada vez mais cara a produção de um diário competidor, e o editor que desejasse o progresso do seu jornal, ou mesmo a sua sobrevivência, tinha que acompanhar as técnicas de seus rivais. Suas despesas de produção eram cada vez maiores e deviam ser compensadas com uma receita crescente dos anúncios.

Entre 1880 e 1890, a cidade de Nova York saltou de uma população de um milhão para um milhão e meio. Mais de 5 milhões de imigrantes chegaram aos Estados Unidos neste período. Os jornais de Nova York em 1890 serviam a uma população que era de 80% de estrangeiros ou descendentes.

As cidades americanas começaram a instalar os postes de luz em 1879, já em 1898 havia quase 2.800 centrais elétricas no país. O telefone, inventado em 1870, já em 1880 apresentava um usuário para cada 1000 pessoas. Em 1900 havia

um telefone para cada 100 pessoas e o sistema telefônico já cobria todo o país. A Western Union quadruplicou suas linhas telegráficas entre 1880 e 1900.

Entre 1870 e 1900, os Estados Unidos dobrou a sua população, o número de seus diários quadruplicou e o número de exemplares vendidos aumentou quase seis vezes. A percentagem de crianças que freqüentavam as escolas públicas nos Estados Unidos subiu de 57% para 72%, enquanto o analfabetismo baixou de 20% para 10,7% da população. No entanto, o nível geral de cultura ainda era baixo. Em 1900, o americano médio tinha cinco anos de escola (Emery, 1965, p.371 et seq.).

Neste cenário, o enorme sucesso do *New York World*, de Joseph Pulitzer, era a prova de que um novo jornalismo tinha sido criado. Os novos jornais eram baratos, agressivos e de fácil leitura. Tinham a notícia como fator primordial de informação, demonstravam independência de opinião, faziam campanhas entusiásticas no interesse da sociedade, atraíam a atenção da massa por meio de tipos aperfeiçoados, de melhor composição, com manchetes e ilustrações atraentes.

Em 1878, Pulitzer arrematou o *Dispatch*, fundado em 1864. Num acordo com o *Post*, criado por John A. Dillon em 1875, o jornal passou a ser *Post-Dispatch*, que viria a ser um dos maiores do país nos anos seguintes.

Pulitzer insistia para que seu editor chegasse ao cerne de cada questão, esmiuçando detalhes e contradições. A cobertura local era extensa, mas aquelas notícias consideradas originais, emocionantes e singulares eram especiais para o jornal, sempre buscando uma campanha a ser conduzida ou uma reportagem exclusiva. Os jornalistas do *Post-Dispatch* também aprenderam os famosos lemas de seu editor: “Exatidão!” e “Sobriedade!”, para evitar erros e informações imprecisas, e priorizar uma escrita condensada de forma inteligente e exata.

Estes fundamentos aplicados no *Post-Dispatch* de St. Louis foram levados para Nova York, com o *World*. Fundado em 1860 por Manton Marble, e posteriormente vendido a Jay Gould, que acabou com o prestígio do diário, o *World* chegou às mãos de Pulitzer em 1883. Já em 1884 deixava o *Herald* para trás como líder de anúncios. Dentro de três anos o *World* tornou-se o assunto não só de Nova York, mas da sociedade jornalística do país. O audacioso jornal tinha batido o recorde publicitário nos Estados Unidos e seu lucro anual estava na casa de meio milhão de dólares.

Vendido a dois centavos, o *World* trazia histórias de interesse humano, campanhas, editoriais agressivos, porém, populares, e muitas ilustrações. Pulitzer trouxe o entretenimento para as páginas dos jornais, tanto no conteúdo das matérias, quanto no aspecto visual do impresso. Muitos o acusavam de reviver o sensacionalismo da imprensa de 1830. Como resposta, o *publisher* dizia que seu jornal se dirigia a uma nação, e não a um seletto comitê.

Outros jornais tentaram imitá-lo, como o *Philadelphia* e o *Boston Globe*, mas nenhum outro fez tanto sucesso, nenhum outro soube mesclar tão bem a linguagem simples e o visual moderno do jornal com o espírito de jornalista investigador e incansável na coleta de informações e na cobertura de notícias.

Em 1900, na esteira do sucesso do *World*, e sem compreenderem corretamente a combinação de entretenimento e sólido sistema de captação de notícias do jornal, cerca de 1/3 dos diários metropolitanos seguia a tendência sensacionalista. Estes ficaram conhecidos como jornalismo amarelo. De modo que, no início do século XX, a imprensa dos Estados Unidos ficou marcada por uma profusão de campanhas públicas e denúncias para a mobilização do povo.

O certo é que a industrialização, a mecanização e a urbanização do fim do século XIX produziram mais jornais no início do século seguinte, porém, menos diferenciados. Também no jornalismo se fez sentir a tendência econômica geral, havendo crescente fusões e aquisições de empresas jornalísticas e concentração deste tipo de propriedade nas mãos de poucos grupos. Em pouco tempo, especialmente ao início da I Guerra Mundial, o número de jornais publicados cairia bruscamente, principalmente em decorrência das pressões econômicas, pressões resultantes da competição pela circulação e pelas rendas de publicidade, além dos efeitos da inflação do tempo da guerra e da depressão comercial. Além disso, havia a competição de outros meios de comunicação – revistas, cartazes e, por volta de 1930, o rádio.

O progresso das associações de imprensa também contribuiu para tornar o jornalismo americano mais pasteurizado no século XX. Poucos diários eram capazes de manter correspondentes nos principais centros noticiosos do país e do mundo, em consequência, o prestígio das duas maiores agências, a *Associated Press* e a *United Press International* (fruto da fusão da *Press Association* com a *International News Service*), só tendia a crescer. Aos poucos o estilo de redação dos textos jornalísticos difundidos por estas instituições se fez sentir nos

principais diários do país. As reportagens vinham com introdução, a estrutura era de uma pirâmide invertida e as informações vinham condensadas. Chegavam ao declínio as reportagens individuais dos primórdios do jornalismo.

Um novo surto de sensacionalismo varreria os jornais do país logo após a I Guerra Mundial, desta vez com características novas: o formato tablóide e o uso abundante de fotografias. A década de 1920 ficaria conhecida como a década do jornalismo escandaloso, ao passo que os anos que se seguiram foram caracterizados pela ênfase às técnicas da reportagem interpretativa.

As décadas de 30 e 40 foram marcadas por reportagens contendo uma explicação ao fato noticiado. O impacto social e econômico do New Deal, o aparecimento da moderna tecnologia científica, a crescente interdependência dos grupos econômicos nacionais e a proliferação de posições políticas pelo mundo forçavam uma nova atitude com relação às notícias. O “porquê” tornou-se tão importante quanto o tradicional “quem fez o quê”, pois o leitor queria e precisava saber o sentido das notícias numa era de mudanças extremas em vários campos do conhecimento.

A objetividade do velho estilo, que consistia em se fixar no fato concreto do que tinha sido dito ou feito, foi desafiado por um novo conceito de objetividade que se baseava na convicção de que o leitor precisava ter um certo acontecimento dentro de seu contexto adequado, caso se quisesse servir à verdade. Os velhos preconceitos de que assuntos difíceis como ciência e economia não poderiam ser expostos de forma a atrair o interesse dos leitores foram igualmente descartados por absoluta necessidade (Emery, 1965, p.679).

À medida que cresciam as tensões internacionais antes da II Guerra Mundial, e depois, quando a guerra já estava em andamento e os Estados Unidos precisaram interferir, a interpretação adequada das notícias internacionais tornou-se primordial. Alguns jornais maiores melhoraram suas equipes da página editorial para acompanhar a tendência da cobertura e interpretação especializadas das notícias. Outros usavam de artifícios tipográficos para indicar inserções de informação explicativa e interpretação das reportagens noticiosas.

Esta tendência em explicar os fatos, tornando o texto jornalístico mais didático e exigindo do repórter um maior esforço na adequação da linguagem, que ia além da fórmula da pirâmide invertida, trouxe à tona a discussão sobre a

objetividade no jornalismo. A esta época, a revista *Time* já fazia grande sucesso e desafiava este preceito.

O editor da revista, Henry R. Luce, considerava a objetividade jornalística um mito e não pretendia que sua publicação fosse reconhecida como imparcial, e sim como honesta. Num ensaio histórico publicado em seu 25º aniversário, a *Time* afirmava:

A mais curta ou a mais longa história jornalística é o resultado de uma seleção. A seleção não é, e não pode ser, “científica” ou “objetiva”. Ela é feita por seres humanos que trazem para o trabalho suas experiências pessoais e sua educação, seus próprios valores. Eles fazem relatos a respeito de fatos. Esses relatos, invariavelmente, envolvem idéias. Todos os jornalistas (inclusive as mulheres) selecionam fatos. O mito, ou o fado da “objetividade” tende a esconder a seleção, a fazer de bobo o leitor que crê estar sendo informado por uma agência acima da fragilidade humana ou do interesse humano (...)

Durante estes 25 anos, a TIME adquiriu para alguns a reputação de “imparcialidade”, a qual ela não procurou e não quer. Honestidade é o objetivo da TIME. Qual a diferença entre imparcialidade e honestidade? O jornalista responsável é “parcial” para determinada interpretação dos fatos que parece a ele ajustar-se às coisas como elas são. Ele é honesto ao não distorcer os fatos para sustentar seu ponto-de-vista, em não retirar dos fatos aquele apoio de um ponto-de-vista diferente⁵ (Time, 8 mar. 1948).

A *Time* não fazia questão de separar suas hipóteses de cunho editorial das notícias factuais. Sua técnica narrativa era (e ainda é) peculiar. Havia sempre um acentuado uso dos adjetivos, um jogo de inversões de palavras e termos aglutinados, dando origem ao que ficou conhecido como “timestilo”.

A despeito da discussão em torno do valor da objetividade para o jornalismo, o que parece ter ficado, para o público em geral, é que a notícia estandardizada é sinônimo de notícia verdadeira e, portanto, mais confiável. Entre 1960 e 1961 houve três pesquisas sobre os jornais dos Estados Unidos, uma com 335 editores, outra com 311 *publishers*, e a terceira com 125 professores de jornalismo. O objetivo era fazer com que estes profissionais apontassem as

⁵ Tradução minha. No original: “The shortest or the longest news story is the result of selection. The selection is not, and cannot be, “scientific” or “objective.” It is made by human beings who bring to the job their own personal experience and education, their own values. They make statements about facts. Those statements, invariably, involve ideas. All journalists (even the women at the well) select facts. The myth, or fad, of “objectivity” tends to conceal the selection, to kid the reader into a belief that he is being informed by an agency above human frailty or human interest. (...)Over its 25 years, TIME acquired in some quarters a reputation for “impartiality” which it did not seek and does not want. Fairness is TIME’S goal. What’s the difference between impartiality and fairness? The responsible journalist is “partial” to that interpretation of the facts which seems to him to fit things as they are. He is fair in not twisting the facts to support his view, in not suppressing the facts that support a different view.”

publicações mais importantes do país. O *New York Times* classificou-se em primeiro lugar em todos os três inquéritos⁶.

Em 1999, uma pesquisa feita pela *Columbia Journalism Review* com 104 editores de jornais nos Estados Unidos reafirmou os resultados da década de 60. O *New York Times* ficou em primeiro lugar, com 101 votos, eleito o melhor jornal do país⁷.

É notório que este foi o diário dos Estados Unidos que mais se manteve ao largo dos modismos, e adotou desde o princípio uma forma sóbria de se fazer jornalismo. Poucos jornais levariam o ideal de objetividade jornalística tão ao extremo, e o fato de ser reconhecido como o mais importante do país por profissionais que fazem e pensam o jornalismo leva-nos a pensar sobre a associação da padronização da notícia com os ideais de confiabilidade e fidelidade aos fatos.

2.2

All the news that's fit to print – o *New York Times*

Quando o *Daily News* publica, é sexo; quando nós publicamos, é sociologia.
Adolph S. Ochs

A história do *New York Times* está intimamente ligada à trajetória de vida de Adolph S. Ochs, o homem que evitou a falência do diário em 1896 e o administrou até sua morte, em 1935.

Os pais de Ochs eram judeus alemães e tinham emigrado para os Estados Unidos antes da Guerra Civil. Seu pai lutou na guerra e ao fim dela a família se mudou para o Tennessee. A depressão do pós-guerra trouxe a falência para o pequeno negócio que tinham aberto na região. Viviam então dos baixos salários de magistrado e delegado do patriarca.

Aos onze anos, Adolph Ochs, filho mais velho, foi trabalhar como mensageiro do *Knoxville Chronicle* para ajudar nas despesas de casa. Aos catorze,

⁶ Para a pesquisa com os editores, ver *Editor & Publisher*, XCIII (2 de abril de 1960), 12. Para o estudo com os *publishers*, ver *Editor & Publisher*, XCIII (9 de abril de 1960), 66. Já para saber mais sobre a pesquisa com os professores de jornalismo, ver John Tebbel em *Rating the American Newspaper, Saturday Review*, XLIV (13 de maio e 10 de junho de 1961). A autora somente teve acesso às pesquisas indiretamente, por meio de EMERY, 1965, p.804.

⁷ Aos editores foi pedido que selecionassem os dez melhores jornais dos Estados Unidos, sem ranqueá-los. O segundo lugar ficou com o *The Washington Post*, com 85 votos. Para saber mais sobre a pesquisa, consultar <<http://backissues.cjrarchives.org/year/99/6/best.asp>>.

se tornou aprendiz de impressor do mesmo jornal. Por três anos aprendeu a lidar com a impressora e a compor os tipos.

Em 1875, Ochs trabalhou alguns meses no *Louisville Courier-Journal* como sub-chefe de composição e escreveu algumas reportagens. No ano seguinte já estava de volta a Knoxville, compondo para o *Tribune*. O editor do diário, junto com o diretor comercial e Ochs começaram a editar um jornal em Chattanooga, o *Chattanooga Dispatch*. Ochs era agente de anúncios. Logo o empreendimento entraria em colapso, mas Adolph convenceria a equipe a comprar o único jornal da cidade que ainda sobrevivia, o *Chattanooga Times*.

Era 1878 e o ex-aprendiz de tipógrafo não tinha ainda 21 anos. Ele prometia publicar todas as notícias locais, as últimas notícias por telégrafo e, sobretudo, todo o noticiário comercial que pudesse. Esperava que Chattanooga se transformasse na capital de uma região agrícola e comercial, e que o *Chattanooga Times* se transformasse no principal jornal da região.

O negócio crescia, e Adolph contraiu novas dívidas para comprar melhores tipos e impressoras, criou uma rede de correspondentes no sul para ampliar a cobertura de notícias, iniciou uma edição semanal do jornal, assim como uma revista de comércio para os industriais do sul, uma revista agrícola e um jornal religioso. O *Chattanooga Times*, por volta de 1892, era tido como um dos diários mais bem sucedidos do sul. Naquele ano, Ochs construiu a sede do jornal, no valor de 150 mil dólares, foi quando ocorreu o craque das especulações imobiliárias e o diário entrou em dificuldades financeiras. Para pagar suas dívidas, Ochs acreditava que precisaria de outro jornal. Em março de 1896, ele soube que o *New York Times* estava à venda, à beira da bancarrota.

Caberia a Adolph S. Ochs, o ex-aprendiz de impressor do Tennessee, trazer de volta ao *New York Times* a respeitabilidade da época em que Henry J. Raymond era o proprietário.

Depois da morte de seu fundador, em 1869, o jornal passara para a direção do diretor comercial, George Jones, que manteve o prestígio do periódico até sua morte, em 1891. Charles R. Miller, que assumira a direção do diário desde 1883, negociou a compra do *Times* dos herdeiros da família Jones dez anos depois, mas não conseguiu fazer o jornal prosperar. Tinha a menor tiragem dos oito matutinos da cidade.

Ochs não tinha recursos para salvar o *Times*, mas convenceu Miller de que tornaria o jornal competitivo novamente. Apresentou um plano de refinanciamento e uma condição: se ele conseguisse revitalizar o jornal em quatro anos, a maioria das ações seria dele.

Em agosto de 1896, Adolph investiu 75 mil dólares de seu próprio bolso e ainda arriscou o jornal de Chattanooga para revitalizar o *Times*. Aos 38 anos de idade, assumiu um jornal que dava prejuízo de 2.000 dólares semanais. Seu plano de recuperação era surpreendente: não tentaria competir com o sensacionalismo dos jornais mais vendidos, nem vulgarizaria o conteúdo do diário como meio de obter uma circulação em massa, como outros editores estavam tentando fazer. Em vez disso, ele publicaria um jornal com sólida cobertura noticiosa e um editorial destinado aos leitores que não apreciavam o excesso de entretenimentos. Recusava-se a publicar histórias sensacionalistas, evitando o humorismo em suas colunas e dando pouca importância às ilustrações.

Antes de investir no *Times*, fizera um estudo de mercado em Nova York, e estava certo de que havia espaço para o tipo de jornal que tinha em mente. Os diários mais bem-sucedidos da cidade, vendidos por um *penny*, eram o *World*, de Pulitzer, cujas edições matutina e vespertina tinham uma circulação total de 600 mil exemplares, e o *Journal*, de Hearst, cujas duas edições somavam 430 mil. Esses dois periódicos apresentavam uma mistura de reportagem com entretenimento. O jornal que Ochs pretendia manter, ao preço de três centavos, iria competir com o *Sun*, que ele julgava ser bem escrito, porém fraco de reportagem, com o *Herald*, jornal da alta sociedade, e o *Tribune*, extremamente conservador. Ochs queria que seu jornal fosse imparcial e completo, uma publicação que atraísse o homem de negócio.

O novo *publisher* eliminou os folhetins das páginas do *Times*, evitava as histórias escandalosas e as fofocas, expandiu a cobertura das notícias financeiras, transações imobiliárias, tendências em negócios e atividades oficiais do governo. Seu jornal seria um periódico de registro, no qual todos os incêndios da cidade seriam publicados, assim como a hora de chegada de cada navio, o nome de cada visitante oficial da Casa Branca e a hora exata do pôr-do-sol. E, acima de tudo, o *Times*, segundo Ochs, não sujaria a mesa do café da manhã dos leitores. Sua declaração de princípios, logo que assumiu a direção continha estas linhas:

Será o mais intenso propósito do *New York Times* dar as notícias, todas as notícias, de forma atraente e concisa, numa linguagem que é parlamentar na boa sociedade, e dá-las bem cedo, se não mais cedo do que elas podem ser veiculadas por qualquer outro meio fidedigno: dar as notícias imparcialmente, sem medo ou favor, independente de partido, seita, ou interesse envolvido; para fazer das colunas do *New York Times* um fórum de considerações de todas as questões de importância pública, e com esta finalidade, incentivar uma inteligente discussão com todos os tipos de opinião⁸ (New York Times, 19 ago. 1896).

O famoso slogan do *Times*; “Todas as notícias dignas de publicar”, foi criado assim que Ochs assumira o jornal, em 1896, que significava, nas palavras do próprio *publisher*, que o jornal seria de notícias, não uma vitrine para escritores, nem uma gazeta de opiniões.

O caráter extremamente moderado de Ochs, ao longo dos anos, deixaria de ser um traço de sua personalidade para transformar-se numa marca de seu jornal. Uma forma de exercer o jornalismo que atormentaria todos os outros que assumiram o cargo depois dele e que criaria escola, não somente nos Estados Unidos, como em vários países do mundo. O jornalismo imparcial almejado e perseguido pelo *Times* seria uma bandeira do ideal jornalístico em pouco tempo, aprofundando uma tendência que vinha sendo observada já em meados do século XIX.

A aparência tipográfica do *Times* foi aperfeiçoada. Um guia que continha a lista de compradores de fora que estavam na cidade passou a ser publicado regularmente, além de uma revista semanal de finanças. Uma seção prestigiada de resenhas de livros foi organizada e o jornal de Nova York foi o primeiro a fazer propaganda pelo telefone. Três semanas depois de Ochs assumir o jornal, o *Times* publicou sua primeira revista dominical ilustrada, um sucesso imediato. Ainda assim, a circulação em 1898 não ia além de 25 mil exemplares.

No fim do mesmo ano, outra medida polêmica. Ochs decidiu vender os exemplares por um *penny*, para aumentar a circulação e garantir maior renda de anúncios. O *Times* atingiu a tiragem de 75.000 em 1899 e ultrapassou a casa dos 100.000 em 1901. Seu espaço publicitário dobrou em dois anos. Com este resultado, Adolph Ochs adquiriu a maior parte das ações do jornal, conforme seu

⁸ Tradução minha. No original: “It will be my earnest aim that *The New York Times* give the news, all the news, in concise and attractive form, in language that is parliamentary in good society, and give it as early, if not earlier, than it can be learned through any other reliable medium: to give the news impartially, without fear or favor, regardless of party, sect, or interests involved; to make of the columns of *The New York Times* a forum for the consideration of all questions of public importance, and to that end to invite intelligent discussion from all shades of opinion.”

contrato de compra. Logo em seguida contraiu novas dívidas para edificar o “Times Tower” – o edifício do *Times* na Broadway, onde seria a Times Square –, investindo 2 milhões e 500 mil dólares.

Em 1904, Carr Van Anda assumiria o cargo de redator-chefe do jornal e, assim como seu superior hierárquico, tinha como lema publicar todas as notícias que fossem possíveis. Várias lendas sobre ele circulam até hoje nas obras que tratam da imprensa americana, entre elas, o episódio da decisiva batalha naval de Tsushima, na guerra russo-japonesa de 1905.

Corria o boato de que o conflito final era eminente. Van Anda preparou todo o material sobre o assunto. Quando chegou o boletim, às 4h30 da manhã, segundo o qual o almirante japonês Togo tinha esmagado a frota russa, toda a pesquisa já elaborada pelo redator-chefe foi posta em impressão. Em 19 minutos, o *Times* mandava às máquinas uma edição extra sobre o fato. Foram impressos 40.000 exemplares e o redator percorreu a cidade ainda de madrugada, com uma frota de carroças, cuidando pessoalmente para que fosse dado ao “furo” de sua reportagem o lugar de destaque nas bancas de jornais.

Van Anda gostava de trabalhar com notícias de última hora, o que deu ao *Times* precedência sobre muitos jornais rivais. O mais famoso de seus feitos foi o noticiário sobre o naufrágio do transatlântico Titanic, em 1912.

Era 1h20 da manhã de 15 de abril daquele ano, quando o primeiro boletim da *Associated Press* chegou à redação do *Times* noticiando que o luxuoso transatlântico Titanic tinha se chocado com um iceberg em sua viagem inaugural da Inglaterra aos Estados Unidos. Um pedido de SOS tinha sido captado por uma estação telegráfica. O Titanic era tido como impossível de afundar, mas Van Anda ficou sabendo por fontes exclusivas que o rádio de bordo tinha silenciado meia hora depois do SOS, o que o convenceu do naufrágio do navio.

Antes das 3h30 da manhã, Van Anda e sua equipe estavam com o noticiário pronto. Foram preparados comentários sobre a lista de passageiros e uma fotografia do Titanic estampada na primeira página. O *Times* publicava na manhã de segunda-feira que o navio tinha afundado, enquanto outros jornais traziam a notícia de modo incompleto e incerto.

Na terça-feira, Van Anda alugou um andar de um hotel, a um quarteirão do cais onde atracaria o *Carpathia*, embarcação de salvamento, e instalou quatro

telefones diretamente para o escritório do *New York Times*. Toda a equipe foi mobilizada para cobrir a chegada do navio, na noite de quinta-feira.

Três horas depois da chegada do *Carpathia* aparecia a primeira edição do *Times*, com 15 de suas 24 páginas dedicadas às notícias sobre a morte de 1.500 pessoas no desastre do Titanic. Essa edição é, até hoje, considerada um clássico do jornalismo americano e, principalmente, da espécie de jornalismo que Ochs queria ver em seu diário.

Se no período da Guerra Civil o *Times* aumentou seu prestígio sob o comando de Raymond, o mesmo aconteceu na I Guerra Mundial sob o comando da dupla Ochs-Van Anda. Foi nesse período que o jornal começou a publicar textos de documentos e de discursos na íntegra, sem cortes ou interpretações, uma iniciativa que o tornaria referência para estudos acadêmicos. Após a entrada dos Estados Unidos no conflito, o *Times* ampliou sua cobertura. O jornal conseguiu número recorde de reportagens e furos noticiosos, aumentando-lhe o prestígio. O auge da cobertura da guerra pelo *Times* foi a publicação exclusiva do texto do tratado de Versailles, que ocupou oito páginas.

A morte de Adolph Ochs, no dia 8 de abril de 1935, aos 77 anos, foi marcada por homenagens do presidente dos Estados Unidos Franklin Roosevelt, entre outros líderes políticos proeminentes, e os telégrafos da *AP* ficaram em silêncio por dois minutos em todo o mundo. A liderança do *Times* foi então assumida por seu genro, Arthur Hays Sulzberger, marido de sua única filha, Iphigene Ochs Sulzberger. Em 1960, este deixaria o cargo para um de seus genros, Orvil E. Dryfoos. Sua morte prematura, três anos após assumir o jornal, deixaria o cargo de *publisher* para o único neto do fundador, Arthur Ochs Sulzberger. Décadas depois, ele se aposentaria e, em 1992, Arthur Ochs Sulzberger, Jr., seu filho, assumiria o posto mais alto desta que já foi considerada a “instituição familiar mais importante dos Estados Unidos” (Talese, 2000, p.5).

Quando assumiu o cargo, o bisneto de Ochs publicou na página editorial de 17 de janeiro de 1992 um documento que reafirmava os valores do patriarca da família instituídos 96 anos antes. O lema do *Times* permanecia o mesmo: “Dar as notícias com imparcialidade, sem medo ou favor, independentemente de qualquer partido, seita ou interesse envolvidos.” Uma indicação explícita de que, apesar das grandes mudanças sofridas pelo jornal ao longo das últimas décadas, seu jornalismo ainda tinha como base o ideal da imparcialidade.

Alguns fatos históricos de grande repercussão na imprensa dos Estados Unidos contribuíram para a reafirmação desta imagem do *Times* vinculada à objetividade jornalística.

Nos anos 60, o diretor de redação do *Times*, Clifton Daniel, proferiu uma palestra no Instituto Mundial da Imprensa e mencionou uma discussão ocorrida no diário antes do episódio da invasão da baía dos Porcos, em Cuba, no ano de 1961. A palestra falava dos editores do jornal discordando uns dos outros sobre como a história deveria ser posta na primeira página do jornal.

Originalmente, a matéria fora programada para ser a mais importante da primeira página, mas o *publisher* Orvil Dryfoos mudou-a para um lugar menos destacado, minimizando seu título e eliminando qualquer referência à iminência da invasão. Seria mais uma tentativa do governo americano, com a participação da CIA e de dissidentes cubanos, de derrubar o governo de Fidel Castro, e Dryfoos acreditava que escamoteando a notícia não estaria pondo em risco a segurança nacional.

Outros editores do *Times*, entretanto, discordavam desta posição. Dryfoos teve de ordenar pessoalmente a autocensura do diário, pois o diretor de redação se recusou a fazê-lo. Depois de fracassada a invasão, resultando em morte e ferimento de centenas de pessoas, até mesmo o presidente Kennedy reconheceu que o *Times* tinha exagerado na sua preocupação de defender os interesses americanos; e talvez, se tivesse publicado tudo o que sabia, sugeriu Kennedy, a invasão poderia ter sido cancelada e o episódio sangrento, evitado.

O mais relevante neste episódio é o fato de o *Times* ter publicado, no dia 2 de junho de 1966, o texto integral da palestra, além de uma fotografia relacionada com a invasão da baía dos Porcos e uma matéria escrita pelo jornalista da *AP* que cobrira o evento, sob o título “Kennedy disse que o *Times* deveria ter publicado tudo o que sabia”. A justificativa para a extensa cobertura da palestra de Clifton Daniel, que surpreendeu até seu autor, foi que ela representava uma importante nota de rodapé à história e o *Times* não poderia deixar de registrá-la.

Um outro episódio também ficou conhecido do grande público e surpreendeu muitos executivos do próprio jornal. Uma greve dos tipógrafos de jornais de Nova York começou em 8 de dezembro de 1962 e durou 114 dias. Afetou não só o *Times*, mas também outros grandes jornais da cidade que tiveram suas publicações suspensas. Por mais paradoxal que pareça, este foi um dos

grandes momentos de aumento de prestígio do jornal, associando-o ao ideal de imparcialidade jornalística.

Amory Bradford, na época vice-presidente do *Times*, foi representante da Associação dos Editores na negociação com o sindicato dos grevistas. Não era um homem político, e sua postura altiva não facilitava as negociações com os tipógrafos. Theodore Bernstein, um dos chefes de redação do jornal, decidiu que quando a greve acabasse, o jornal deveria tentar explicar aos seus leitores porque ela acontecera, porque durou tanto e como foi os bastidores da negociação. Foi pedido a Raskin, especialista em assuntos trabalhistas, que redigisse a reportagem.

A matéria foi publicada em 1º de abril de 1963, um dia depois que os empregados retornaram ao trabalho. A greve de 114 dias tinha terminado, escreveu Raskin, com Powers, representante do sindicato, conseguindo vitória em três de suas reivindicações essenciais. A reportagem se referia a Amory Bradford, como um negociador de mente aguçada e articulada, mas dizia que trouxera uma atitude de desprezo para as salas de reunião, caracterizando-o como um homem altivo, porém, explosivo.

A reportagem ocupou duas páginas inteiras do jornal. A revista *New Yorker* chegou a apontá-la como um exemplo notável de jornalismo independente. O presidente Kennedy diria mais tarde que se fosse o *publisher*, provavelmente não a teria publicado.

O compromisso do jornal de dar as notícias com imparcialidade, sem medo ou favor está exposto em vários lugares do prédio e nos escritórios do *Times* de todo o país e do mundo inteiro. E foi este compromisso, seguido do peso dos ensinamentos de Ochs, que perseguiram todos os funcionários do jornal ao longo destes anos.

Há muitos anos, quando uma força-tarefa do *Times* se saíra muito bem em uma matéria difícil, os editores reuniram-se no dia seguinte, congratulando-se mutuamente; Adolph Ochs, que estava sentado em silêncio, disse então que lera em outro jornal um fato que faltava na cobertura do *Times*. Um editor respondeu que se tratava de detalhe insignificante e que o *Times* dera vários fatos importantes que não tinham aparecido nos outros jornais. Ochs replicou, dardejando: 'Eu quero tudo' (Talese, 2000, p.40).

O *New York Times* de Ochs seria o jornal que tudo vê e registra. Não deixaria escapar nenhum fato e nada aconteceria ao largo de suas linhas. Por

muitos anos, algumas pessoas na redação eram designadas a examinar o jornal e contar todos os resultados esportivos e todas as notas fúnebres, assegurando-se de que o *Times* publicara todos, ou, pelo menos, mais do que qualquer outro jornal.

À época de Ochs, e mesmo durante muito tempo após sua morte, a diagramação do jornal, a paginação e o layout da primeira página eram estritamente tradicionais – nada de fotos na capa, com exceção apenas para matérias muito especiais. O uso maior deste artifício se deu aos poucos, para que os leitores não percebessem uma mudança brusca no jornal mais tradicional dos Estados Unidos.

O *Times* também tinha como princípio não emitir opiniões em seus noticiários, restringindo-as apenas ao editorial. Seria um pacto com os fatos, não com as idéias. Mas o *Times* vinha passando por lentas mudanças desde a morte do patriarca da família Ochs e, já no anos 50, o jornal começava a reagir às mudanças da época, readaptando-se e repensando o conceito de reportagem imparcial. Além da publicação de páginas de moda e culinária, que Adolph Ochs jamais permitiria, o diário começava a usar mais fotografias em suas páginas e as reportagens diárias passaram a ser mais sucintas e menos rígidas na forma.

Em 1954, Clifton Daniel, de Moscou, após a morte de Stalin e a ascensão de Nikita Khrushchev, escreveu reportagens que captavam o humor da população e seu dia-a-dia, além dos acontecimentos políticos – e tudo em textos redigidos em 1ª pessoa, mostrando explicitamente a participação do repórter no ambiente noticiado.

A televisão era a mais nova concorrente dos noticiários impressos e o chefe de redação, Turner Catledge, acreditava que os jornais tinham um novo papel: aprofundar os fatos, explicar o significado dos acontecimentos, enfim, interpretar as notícias. Mas como fazer isso sem emitir opiniões? E como fazê-lo no *Times*, sem ferir o princípio de objetividade de Ochs, que chegou ao ponto de escrever em seu testamento que a página editorial do jornal deveria ser justa e cortês com aqueles que tivessem opiniões contrárias às do periódico? A solução da época foi dar maior poder aos *copy-desks*, que cuidariam para que as reportagens não emitissem opiniões dos repórteres, apesar de explicativas.

A iniciativa de apresentar matérias com explicação dos fatos não era a primeira neste sentido dentro do *Times*. Já em 1935, pouco antes da morte de Ochs, o editor de domingo, Markel, e o novo *publisher*, Sulzberger, lançaram a

seção “Semana em revista”, que interpretava as notícias da semana na revista dominical. Ochs não apoiou a iniciativa, pois acreditava que fomentaria um excesso de opinião no jornal e seria repetitiva. Mas a seção foi um sucesso, e ganhou menção honrosa no prêmio Pulitzer.

Como ideal o *Times* não queria opiniões em seu noticiário, restringindo-as a sua página editorial. Na realidade, isso não era possível. As opiniões e os estilos dos editores eram impostos diariamente nas notícias, fosse pelo espaço ou o lugar que destinavam à determinada matéria, fosse pelo título que lhe davam, como também pelas matérias que não publicavam, ou publicavam em uma edição apenas, ou que editaram muito, ou seguravam durante alguns dias e depois publicavam no final da volumosa edição de domingo, entre anúncios de cintas femininas e dezenas de fotos de Bachrach de noivas graciosas. O ego do repórter era igualmente um fator importante na cobertura das notícias – ele escrevia sobre o que conhecia melhor, escrevia a partir do que compreendia, refletindo a experiência total de sua vida, sombras de seu orgulho e preconceito. Escrevia, às vezes, para agradar o editor, outras vezes para chamar a atenção para seu estilo, reduzindo matérias que não fosse adequadas a ele; outras vezes ainda, escrevia com a esperança de que a matéria saísse assinada, um testemunho de que estava vivo naquele dia, vivo no *Times* por aquele dia e para todo o sempre em microfilme (Talese, 2000, p.70).

Na década de 60, as mudanças na forma de redigir a notícia eram evidentes. Era preciso escrever mais em menos espaço, e escrever de forma mais agradável. A ordem era sair das reportagens superficiais e traçar um perfil da sociedade por meio de reportagens que revelassem um pouco mais do que o tradicional. Era preciso ser exato, completo e interessante.

Não só o *Times*, mas outros jornais americanos já empregavam com mais frequência o recurso de análises das notícias. Eram artigos que saíam ao lado das matérias e interpretavam declarações e fatos controvertidos e os contrabalançavam com a visão de outras pessoas. A definição de Ochs de objetividade estava sendo modernizada.

O novo chefe de redação, Reston, não acreditava que o *Times* deveria abandonar seu papel de ‘jornal de registro’, contudo queria eliminar o excesso de pronunciamentos quase oficiais que o jornal habitualmente publicava, e ampliar o espaço de avaliações reflexivas sobre acontecimentos cotidianos. Reston queria cobrir não só os fatos, mas as idéias. Queria saber o que pensava a sociedade da época. Uma de suas primeiras iniciativas foi publicar trechos dos discursos de oradores das turmas universitárias que estavam se formando em 1968. Pretendia cobrir o conflito de idéias.

Foi acompanhando as mudanças na história e, especialmente, as mudanças da sociedade americana, que o *Times* se transformou. Se, à época de Ochs, imparcialidade confundia-se com formas rígidas da linguagem noticiosa, e, por sua vez, a rigidez do *lead* e da terceira pessoa narrativa confundiam-se com a verdade dos fatos, a partir de meados dos anos 50 e nos anos 60, o jornal já aceitava outras técnicas de reportagem. O *new journalism* deixaria suas marcas no *Times*. Gay Talese, repórter que trabalhou no jornal por dez anos e foi um dos precursores desta nova forma de entender e fazer o jornalismo, trouxe para suas páginas práticas narrativas de ficção. Mas o jornal mais tradicional dos Estados Unidos jamais deixaria levar-se completamente por qualquer movimento que parecesse modismo. Sem exageros, sem tomar pra si qualquer bandeira ocasional, o jornal reafirmaria ao longo dos anos seu principal ideal: a imparcialidade, ainda que seus textos noticiosos tivessem sofrido modificações ao longo de décadas da família Ochs no poder.

O *New York Times*, ainda que lentamente, acompanharia as demandas da sociedade, prova disso foi a publicação de sua versão on line a partir de 1996. Em 22 de janeiro, o jornal anunciava: “*The New York Times* introduces a web site”, contendo grande parte das notícias e dos artigos do jornal impresso, além de reportagens de conteúdo exclusivo do site. O jornal eletrônico seria parte da estratégia de expandir o número de leitores do *Times*, mas o *publisher* Arthur Sulzberger Jr. não esqueceria de mencionar, na mesma reportagem: “We see our role on the Web as being similar to our traditional print role – to act as a thoughtful, unbiased filter and to provide our customers with information they need and can trust” (New York Times, 22 jan. 1996). O jornal em sua versão on line priorizaria o lema da imparcialidade, um século depois de Ochs assumir o impresso, tendo o mesmo lema como ideal do bom jornalismo.

Em 1997 foram introduzidas cores nas páginas da edição diária, além de serem lançados cadernos especiais de Esportes e Artes, totalmente coloridos. A cor chegou à primeira página na edição de 16 de outubro de 1997. Nesse mesmo dia, Sulzberger Jr. foi eleito presidente do Conselho da The New York Times Company, mantendo ainda o cargo de *publisher* do jornal. Em 2000, foi eleito *publisher* do ano pela *Editor & Publisher Magazine*. Em março de 2002, a The New York Times Company era escolhida pelo segundo ano consecutivo como “a empresa norte-americana mais admirada pelo público” na revista *Fortune*.

No ano seguinte, porém, o *Times* enfrentaria um dos episódios mais difíceis de sua história, porque punha em dúvida seu grande ideal de ser o jornal em que o público poderia sempre confiar. Em 2003, o matutino reconhecia publicamente uma série de fraudes jornalísticas cometidas pelo repórter Jayson Blair.

No dia 11 de maio daquele ano, o *Times* publicou uma matéria detalhada relatando as fraudes que o jornalista, considerado internamente como um dos melhores da equipe de repórteres, cometera durante os quatro anos em que trabalhou no diário. Blair foi acusado de inventar histórias, plagiar textos de outras publicações e falsificar declarações de entrevistados. O repórter foi demitido e as 600 reportagens de sua autoria foram analisadas por uma equipe especial. Alguns dias depois, o jornal divulgava internamente um manual com novos procedimentos para evitar fraudes, elaborado em conjunto por editores e repórteres do diário.

O documento continha dez regras que visavam uma maior aproximação com o público leitor, uma cobertura mais completa do país e um esforço contínuo por parte de repórteres e editores no sentido de evitar os erros nas reportagens. O código previa que os editores e jornalistas se tornariam mais acessíveis aos leitores via e-mail e blog do jornal; as fontes deveriam ser pressionadas a fazer declarações em *on*; os documentos dos quais foram retirados dados para redigir uma reportagem seriam disponibilizados no site do *Times*; cada informação seria checada com as fontes antes e depois da publicação e seria desenvolvido um *software* que evitaria os plágios.

Algumas semanas depois, o editor-executivo Howell Raines e o editor-gerente Gerald Boyd renunciavam aos seus cargos. Ambos tinham grande prestígio no *Times*, mas a situação ficou insustentável diante das descobertas das fraudes de Blair. Tudo começou quando um jornal do Texas questionou se o repórter havia plagiado uma história sobre a família da recruta americana Jessica Lynch, então desaparecida no Iraque, seguida de uma investigação interna do *Times* para apurar o caso e culminando com demissões, reestruturação do código da redação, além do afastamento de outro repórter, Rick Bragg, ganhador do prêmio Pulitzer, que admitiu ter assinado uma reportagem como sendo sua, quando na verdade era de um *free-lancer*.

Finalizando as reações à grande crise de confiabilidade por que passou o jornal, em agosto de 2003, o *New York Times* criou o cargo de *ombudsman* como

um dos mecanismos contra fraudes e meio de aumentar a comunicação com os leitores.

A imparcialidade almejada pelo *Times* seria objeto de questionamento novamente um ano depois, com a reportagem sobre o presidente Lula e seu suposto hábito de beber demais. A matéria de Larry Rohter, como visto, acarretou debates acalorados em maior número no Brasil do que na redação do jornal norte-americano.

O *Times* que abominava as opiniões em suas reportagens e só se permitia publicar os fatos friamente cedeu lugar, ao longo dos anos, para uma técnica de reportagem menos standardizada e mais explicativa. Reportagens em que o jornalista vê o fato e analisa-o, fazendo conjecturas e montando quebra-cabeças para chegar a uma conclusão são agora mais freqüentes. De modo que, ler algumas reportagens atuais, como esta sobre o presidente Lula, nos leva a questionar o ideal de imparcialidade que o jornalismo do *Times* ainda carrega como bandeira.

A tentativa de traduzir a cultura de outro país na linguagem jornalística contemporânea se mostraria problemática novamente em 2005, ainda tendo Rohter como repórter e o Brasil como pauta. Em 13 de janeiro, o *Times* publicava “Beaches for the svelte, where the calories are showing”, na qual aparecia uma foto de supostas brasileiras obesas nas praias do Rio de Janeiro. O problema é que as mulheres retratadas eram turistas estrangeiras de férias no Brasil, conforme revelaria reportagem do jornal *O Globo*, de 27 de janeiro de 2005.

Apesar de ter se cercado de dados estatísticos e basear-se em resultados de pesquisas oficiais brasileiras, que à época revelou que o brasileiro sofria de uma epidemia de obesidade, a reportagem falhou ao não checar a veracidade do que estava sendo mostrado em sua imagem.

O jornal revelou como prática jornalística, ao menos nesta notícia, que dado o argumento inicial, era preciso encontrar dados que o comprovassem. O argumento inicial era a epidemia de obesidade. Os dados, a fotografia das mulheres obesas. Mas não foi checado se as banhistas eram realmente brasileiras. Rohter preferiu fazer os fatos caberem no argumento, e não o oposto, o que se espera de um jornalismo dito imparcial.

2.3

A objetividade é o meio, a imparcialidade é a meta

Brent Cunningham (2003), em artigo polêmico, afirma que a objetividade passou a ser um álibi para a imprensa norte-americana, na medida em que é usada como justificativa para a passividade dos jornalistas, que se transformaram em meros receptores de notícias, ao invés de analistas agressivos dos acontecimentos. E, justamente por ser um ideal tão contraditório, a americana *Society of Professional Journalist* decidiu abolir o termo, em 1996, de seu código de ética. O código também alterou o termo “*the truth*” por, simplesmente, “*truth*”.

Cunningham acrescenta que, ao mesmo tempo em que poucos admitem ser a objetividade um ideal alcançável, nos últimos anos, a imprensa vem sendo mais vigiada com relação a notícias que possam exprimir algum juízo de valor. Como resultado, a imprensa americana está hipersensível com relação a acusações de preconceito e vem reforçando o ideal de equilíbrio das produções noticiosas.

A objetividade tem persistido por algumas razões válidas, a mais importante delas é que nada melhor foi repostado em seu lugar. E uma grande quantidade de bons jornalistas acredita nela, ao menos, como um alvo necessário. A objetividade, ou a perseguição dela, nos separa do partidarismo sem freios encontrado na imprensa européia. Isso nos ajuda a tomar decisões rapidamente – nós somos observadores desinteressados afinal de contas – e isso nos protege das conseqüências do que nós escrevemos. Nós gostamos de pensar que isso sustenta nossa batalhada credibilidade, embora o ensurdecedor silêncio de muitas vítimas das fabricações de Jayson Blair pudesse dizer o contrário. E como nós nos rebaixamos a esta nova era do partidarismo, nossos leitores precisam, mais do que nunca, de reportagens fidedignas que contem a eles o que é verdade quando esta é conhecida, e os conduza tão perto da verdade quanto possível quando ela não é sabida⁹ (Cunningham, 2003).

Apresentar os dois lados da mesma questão não equivale à imparcialidade e, portanto, à confiabilidade. Jayson Blair redigia reportagens com formato tradicional, mas os fatos que cobria eram, em grande parte, criações suas.

⁹ Tradução minha. No original: “Objectivity has persisted for some valid reasons, the most important being that nothing better has replaced it. And plenty of good journalists believe in it, at least as a necessary goal. Objectivity, or the pursuit of it, separates us from the unbridled partisanship found in much of the European press. It helps us make decisions quickly - we are disinterested observers after all - and it protects us from the consequences of what we write. We'd like to think it buoys our embattled credibility, though the deafening silence of many victims of Jayson Blair's fabrications would argue otherwise. And as we descend into this new age of partisanship, our readers need, more than ever, reliable reporting that tells them what is true when that is knowable, and pushes as close to truth as possible when it is not.”

A objetividade no jornalismo tem, freqüentemente, um papel eminentemente prático, na medida em que fornece uma ferramenta para que o repórter lide melhor com as pressões de fechamento de edição e, especialmente, para que este se proteja de suas fontes e dos leitores. Todo o aparato que cerca a idéia de objetividade serve para que o profissional se abrigue contra as desconfianças daquelas fontes - especialmente as políticas e empresariais, que não lhe dariam informações caso suspeitassem de suas posições ideológicas pessoais - e também, para que se proteja das acusações de manipulação por parte do público leitor.

O formato estandardizado da notícia visando a objetividade é, portanto, multifuncional: dá o aval para uma reportagem ser publicada, já que mostra os dois lados da questão, mesmo não sendo crítica ou analítica; protege o repórter da acusação de ser partidário de alguma causa, e transfere a responsabilidade da tomada de posição para os entrevistados e o público leitor.

É preciso lembrar que o jornalismo como o compreendemos hoje é fruto de um ideal de jornalismo moderno, surgido no século XIX. Neste período, a consolidação dos ideais Iluministas, tais como o uso da razão, a individualidade e a emancipação do sujeito, trouxe consigo novos paradigmas para a atividade jornalística. A liberdade de expressão tornava-se então peça-chave do liberalismo político defendido pela burguesia nascente, nova força política e econômica. Aos poucos o jornalismo que predominava, de caráter opinativo e partidário, cedia lugar ao que se atém aos fatos.

A matriz informativa passa a ser o cerne da atividade, e seus princípios seriam construídos principalmente nos Estados Unidos, onde a base liberal-capitalista em algumas metrópoles como Nova York já se encontrava em pleno desenvolvimento. É justamente neste período que o jornalismo se firma sob o paradigma da objetividade, caracterizado pela separação entre fato e opinião.

O sistema econômico foi determinante na história do jornalismo, pois a imprensa moderna só pôde surgir quando a sociedade industrial atingiu determinado amadurecimento. A sociedade industrial permitiu que os impressos se financiassem com a publicidade. Além disso, os avanços tecnológicos na área da tipografia permitiram a produção de periódicos numa velocidade e com uma qualidade sem precedentes, tornando-os produtos próprios para o consumo em massa. Entretanto, uma invenção em particular, a máquina fotográfica, contribuiria para tornar o jornalismo uma atividade que pretendia ser o “espelho

do mundo”, e os jornalistas, as “lentes” da sociedade, reproduzindo em notícias a realidade cotidiana.

O positivismo e a fotografia transformarão os pensamentos dominantes até então, deixando marcas também no jornalismo moderno. O realismo fotográfico tornar-se-ia o farol orientador da prática jornalística e, como consequência, os fatos seriam por ela cultuados.

Portanto, a imprensa americana foi tomada pelo ideal de imparcialidade a partir do final do século XIX, no mesmo período em que as explicações religiosas do mundo cediam lugar às explicações científicas e empíricas. O próprio *New York Times* já declarava em 1896 este ideal como um valor que o distinguiu dos demais jornais. No entanto, de acordo com Schudson (1978), o princípio de objetividade no jornalismo americano só seria tomado como um paradigma no início do século XX, em função da cobertura jornalística da guerra e dos acontecimentos que a ela se sucederam.

Já no período seguinte à Primeira Guerra Mundial, o fortalecimento da figura do relações públicas e o legado deixado pela propaganda de guerra, começavam a minar a confiança que os jornalistas tinham nos fatos. Além disso, os episódios que se seguiram – a Grande Depressão e o *New Deal* foram alguns deles – tornaram imperativa a mudança de postura da imprensa com relação aos acontecimentos. Era preciso não só registrá-los, mas explicá-los, contextualizá-los e analisá-los. Daí a multiplicação das chamadas “*interpretative reporting*” no período.

Para Schudson, o conceito de objetividade no jornalismo americano não surgiu como negação da subjetividade, mas como reconhecimento de sua inevitabilidade. Ou seja, para lidar com os fatos enganosos é que o jornalismo desenvolveu um método, o da objetividade. Os jornalistas então substituíram uma fé cega nos fatos por uma fidelidade às regras rígidas da redação noticiosa.

Uma obra clássica do período, *Opinião Pública*, de Lippmann (1922), apontaria a crise da democracia ocidental no início do século XX como a crise também no jornalismo e, por isso, “enquanto a nossa mente se torna ainda mais consciente da sua própria subjetividade, encontramos um sabor especial no método objetivo” (Lippmann, 1922, p.256). Ou seja, para Lippmann, a solução dos males do jornalismo era a ciência e o método científico.

Nos anos de 1960, o conceito de objetividade no jornalismo seria posto à prova com o advento de movimentos decisivos como o macarthismo e a “caça às bruxas” nos Estados Unidos, além das guerras nas quais este país esteve envolvido, direta ou indiretamente.

O governo mente a respeito das esquadilhas espiãs U2, a respeito da crise do míssil cubano, e da Guerra do Vietnã, tudo isso lança em dúvida a habilidade do jornalismo “objetivo” em apreender qualquer coisa próxima da verdade. O Novo Jornalismo de Tom Wolfe e Norman Mailer foi, em parte, uma reação para o que muitos viam como falhas da reportagem tradicional. No Vietnã, muitos dos repórteres que cobriam as batalhas chegavam acreditando na objetividade e, eventualmente, percebiam que, se eles ficassem tempo bastante, tal aproximação não era suficiente¹⁰ (Cunningham, 2003).

Muitos correspondentes que cobriam a Guerra do Vietnã começaram a redigir reportagens que expressavam o ponto-de-vista do profissional que estava cobrindo os fatos, já que os discursos e pronunciamentos oficiais não se mostravam mais suficientes para explicar a complexidade do que ocorria na ocasião.

Mesmo sofrendo alterações ao longo dos anos, o conceito de objetividade permanece como uma norma implícita do jornalismo americano contemporâneo. Em 1999, uma pesquisa conduzida pelo *Pew Research Center*¹¹ apontou que 75% dos jornalistas e executivos de mídia nos Estados Unidos acreditam ser possível obter a verdade com precisão e uma explicação amplamente aceita sobre um evento. Mais de dois terços concordam que é plausível desenvolver um método sistemático de cobertura de eventos de uma forma desinteressada e justa, ou seja, imparcial. Em contrapartida, numa demonstração de que o conceito rígido de objetividade jornalística vem mudando ao longo dos anos, a pesquisa também aponta que mais de dois terços dos profissionais de jornais impressos nos Estados Unidos acreditam que dar uma interpretação das notícias é um dos princípios fundamentais da mídia contemporânea.

¹⁰ Tradução minha. No original: “Government lies about the U2 spy flights, the Cuban missile crisis, and the Vietnam War all cast doubt on the ability of “objective” journalism to get at anything close to the truth. The New Journalism of Tom Wolfe and Norman Mailer was in part a reaction to what many saw as the failings of mainstream reporting. In Vietnam, many of the beat reporters who arrived believing in objectivity eventually realized, if they stayed long enough, that such an approach wasn’t sufficient.”

¹¹ A pesquisa se divide em várias seções: “The Core Principles of Journalism” é a que me refiro aqui. Outras seções são: “Professional Values and Motivations”, “Views on Performance”, “Business and Public Pressures” e “The News and The New Media”, todas sobre a mídia americana. Disponível em: <<http://people-press.org/reports/display.php3?PageID=314>>.

Os motivos econômicos, de certa forma, concorrem para que a objetividade permaneça como um princípio da prática jornalística. Especialmente porque a velocidade da mídia eletrônica tornou o fator tempo um alibi para a permanência das notícias estandardizadas. Se o mundo está *on line*, a redação deve responder prontamente às suas demandas. Recorrer à fórmula do *lead*, da pirâmide invertida, do uso da terceira pessoa, das aspas de especialistas e da técnica de ouvir sempre os dois lados da contenda é um caminho que permite aos empresários de mídia garantir que seu veículo permaneça oferecendo, ao menos, o mesmo conteúdo que a concorrência. Além disso, as notícias padronizadas garantem, a princípio, que o veículo corre menos riscos de contestar o *status quo* e, portanto, menos riscos de perder anunciantes que, afinal, são os que sustentam a imprensa desde a chegada da *penny press*.

Schudson aponta três razões para que a objetividade tenha vingado como um ideal da prática jornalística. A primeira é econômica. Quanto menos partidários são os jornais, maior número de leitores atinge e, já que a prática jornalística deixou de ser uma produção artesanal para se tornar um negócio, vender mais exemplares significa também vender mais anúncios e viabilizar o jornalismo como empreendimento lucrativo.

Este movimento de amadurecimento econômico provocou também uma reestruturação profissional da atividade jornalística. O jornalista aos poucos se tornava um profissional com regras rígidas de comportamento e com novas atribuições sociais, entre elas, a de ter um compromisso expresso com a neutralidade.

A segunda razão apontada por Schudson é a existência, na época, de uma massa de leitores ávidos por notícias que espelhassem os fatos. As metrópoles se expandiam, a economia se fortalecia, e os empresários pretendiam anunciar nestes jornais ditos “neutros” para atrair mais consumidores. Tanto nos jornais mais sensacionalistas, como o *World* de Pulitzer, quanto nos mais sóbrios, como o *New York Times*, de Ochs.

A terceira razão seria a influência dos ideais Iluministas disseminados no meio social moderno, especialmente aqueles referentes ao uso da razão para a conquista de autonomia do indivíduo. Este, fazendo uso de sua razão, não teria mais que se satisfazer com explicações do mundo de natureza mítica ou divina. O indivíduo passava a ter a liberdade de decidir autonomamente suas orientações

políticas e isto tinha conseqüências diretas na forma que os jornalistas passarão a compreender a sua prática, bem como os novos critérios utilizados pelos leitores na compra de um jornal.

O programa Iluminista vai oferecer os pressupostos para o desenvolvimento do liberalismo econômico e político, que por sua vez se constituirá no modelo de organização social das sociedades ocidentais principalmente na Europa e nos Estados Unidos. O jornalismo vai, portanto, orientar-se conforme as diretrizes desse modelo de sociedade, democrático e capitalista. Os dilemas enfrentados pela instituição jornalística, contudo, estarão na raiz dessa sua origem, seja na inspiração Iluminista sobre a qual os parâmetros de verdade e relevância ganham fundamento à luz da razão, seja na inspiração liberal sobre a qual serão desenvolvidos os padrões éticos do jornalismo (Guerra, 2003).

Os dilemas enfrentados pela atividade jornalística são os mesmos dilemas enfrentados pelo modelo social que a abrigou, assim como pelo programa que em última instância a fundamentou, o Iluminismo.

Cunningham ressalta que a atual situação de pânico da imprensa americana em ser acusada de preconceituosa é sentida especialmente naquelas reportagens em que o objeto do qual se fala é o diferente, o outro. Como resultado, a imprensa vem evitando produzir reportagens deste tipo. Falar do outro, falar sobre aquele que tem uma outra perspectiva da sociedade sempre foi, segundo Cunningham, um desafio para o jornalismo. Para ele, a solução estaria numa diversidade das próprias redações americanas, que provocaria também a diversidade de pontos-de-vista, enriquecendo o jornalismo.

É sempre importante para os repórteres compreenderem suas inclinações, compreenderem o que são as narrativas aceitas, e trabalharem contra elas tanto quanto for possível. Isso poderia ser menos um problema se nossas redações fossem mais diversificadas – intelectualmente e sócio-economicamente, assim como com relação ao sexo, raça e etnia – mas ainda assim, seria uma luta. Há muitas opiniões passando-se como jornalismo nos dias de hoje, e isso não é, de forma alguma, uma tentativa de justificá-las. É exatamente o oposto. Nós precisamos de reportagens aprofundadas e realmente compreensíveis, mas nós também precisamos que os repórteres reconheçam tudo o que eles não conhecem, e não tentem mascarar esta insuficiência por trás de uma atitude polida, ou abafá-la com um rugido de assertivas super simplificadas¹² (Cunningham, 2003).

¹² Tradução minha. No original: “It is important, always, for reporters to understand their biases, to understand what the accepted narratives are, and to work against them as much as possible. This might be less of a problem if our newsrooms were more diverse - intellectually and socioeconomically as well as in gender, race, and ethnicity - but it would still be a struggle. There is too much easy opinion passing for journalism these days, and this is in no way an attempt to justify that. Quite the opposite. We need deep reporting and real understanding, but we also need

Guerra (2003) observa que o jornalismo passou pelas transformações que passou, e o modelo estabelecido desde então se tornou referência para todas as gerações posteriores, não apenas nos Estados Unidos, mas também em outros países, como o Brasil, porque encontrou respaldo junto a importantes setores da sociedade. Do mercado, que o constituiu como negócio lucrativo; da política, que assegurou as prerrogativas de funcionamento da atividade, como a garantia da liberdade de expressão e o repúdio à censura; dos próprios indivíduos, que se viam atendidos em suas expectativas. Mas qual seria o contrato elementar em torno do qual estes diferentes atores sociais depositam sua confiança?

Segundo Guerra, este contrato pode ser extraído do que ele considera a natureza do trabalho jornalístico: a mediação cognitiva entre os indivíduos e a realidade. O jornalismo se propõe como mediador e, como no período de seu amadurecimento, no final do século XIX, o que estava em voga eram os métodos científicos utilizados para encontrar a verdade, o que permaneceu foi a objetividade como forma de se chegar aos fatos. Ainda de acordo com suas argumentações, a mediação jornalística só é possível se baseada no factual e, portanto, a verdade se revela como um parâmetro de qualidade da informação. Somente a informação verdadeira seria capaz de materializar a mediação. E por isso, o trabalho jornalístico não poderia prescindir da objetividade, pois só assim estaria cumprindo com a tarefa que lhe é solicitada, ou seja, pôr os indivíduos em contato com o mundo.

O mesmo posicionamento com relação ao papel essencial da objetividade no jornalismo tem Nilson Lage. Segundo ele, no discurso noticioso os elementos de subjetividade não desaparecem, mas são reduzidos ao mínimo com o método de apuração e técnica de redação referenciais, direcionadas ao factual. Lage chega a considerar o jornalismo como ciência. A diferença é que, enquanto o jornalismo é um discurso de aparência, a ciência investiga as essências.

Em síntese, o Jornalismo, como ciência, pretende que a verdade objetiva exista e que é possível discorrer sobre ela; no entanto, não investiga essências e assume com frequência versões impostas pela ideologia, procurando preservar a inteireza dos fatos. Não trabalha, ao menos deliberadamente, sobre a forma da língua para

reporters to acknowledge all that they don't know, and not try to mask that shortcoming behind a gloss of attitude, or drown it in a roar of oversimplified assertions.”

aprofundar ou desvelar algo que relata, nem se baseia na intuição, experiência ou capacidade indutiva do autor para afirmações conclusivas (Lage, 2005, p.83).

Muniz Sodré ressalta, porém, que o código no jornalismo é fundamental especialmente porque torna legítimo o papel da notícia como conhecimento do tempo presente e como geradora de uma unidade narrativa que tranqüiliza o indivíduo inseguro das grandes cidades. Assim, toda notícia conteria potencialmente uma narrativa, cujo esquema é retórico. A notícia seria suscetível à moldagem pelo imaginário.

Vêm do *Manual da retórica* de Quintiliano, datado de dois mil anos atrás, as perguntas essenciais *quis, quid, ubi, quibus auxiliis, cur, quomodo, quando*. Depois, do versinho mnemônico (*Quis, quid, cur contra/Simile et paradigma testes*) da retórica monástica, que fornecia os elementos de rememoração de um acontecimento. Tudo isso transformou-se depois em “quem, o quê, como, quando, onde e por quê”, que o poeta inglês Rudyard Kipling assinalaria como seqüência germinal de toda narrativa e estrutura constante da notícia moderna.

Vê-se por aí que não tem muito sentido dizer que a lógica da imprensa no capitalismo seja a de ‘misturar coisas, desorganizar qualquer estrutura racional da realidade’. A notícia, enquanto narrativa e produto mais típico do jornalismo, implica uma conexão de fatos e, portanto, um certo tipo de organização racional da realidade (Sodré, 1997, p.135).

A “pirâmide invertida” do código jornalístico seria, portanto, na interpretação de Sodré, a concentração do texto noticioso em torno da velha fórmula retórica para reconstituição de um fato, em detrimento da opinião. No discurso noticioso, quem fala é um sujeito fixo que sempre anuncia algo, isto é, não argumenta nem opina, mas proclama que algo de novo se passou. Não é à toa que os dados básicos do fato que aparecem logo no primeiro parágrafo de uma notícia tem o nome de *lead*, palavra que significa “conduzir”, “guiar”.

Os fatos noticiosos resultariam de uma “negociação sócio-técnica com as fontes informativas” e funcionariam sempre como material de comprovação da objetividade jornalística. Se, por um lado, as transformações técnicas contribuíram para racionalizar a forma do texto noticioso, produzindo mais informações com o mínimo de custo possível, por outro, o mercado também privilegiou as notícias que continham um esforço de neutralidade.

Sodré ressalta, entretanto, que em decorrência da evolução tecnológica observada nos últimos anos, algumas diferenças podem ser observadas entre o que ele chama de “informação de significação”, reservada à imprensa escrita, e a

“informação de expressão”, que cabe ao meio audiovisual. Nesta última, as imagens tendem a ser mais verossímeis do que verdadeiras. Esta diferença entre imprensa audiovisual e tipográfica estaria obrigando a última a alterar suas estruturas de texto, incorporando antigas formas de narração.

Ocorreria, desta forma, no jornalismo impresso contemporâneo, o maior uso de comentários e recursos narrativos característicos de formas literárias tradicionais, apesar de manter a estrutura da “pirâmide invertida” e outras características que dão forma à almejada objetividade.

Expandem-se assim, ao lado da velha notícia direta (*hard news*) – em torno da qual surgiu toda uma mitologia da objetividade jornalística – a *notícia de criação*, que pode mesclar o texto estritamente informativo com a interpretação, às vezes trocando o empenho da verdade pelo da verossimilhança, experimentando novas formas de narração e linguagem.

Essas mudanças na estrutura do texto confluem para forma de “casos” onde se tornam viáveis formas mais literárias. Efetivamente, assim como o romance, (principalmente norte-americano), sempre se impregnou de elementos do texto jornalístico, este também se deixa cada vez mais influenciar pelo empenho “radiográfico” do romance, visando a dar imagem ao fato e comunicar ao leitor impressões e emoções no narrador (Sodré, 1997, p.148).

Alguns autores vão mais longe e tomam a posição extremamente oposta aos que acreditam ser possível a objetividade no jornalismo. Para estes autores, tais como Ciro Marcondes Filho, o jornalismo é uma forma de se realizar a luta pelo poder, não sendo, portanto, nem neutro nem objetivo. Como em qualquer outra atividade humana, a produção jornalística sofre o filtro de seus agentes.

Quem define o grau de objetividade é um certo consenso, conseguido no meio social em que circula a notícia. Por outro lado, os próprios critérios dessa objetividade variam também conforme o grupo social que tem posição de controle ou domínio no mercado de opiniões e que pode confrontar as notícias com seu quadro teórico-conceitual, com sua vivência, com suas informações anteriores e, assim, checar o índice de manipulação nelas contido (Marcondes Filho, 1993, p.130).

O conceito de verdade, segundo Marcondes Filho, seria interno aos paradigmas, existindo como confirmação dos postulados do conjunto explicativo maior. A verdade e a objetividade não passam de concordâncias com esquemas maiores que as englobam. Cada época seria governada por um paradigma dominante, em função do qual os dados, as informações e as opiniões são avaliados quanto ao seu grau de verdade. Mudando-se o sistema, muda-se

automaticamente todo o quadro legitimador. No momento atual de implosão de paradigmas, o próprio conceito de objetividade entra em crise; aceita-se, segundo o autor, a subjetividade, a imperfeição, a incompletude, a incapacidade de apreensão da coisa livre de preconceitos.

Acusar o jornalismo de manipulação é incorreto porque isto tem a ver com o debate lógico entre essência e aparência, real e falsificação. Essa era a discussão do passado, quando se acreditava nesses pares opostos da filosofia idealista clássica. Hoje, com a falência desse paradigma e a prática da absoluta criatividade jornalística, não se pode mais contestar a mutilação jornalística, já que o jornal não mutila nada, ele cria. É uma atividade ficcional e não se pode acusar uma ficção de deturpar o real. É apenas uma ficção.

O que de fato é curioso e interessante na atualidade é que a ficção é vivida pelas massas como pura realidade – e não somente nas telenovelas – e o não-ficcional, o positivismo dos dados, fatos e cifras só serve às tentativas de manipulação (Marcondes Filho, 1993, p.133).

Como se vê, qualquer tentativa de estudo no campo do jornalismo contemporâneo deve perpassar a questão dos pilares da objetividade e da imparcialidade. No entanto, é preciso levantar o histórico de pensamentos dicotômicos em torno da questão da prática jornalística com o objetivo de tentar livrar-nos deste determinismo e “resistir a esse princípio disjuntivo, que, no campo do jornalismo oferece à informação o sentido de objetividade e precisão e à comunicação a ordem impossível do subjetivo” (Resende, 2004, p.25).

É possível fazer emergir a diversidade de experiências no jornalismo, mudando as formas tradicionais de narrar os fatos? E é possível encontrar esta diversidade de experiências no jornalismo tradicional do *New York Times*, especialmente quando o objeto do qual se fala é o Brasil?