

“POR SI SÓ ESSE JORNAL SE ACABOU”:
jornalismo profissional, política e autoridade em tempos de “pós
verdade”¹

“ALL BY ITSELF THIS NEWSPAPER HAS FINISHED”:
professional journalism, politics and authority in the times of
"post truth"

André Bonsanto Dias ²

Resumo: O objetivo deste trabalho será o de apresentar possíveis brechas interpretativas para problematizar o estatuto de autoridade e da própria verdade proferida pelo chamado jornalismo profissional no Brasil, enquanto instituição. Tomando como panorama um embate recente travado entre o presidente Jair Bolsonaro e a Folha de S. Paulo, propomos perceber, - a partir de alguns pontuais discursos de autolegitimação do jornal e em análise sobre o tema -, como o jornalismo têm buscado historicamente se legitimar como um agente autorizado a proferir suas verdades frente à cena de representação política. Como atitudes deliberadas de um sujeito frente à sua própria história, as verdades que se inscrevem no jornalismo estão condicionadas a uma série de fatores que não se limitam à mera factualidade dos eventos relatados. É por isso que, acreditamos aqui, se faz necessário ir além daquilo que o jornalismo diz ser e representar para pensá-lo a partir de suas potencialidades discursivas, tão facilmente obscurecidas e aparentemente negligenciadas nestes tempos que se dizem incertos.

Palavras-Chave: Jornalismo. Política. Verdade.

Abstract: The objective of this work will be to present possible interpretative breaches to problematize the status of authority and of the truth itself uttered by the so called professional journalism in Brazil as an institution. Taking as a panorama a recent clash waged between president Jair Bolsonaro and Folha de S. Paulo, we propose to understand - from some specific discourses of self-legitimization of the newspaper and in analysis about the subject - how the journalism had historically sought to legitimize as an authorized agent to utter his truths facing to the political representation scene. As deliberate attitudes of a subject in front of its own history, the

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Jornalismo político do VIII Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (VIII COMPOLÍTICA), realizado na Universidade de Brasília (UnB), de 15 a 17 de maio de 2019.

² Bolsista de pós-doutoramento (PNPD/CAPES) junto ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais e Humanas da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN). Doutor em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense (UFF). E-mail: andrebonsanto@gmail.com

truths that are inscribed in the journalism are conditioned to a series of factors that are not limited to the mere factuality of the events reported. That is why, we believe, it is necessary to go beyond what journalism claims to be and represent to think of it from its discursive potentialities, so easily obscured and apparently neglected in these times that are said to be uncertain.

Keywords: Journalism. Politics. Truth.

Em entrevista ao Jornal Nacional o recém-eleito presidente da República, Jair Bolsonaro, questionado sobre seu posicionamento em relação à liberdade de imprensa - em virtude de pontuais embates travados com a *Folha de S. Paulo* – afirmou enfaticamente que “por si só esse jornal se acabou. Não tem prestígio mais nenhum.” A declaração de Bolsonaro, relacionando o jornal a um produtor deliberado de “fake news” com o intuito de deslegitimar sua então candidatura, fez com que William Bonner, editor-chefe do JN, interrompesse a entrevista para dar um breve testemunho. De acordo com ele, era preciso “ser justo com o lado de cá”, uma vez que “a *Folha* é um jornal sério, é um jornal que cumpre um papel importantíssimo na democracia brasileira, é um papel que a imprensa profissional brasileira desempenha e a *Folha* faz parte desse grupo.”³

Esta “gentileza” reconhecida por Bonner, afirmava a *Folha* em editorial no dia seguinte, evidenciava nada mais do que a reputação e credibilidade da empresa, “decantada ao longo de décadas de fidelidade ao cânone do jornalismo profissional”. O jornal, por fim, se posicionava de maneira bastante incisiva frente à “parvoíce” de Bolsonaro, que pretendia ameaçar a empresa com prováveis cortes de verbas publicitárias federais: “veículos como a *Folha* não deixarão de escrutinar o exercício do poder porque seus detentores de turno resolveram adotar a tática da intimidação. Jair Messias Bolsonaro não precisa aprender a lição. Basta que se acostume com o fato.”⁴

³ *Folha de S. Paulo*. Esse jornal se acabou, diz Bolsonaro ao Jornal Nacional sobre a *Folha*. Disponível em: www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/esse-jornal-se-acabou-diz-bolsonaro-ao-jornal-nacional-sobre-a-folha.shtml Acesso em: 25 de fevereiro de 2019.

⁴ *Folha de S. Paulo*. Opinião. Acostume-se. Disponível em: www1.folha.uol.com.br/opiniaao/2018/10/acostume-se.shtml Acesso em: 25 de fevereiro de 2019.

A postura de Bolsonaro em relação à *Folha* preocupou uma série de entidades representativas do jornalismo e dos direitos humanos – dentre elas, a Associação Nacional de Jornais (ANJ), a Associação Brasileira de Imprensa (ABI) e a Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ) – evidenciando como este “discurso anti-imprensa” ajudava a alimentar um “confronto contraproducente para a democracia.”⁵ Além disso, o jornal aproveitou a oportunidade para noticiar uma “campanha espontânea” protagonizada por seus leitores em defesa do jornal, citando uma série de depoimentos oriundos das redes sociais, como o de “Priscas”, em seu perfil do twitter: “Amanhã mesmo vou assinar a Folha. Façam isso. Alguém tem que continuar fazendo jornalismo de verdade neste país.”⁶

Não à toa, o mês de outubro de 2018 foi celebrado pela *Folha* como o período em que a empresa batera seu recorde de leitura digital, com um total de 64 milhões de acessos em sua página, em decorrência da ampla cobertura realizada nas últimas eleições presidenciais.⁷ Dias após, o jornal iniciou uma nova campanha publicitária, agora não espontânea, com uma série de banners em seu site principal: “jornalismo profissional é a melhor defesa da democracia”; “sem liberdade de imprensa não tem democracia”; “democracia acima de tudo”, eram as chamadas que incitavam seus leitores a assinar o jornal “mais influente” do Brasil,⁸ circunscrevendo de forma clara sob qual “cânone” estaria, em tese, decantada a imagem da sua empresa.

⁵ *Folha de S. Paulo*. Declaração de Bolsonaro sobre a Folha preocupa organizações de jornalistas e de direitos humanos. Disponível em: www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/declaracao-de-bolsonaro-sobre-a-folha-preocupa-associacoes-de-jornalistas.shtml Acesso em: 25 de fevereiro de 2019.

⁶ *Folha de S. Paulo*. Ataques de Bolsonaro à Folha geram campanha espontânea de defesa do jornal. Disponível em: www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/ataques-de-bolsonaro-a-folha-geram-campanha-virtual-de-defesa-do-jornal.shtml Era este também o momento em que, segundo a própria *Folha*, o jornal Acesso em: 25 de fevereiro de 2019.

⁷ *Folha de S. Paulo*. Folha bate recorde com 64 milhões de visitantes em outubro. Disponível em: www1.folha.uol.com.br/poder/2018/11/folha-bate-recorde-com-64-milhoes-de-visitantes-em-outubro.shtml Acesso em: 25 de fevereiro de 2019.

⁸ Disponível em: <https://secure.folha.com.br/folha> Acesso em: 25 de fevereiro de 2019.

Partindo deste breve panorama, o que buscamos aqui será problematizar como o chamado “jornalismo profissional” no Brasil, nos atendo especificamente ao caso da *Folha de S. Paulo*, vêm procurando circunscrever uma série de premissas que, ao menos discursivamente, acabaram por legitimar suas práticas e a autoridade da instituição que as profere. Ao se dizer autorizado a portar tais discursos, o que faz o jornalismo é imputar certas capacidades sob as quais estariam constituídas as suas “verdades”, delineando assim o papel que deveria assumir frente a cena de representação política.

Fato é que a legitimação deste “cânone” vem sofrendo incisivos questionamentos por uma série de novos atores que emergem desta conjuntura, evidenciando uma suposta crise que se potencializa com o advento da dita era da “pós verdade”. Paradoxalmente, é possível perceber como o jornalismo procura se beneficiar dela para fortalecer sua própria imagem e instituição. O jornalismo profissional, neste sentido, parece necessitar das “falsas” notícias para atestar a legitimidade de suas verdades, como se as “fake news” fossem o vírus a ser colocado na vacina para a cura de sua própria doença.

Para além de uma discussão sobre ética e/ou deontologia jornalística, nossa proposta se dará em perceber como este processo de institucionalização – e os discursos que dele emergem - são apropriados como “atitudes” de um sujeito frente à sua própria história, com o intuito de (auto)legitimar seu reconhecimento ao longo do tempo. De caráter ainda indiciário, este trabalho procura tensionar o estatuto da “verdade” sob o qual diz estar estabelecido o discurso jornalístico, historicizando um percurso que não se limita a uma mera descrição factual entre palavras e coisas. Postura crucial, ao nosso ver, para que avancemos nas discussões sobre o papel do jornalismo e suas práticas em tempos tão incertos de uma fragilizada democracia.

1. O jornalismo e seu engajamento existencial: uma razão de ser e se reconhecer

Não é de hoje que os campos do jornalismo e da política têm travado calorosos embates, confrontando, ambos, a legitimidade de seus exercícios do

poder. A própria *Folha* já esteve envolvida em casos paradigmáticos, quando, para nos atermos a apenas um exemplo, sua redação fora invadida pela Polícia Federal, em março de 1990, sob o pretexto de que emitiria faturas ilegais feitas em cruzados novos. Àquele momento, o jornal encarou a invasão como uma clara tentativa de intimidação do então presidente eleito Fernando Collor, uma vez que ela teria sido a única empresa como alvo deste tipo de investigação. De acordo com editorial publicado na ocasião, aquele “ato estúpido e ilegal” da polícia configurava uma “escalada fascista” e a audácia de um “prepotente e tirano” presidente, evidenciando “sinais inequívocos, alarmantes e inaceitáveis de uma aventura totalitária. Não se agrediu um jornal, agrediu-se a democracia.”⁹

Em momentos de crise como este, o jornalismo profissional brasileiro parece sempre querer demarcar espaços de competência específicos, atuando como uma espécie de arauto da legalidade democrática. Ao assumir um tipo particular de “poder moderador”, este jornalismo acabou historicamente por se vincular a um agente autorizado que atuaria sob os auspícios de um “outro” quarto poder. (ALBUQUERQUE, 2000) A saber, aquele que reivindica para si o papel de intérprete dos interesses nacionais, agindo como um ator “meta político”, - pois mero fiscalizador, neutro e imparcial dos acontecimentos que relata – ao mesmo tempo em que, paradoxalmente, acabaria por orientar as instituições a se portar de maneira “correta” em prol de um determinado bem comum e do suposto interesse (de seu) público.

⁹ (Folha de S. Paulo. *A escalada fascista*, ano 70, nº 22.270, 24 de março de 1990.) Os embates ainda se desenrolariam até o final daquele ano, quando o jornal publicou supostos contratos ilegais envolvendo o governo do presidente com agências de publicidade. Collor, ao invés de se manifestar, resolvera processar o jornal. A *Folha*, em resposta, publicou em 25 de abril de 1991 um longo editorial assinado por Otávio Frias Filho, ocupando metade da capa da edição. Em uma “carta aberta ao Sr. Presidente da República” afirmava que, após Collor ter “violado a constituição”, “humilhado o Congresso” e ter “jogado o país numa recessão profunda”, resolvera “vestir a pele de cordeiro” sintoma evidente de sua impotência política: “Depois de vinte anos de uma ditadura que se dizia feita em nome de ideais democráticos - essa foi, aliás, a sua escola - não creio que a opinião pública esteja inclinada a tolerar uma democracia de fachada.” (FRIAS FILHO, Otávio. Carta aberta ao sr. presidente da República. *Folha de S. Paulo*, ano 71, nº 22.667, 25 de abril de 1991) Para mais análises sobre o período, consultar Conti (1999), Lattman-Weltman (et al.) (1994) e Pilagallo (2012).

Exercendo um compromisso que vai além da mera busca de uma verdade dos fatos, este jornalismo, portanto, parece exercer um papel muito mais ativo na sociedade, sendo capaz de intervir diretamente na vida política da nação. Se os governos e seus “detentores de turno” são, em uma democracia, constantemente alterados, o jornalismo e seu cânone profissional, decantado há décadas por uma tradição aparentemente incontestada, deve seguir firme exercendo seu papel para o melhor funcionamento do regime. É este um fato que todos deveriam se acostumar, como fez questão de enfatizar a *Folha* em editorial acima citado.

Quando o jornalismo lhe (auto)atribui essa legitimidade, invocando capacidades e construindo uma imagem de como deveria se portar e, acima de tudo, ser identificado, o que ele pretende é justamente circunscrever a autoridade de uma instituição que, historicamente, tem buscado esferas de reconhecimento específicas junto a seus mais diversos públicos. Este processo é atrelado às próprias histórias que dele se conta e que inscrevem tradições, ideais e modelos do que de fato seria o “bom” e o “verdadeiro” jornalismo a ser praticado por seus pares, delineando assim um campo específico de atuação.

Como um *ismo* dotado de sistemas de crença e prerrogativas o jornalismo, enquanto instituição, disciplina e prática discursiva, se estabeleceu historicamente a partir da configuração de certos “termos de conveniência” que, com o tempo, acabaram por se instituir como normas prescritas. (NERONE, 2009; 2012) Estas normas, no entanto, não estariam ligadas a um valor epistemológico formal, mas a “atos de colonização” que atuariam com o intuito de diferenciar o “verdadeiro” jornalismo daquele feito por “bárbaros” ou amadores. A profissionalização do jornalismo, neste caso, atuaria como uma importante estratégia para proteger as organizações de notícia e sua instituição. (NERONE, 2013)¹⁰

¹⁰ Como bem aponta Nerone (2012), no entanto, as normas idealizadas de um padrão de jornalismo “moderno ocidental”, aquele sob o qual, em tese, o jornalismo profissional brasileiro se espelha institucionalmente, não descrevem de fato o que o jornalismo é ou o que seus jornalistas fazem, já que elas funcionam apenas como idealizações para pensar como “agentes perfeitos” deveriam agir em “situações perfeitas”.

Ainda que não seja nossa preocupação perceber como se deu esse processo discursivo de modernização do jornalismo profissional no Brasil¹¹, nos interessa pontuar que é a partir de um “sistema de representação de si” (BENETTI e HAGEN, 2010) que o jornalismo acaba por atrelar uma imagem própria do que seria sua prática, seus valores e premissas. É esta imagem, projetada em discursos de autolegitimação, a responsável por reafirmar e legitimar crenças, delimitando assim a condição de identidade dos jornais e do seu jornalismo como instituição portadora de uma “verdade” digna de ser reconhecida como tal. Uma imagem que, é importante novamente frisar, constrói uma representação da instituição e não necessariamente a realidade do fazer jornalístico. Como uma imagem, no entanto, ela é um poderoso instrumento para cristalizar identidades e, conseqüentemente, legitimar a autoridade do jornalismo. (DIAS, 2018)

Devemos nos preocupar, portanto, em pensar estas imagens como discursos que se configuram a partir de enunciados verticais, já que muitas vezes portadores de uma narrativa universal que atua como “estratégias de defesa” (LOPES, 2007) e/ou “rituais estratégicos” (TUCHMAN, 1993) para blindar a instituição e suas práticas. Dentro deste panorama, noções como as de “fato”, “verdade” e “realidade”, por exemplo, passam a assumir aquilo que Zelizer (2004) definiu como “god terms”, conceitos incontestes que passam a legitimar uma prática a ser seguida e compartilhada.

Nos momentos em que o jornalismo passa a ser ameaçado por sua frágil e controversa apresentação dos fatos, em uma realidade que se mostra muito mais complexa, invocar rituais como os da objetividade e da verdade factual tornam-se necessários para reforçar as imagens da instituição. Assim, os jornais parecem agir, como bem nos remonta Tuchman (1993, p. 75) em sua célebre passagem, “quase do mesmo modo que um camponês mediterrâneo põe um colar de alhos à volta do pescoço para afastar os espíritos malignos.”

É por isso que precisamos estar atentos ao alerta de Cornu (1999, p. 116): a aparente unanimidade destes discursos nos é muitas vezes enganadora. A verdade,

¹¹ Para isso, indicamos algumas leituras sob as quais compactuamos, dentre elas as análises de Albuquerque (2008; 2010), Barbosa (2007), Dias (2018), Jácome (2017) e Ribeiro (2007).

por exemplo, “nunca é absoluta na sua expressão jornalística. [...] [ela tem] as marcas da ideologia, da política, da história.” Os discursos de autolegitimação do jornalismo devem ser encarados, portanto, em sua historicidade, já que muitas dessas imagens emanam certo ar “essencialista”, procurando atuar como receituários daquilo que de fato o jornalismo “deveria ser” (JÁCOME, 2014, p. 56). Estes receituários negariam a multiplicidade constituinte do próprio jornalismo, o vinculando a um tipo ideal, portador de um “modo de ser permanente”, imutável, que se refletiria nos discursos de uma instituição baseada na isenção, na independência, no profissionalismo, no compromisso com a democracia, no interesse público e etc.

Seguindo a premissa de Berger e Luckmann (2003) acreditamos que um processo de institucionalização não pode ser criado de forma instantânea, mas construído “no curso de uma história compartilhada”. Instituições implicam historicidade e controle, já que são produto da ação de seus agentes no, com e pelo tempo. Desta forma, não é possível compreender e analisar uma instituição sem nos atermos ao processo histórico em que esta foi construída e aos mecanismos e sanções que dela emergem e se (re)produzem. Para que perdure no tempo como tradição a institucionalização demanda, portanto, um constante processo de legitimação, fazendo com que determinada realidade possa ser explicada e justificada, propiciando a seus membros certo conhecimento sobre ela. Este conhecimento é o que vai constituir a “dinâmica motivadora da conduta institucionalizada”, definindo os papéis que devem ou não ser desempenhados na e pela instituição. Assume assim um papel de controle que se dá pela figura de um “corpo de verdade” universal e objetivamente válida a agir sobre a realidade que estas instituições estão inseridas. (BERGER e LUCKMANN, 2003, p. 93)

Aqui é importante frisar que este “corpo de verdade” está inserido na instituição e seus discursos a partir de um regime de crença que, ao construir com seu público um acordo tácito baseado na confiança e na credibilidade, capacitaria o jornalismo para atuar como uma espécie de “sistema perito” da sociedade. (MIGUEL, 1999) Desta forma, acredita Waisbord (2006), a “expectativa social de desempenho” depositada no jornalismo seria mais importante, em tese, do que o seu próprio desempenho em si. Se eu acredito, enquanto leitor, que o jornalismo

busca responder a certas expectativas que me foram demandadas eu deposito nele esta confiança e, portanto, acabo por alimentar sua credibilidade, legitimidade e autoridade.

Só podemos pensar em crença e legitimidade, portanto, quando discursos de autolegitimação são partilhados pela própria instituição, em constante diálogo com seus públicos. Este discurso, um conjunto de normas e valores posicionados em um campo de atuação específico, não pode ser caracterizado estritamente como uma “teoria”, conforme afirma Wilson Gomes (2009), já que não está diretamente preocupado em desenvolver mecanismos de prova parecidos com os do discurso científico, por exemplo. Mas, para além de um discurso científico, ele pretende promover um “engajamento existencial”, oferecendo “motivações, explicações e razões de ser, orientando a existência e as suas decisões, ordenando e hierarquizando os valores adotados pelos indivíduos, estabelecendo e justificando vocações.” (GOMES, 2009, p. 67)

Este discurso, ao produzir convicções comuns ao grupo, criando mitos e a própria ideologia da instituição, pretende consolidar uma imagem a ser reconhecida pelos seus mais diversos públicos, produzindo uma imagem sobre aquilo que de fato diz ser e representar. Assim, estamos falando de um discurso de autolegitimação que, além de buscar definir uma identidade, “cumpre a decisiva tarefa de convencer a todos que o jornalismo é uma instituição importante, preciosa e necessária para toda a sociedade.” (GOMES, 2009, p. 68) A legitimidade da instituição jornalística está calcada neste sentido em sua função social, ou seja, no papel que ela cumpre dentro de determinada sociedade e que se fundamenta na tentativa de que estes valores sejam socialmente reconhecidos em sua função moral.

2. Do jornalismo “oportunista” ao “crítico, plural e apartidário”: uma mudança que permanece a mesma?

Não temos a pretensão de analisar o processo de institucionalização do chamado jornalismo profissional no Brasil, conforme já afirmamos. A proposta aqui é a de apenas perceber sob que premissas se sustentam esses discursos da/sobre a

institucionalização do campo para que possamos diagnosticar possíveis brechas interpretativas frente ao contexto delineado na introdução deste trabalho. Afinal, nos interessa problematizar a pretensão de legitimidade da própria instituição jornalística para discorrer não sobre o que de fato ela é, mas como pretende se *fazer reconhecida* historicamente. Por isso nos basta pontuar que seu discurso procura atrelar-se, de início, a uma imagem que se diz portadora de relatos autorizados da modernidade, tentando se firmar como um ator legítimo na busca pelo reconhecimento daquilo que acontece no mundo. A partir de meados do século XIX, quando uma concepção liberal de democracia e a mudança estrutural de uma “esfera pública” (HABERMAS, 2014) garantem à imprensa um espaço na sociedade para instituir junto ao público seu direito à “opinião”, o jornalismo começa a se (a)firmar como uma importante arena de discussão pública no seu papel de mediador da moderna sociedade capitalista.

É neste momento que começa a se legitimar discursivamente as narrativas de uma instituição que se dizia capaz de outorgar e articular “verdades” sobre uma realidade que se constituía cotidianamente. Um dos principais ingredientes para a emancipação de um campo específico destinado ao jornalismo é a emergência e consolidação de preceitos fundamentais da democracia, como a liberdade de expressão e de opinião. Jornalismo e democracia passam a partilhar de uma relação quase que simbiótica que dá ao campo legitimidade para exercer seu papel social. Há a partir de então a consolidação de dois polos que fundamentam a profissão: um “ideológico” onde o jornalismo se define como um serviço público que orienta os cidadãos a agir em uma democracia, além de defender seus interesses e os abusos de poder do Estado; e outro de caráter “mercadológico”, que define seu produto, a informação como notícia. (TRAQUINA, 2005)

Sua legitimidade começa a se dar, no campo ideológico, quando a instituição passa a assumir um poder de oposição em relação ao poder político. A ideia de uma opinião pública emancipada pela imprensa, que luta em prol da liberdade e contra poderes despóticos e a censura garantem ao jornalismo a reivindicação de um monopólio de saber específico. E como agente que diz fornecer uma visão mais “real” daquilo que acontece no mundo, o jornalismo passa a se firmar, aos poucos,

como aquela instituição que está cada vez mais no campo do saber, da informação, e não mais estritamente no da política. De acordo com Traquina (2005, p. 34), a emergência da notícia como mercadoria faz nascer uma série de valores que ainda hoje são identificados à ideia do que de fato seria este jornalismo profissional, como “a procura da verdade”, a “independência” e a “objetividade”. Mas, para além de informar o cidadão, este jornalismo vai mitologicamente assumindo-se como um “fiscalizador”, que o define como guardião do cidadão contra o governo em seu papel de agente moderno na democracia.

É com a ideia de um jornalismo como “quarto poder” que a instituição passa a circunscrever certa autonomia em seu campo de poder político e, ao mesmo tempo, legitimar sua profissão enquanto um negócio rentável, uma vez que pretende se fazer credível perante seus públicos. A imprensa praticante do dito jornalismo profissional busca se ancorar assim sob uma série de argumentos provenientes das teorias democráticas, da opinião pública e da filosofia liberal para legitimar a ideia de que, além de porta-vozes autônomos para o esclarecimento do cidadão, estariam também os protegendo e fiscalizando, quase como que uma autoridade eleita pelo povo, seu leitorado. Assim, a liberdade de imprensa passa a ser exercida como um poder, uma espécie de “contra poder” balanceador, que acaba por conquistar um lugar mítico na instituição jornalística. (ALBUQUERQUE, 2000)

Neste panorama, de acordo com a pesquisadora Sylvia Moretzsohn (2007), a própria ideia do “quarto poder” se inscreve na instituição jornalística como forma de garantir legitimidade aos seus discursos, nos evidenciado, segundo ela, uma aparente contradição. Isso porque o jornalismo, como uma aparente forma de conhecimento que historicamente se justifica por seu ideal iluminista de esclarecer os cidadãos, estaria traindo seus preceitos se apenas se limitasse ao mero relato destes fatos. Este procedimento ocultaria as intencionalidades da própria atividade jornalística, resultando naquilo que a autora definiria como um “jornalismo de mãos limpas”, já que caberia à imprensa, como guardiã da democracia, apenas relatar os fatos e os acontecimentos e, ao jornalista, o papel de atuar como “mensageiro” daquilo que aconteceu, isentando-se da responsabilidade sobre o produto que produziu.

A ideologia da transparência pública que envolve a concepção moderna do jornalismo, baseada na ideia de um discurso que se diz esclarecido e pautado pelas exigências de um livre mercado, colocaria assim a imprensa como porta-voz autorizada de uma crescente sociedade liberal e civil. Mas esta premissa da liberdade de expressão atrelada a seus discursos vem carregada também de certos “recursos mitológicos” que Muniz Sodré (2009, p. 12) entende como sendo uma “narrativa sobre si mesma como entidade mítica que administra a verdade dos fatos sociais”. Foi assim que, acredita o autor, a imprensa pôde reconhecer-se como uma “obra do espírito objetivo moderno”, constituindo seu “fundo ético-político” que o distanciava cada vez mais sua da fase artesanal e publicista. Interessante perceber que desde então o jornalismo passa a discursivamente se circunscrever, de um lado, à pretensa defesa nos interesses do cidadão (o “polo ideológico”) e, de outro, à de seus próprios interesses técnicos e empresariais (o “polo mercadológico”), o que nos mostra que a constante busca por uma “transparência discursiva ou ideológica, mas apoiada nas opacidades de seu próprio mito, é a ambivalência constitutiva do jornalismo.” (SODRÉ, 2009, p. 13) Assumir esse caráter de portador do discurso do “real” pela notícia daria margem – ainda segundo Sodré (2009) - à construção de um mito da neutralidade do jornalismo moderno, onde a instituição acabaria por encobrir os jogos de poder que presidem a constituição de seus próprios relatos.

É interessante perceber, por exemplo, como forma de um breve exercício interpretativo, sob que termos a edição de estreia da *Folha da Noite*, primeiro empreendimento do Grupo Folha, publicada em 19 de fevereiro de 1921, apresentava a seus leitores os princípios editoriais de seu jornalismo: seu programa seria baseado em um jornalismo “oportunista” e “incoerente”, já que buscava alcançar o – sempre incerto e inconstante – interesse público. Praticar a “incoerência”, explicava o jornal, seria caminhar junto ao seu leitorado de forma mutável e de acordo com as conjunturas, baseando-se na “vontade de acertar”, mas levando em conta a “fallibilidade humana”: “Outros querem ver nisso irresolução, versatilidade, incoherencia. Seja como fôr, não abriremos mão de um direito que nos

cabe. Sempre ao lado do povo, ou melhor, da nossa Pátria; oportunismo - eis o nosso programma.”¹²

Aos olhos de hoje este programa talvez possa nos causar certo estranhamento, isso porque ele parece tornar explícita a nem sempre tão aparente e paradoxal ambivalência constituinte do discurso jornalístico, sustentada por dois polos antagônicos e muitas vezes conflituosos. Afinal, o “oportunismo” constitui-se aqui como premissa fundamental de um jornalismo que, em tese, sempre se definiu pela ambiguidade. Entre o público, seus interesses e uma leitura objetiva e distanciada da realidade há sempre uma “vontade de acertar” que não deixar de ser, por si só, “incoerente”.

Quase duas décadas depois, quando a *Folha* passa a assumir-se sob nova gestão, no início de 1945, seus então diretores afirmavam que o novo grupo adquiriu a empresa com o propósito de “propugnar pelos interesses da lavoura e da pecuária, através de um amplo programa de defesa de ambas as classes, que enfrentam, no momento atual, sérias dificuldades”. Ainda assim, deixavam claro que seguiriam a “velha tradição de imparcialidade” do jornal, lutando por ideais e princípios e não em defesa de determinado partido político: “Imparciais na apreciação e julgamento dos acontecimentos, será escusado esclarecer que defenderão, intransigentemente, o regime democrático, em perfeita consonância com a índole e os sentimentos brasileiros.”¹³

A ideia de que é possível defender interesses, ao mesmo tempo em que se pretende seguir uma “tradição de imparcialidade” é evidente na trama discursiva destes discursos de autolegitimação do jornalismo profissional. E como isto seria possível? Se afastando estritamente da política partidária, defendendo causas e ideais, a democracia e seus princípios, apenas. Esta noção, de que jornalismo se faz

¹² O NOSSO PROGRAMMA. *Folha da Noite*, anno I, n. I, p. 1, 19 de fevereiro de 1921.

¹³ (Alcides Ribeiro Meirelles. Empresa Folha da Manhã Ltda. *Folha da Manhã*, ano XX, p. 1, 10 de março de 1945) Em 1948, quando o jornal lança seu “Programa de Ação”, projeto pioneiro para explicitar como conduzir sua prática noticiosa, afirmava com veemência que noticiaria tudo “de maneira objetiva, para que suas páginas espelhem fielmente os fatos. Não os inventam, não os omitem, não os alteram, para servir a quaisquer propósitos ocultos, sejam religiosos, políticos, econômicos ou sociais. Sejam bons ou maus, agradem ou não a quem quer que seja, os fatos aparecerão sempre nas “Folhas”. (Programa de Ação das Folhas. *Folha da Manhã*, ano XXIII, nº 7422, p. 6, 13 de junho de 1948.)

com intencionalidades e, ao mesmo tempo, com isenção, denota mais uma vez como o “engajamento existencial” deste jornalismo está sempre permeado de ambiguidades. Há sempre uma “verdade” intrínseca à prática jornalística que se escora entre fatos e opiniões e que torna a sua constituição um tanto quando paradoxal.

Se observarmos, para nos atermos a mais um exemplo, como a *Folha* se apresentava a seu leitorado em outra mudança de gestão, agora nos anos 1960, com a entrada da família Frias e Caldeira à direção do jornal, poderemos observar como este discurso, ainda que atravessando suas particularidades conjunturais, se apresentava em tese sob as mesmas premissas. O jornal, que agora se proclamava “a serviço do Brasil”, assumia que a nova direção “nada modificará a linha de conduta que ele vinha seguindo há perto de duas décadas”, uma vez que:

A diretoria que acaba de demitir-se tinha dois princípios transformados em verdadeira profissão de fé: informar com objetividade e opinar com independência. A nova apressa-se em assumir, de público, o compromisso de não se afastar dessa linha. Os leitores que prestigiaram a FOLHA ao longo destes últimos anos, e que lhe permitiram alcançar a posição de destaque em que hoje se encontra, podem ficar seguros de que continuarão a encontrar em nossas páginas a informação veraz, objetiva, fidedigna, com o seu destaque condicionado apenas ao interesse jornalístico de que se reveste.¹⁴

O novo grupo, que já podia se vangloriar de herdar um cânone decantado pela tradição, fazia questão de publicizar a conduta que não iria medir esforços para preservar. Uma imagem que parece mudar, mas “permanece a mesma” (Jacomé, 2017) já que, conforme problematizamos acima, toda instituição necessita constantemente reforçar seus valores, definir-se como portadora de atributos e capacidades específicas para legitimar sua autoridade no, com e pelo tempo. Era este o “verdadeiro” jornalismo sob o qual se definia a *Folha* e que a nova geração se dizia capaz de praticar: objetivo, independente, apartidário, fiel aos fatos e condicionado única e exclusivamente aos interesses (de seu) público.

Este posicionamento se torna ainda mais evidente no momento em que a empresa lança seu “Projeto Folha”, considerado um marco - processo quase

¹⁴ A serviço do Brasil. *Folha de S. Paulo*, ano XLII, nº 12.112, p. 01, 14 de agosto de 1962.

revolucionário, de rupturas radicais - nos modos de se pensar e fazer jornalismo no país.¹⁵ Esta nova postura começava a se delinear já no início dos anos 1980, quando o jornal firmava alguns “passos que é preciso dar” e, com isso, assumia para a si a responsabilidade de criar convicções próprias sobre os fatos e seus problemas. São elas, afirmava, quem transformavam o jornal “em um ser ativo, com uma identidade visível e um certo papel a desempenhar”, fundamentais para cimentar os laços de credibilidade junto a seu público.¹⁶

Estas convicções, no entanto, deveriam estar condicionadas ao cânone da profissão que, em seu novo projeto editorial, passava a definir-se sob um jornalismo “crítico, plural, apartidário e moderno”, imagem que, em linhas gerais, o jornalismo da *Folha* sempre pretendeu se identificar. Um jornalismo que mantém-se, em tese, orientado sob as mesmas bases que separam a notícia da opinião, em sua constante busca por uma aproximação mais “correta” dos acontecimentos. Um jornalismo que procura, portanto, ir além do mero relato dos fatos, que o expõe à crítica, fazendo com que a verdade possa emergir pela exposição dos diferentes pontos de vista. Desta forma, explicitava a *Folha*, um jornal crítico, por mais que pluralista e apartidário, não poderia jamais atuar de maneira “neutra” ou “isenta”, pois deveria, quando julgar necessário, posicionar-se. Deve ser “moderno” colocando em pauta novos debates, novas tendências, formar uma opinião pública esclarecida e atuante. As discordâncias e “polêmicas” que corram soltas, isso tornaria inclusive o próprio nome do jornal mais visível. Caberia ao leitor decidir em que/quem acreditar, até porque pretendia o jornal construir estes pontos de vista na “proporção mais exata possível”, garantindo assim a veracidade de suas informações.¹⁷

¹⁵ Para uma leitura detalhada do projeto, sob a ótica do próprio jornal, consultar Silva (2005).

¹⁶ FOLHA DE S. PAULO. *Projeto Editorial 1981*. A Folha e alguns passos que é preciso dar. Um tipo de jornal. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/institucional/projeto-1981.shtml> Acesso em: 12 de março de 2019.

¹⁷ FOLHA DE S. PAULO. *Projeto Editorial 1984*. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/institucional/projeto-1984-2.shtml> Acesso em: 12 de março de 2019.

Podemos afirmar com isso que o processo de institucionalização de um cânone moderno do que seria o jornalismo profissional praticado pela empresa está condicionado a categorias totalizantes de autolegitimação que acabam por simplificar ou até mesmo congelar seu processo de historicidade, retroalimentando-se constantemente a partir das mesmas premissas e valores. Estes discursos, ao pretender definir o jornalismo por ele mesmo, acabam por se (re)afirmar a partir de um mesmo ideal e/ou modelo a ser seguido, por mais que dele sempre se demande novos espaços de experiência e horizontes de expectativas. (Jacomé, 2007)

Partindo de uma espécie de “realismo ingênuo”, o jornalismo estabelece para si a estrutura paradigmática de um discurso verdadeiro fundamentando sua deontologia basicamente sob o princípio da fidelidade aos fatos, ainda que o expondo às suas devidas críticas. Ao basear-se sob a premissa de que atuaria como uma espécie de “juízo oracular” que revela as coisas em sua essência, o jornalismo cria assim seus próprios papéis, uma imagem particular para reforçar e sacralizar seus ritos. Isso porque, em seu processo de autolegitimação, se torna fundamental “justificar sua função social como preciosa e insubstituível” e é por isso que o jornalismo gasta tanta energia “em afirmar a sua capacidade de nos dizer o que as coisas realmente são.” (Gomes, 2009, p. 15)

3. Uma permanência que pede mudança? Jornalismo como partilha de um comum

Acreditamos haver um problema, no entanto, quando o jornalismo continua proclamando para si o direito de atuar como esta instituição autorizada, praticamente exclusiva e imprescindível para manter a legitimidade de toda e qualquer sociedade democrática, já que seria capaz de servir ao interesse público de forma, paradoxalmente, comprometida e desinteressada. De acordo com Gomes (2009), por exemplo, não há manifesto proferido em defesa da liberdade de imprensa ou de expressão que não afirme ser o papel do jornalismo servir de forma voluntária a máxima do “interesse público”. Mais do que uma função social, esse interesse surge como uma espécie de determinação moral de sua prática, perdurando em seus discursos por praticamente duzentos anos como a sua primordial razão de ser. A

questão é que esta característica, segundo o autor, remonta a uma concepção de imprensa já aparentemente superada. Nestes dois séculos, portanto, mudou-se o mundo, as instituições e o próprio modo de fazer jornalismo, mas as bases de seu discurso de autolegitimação, em grande parte, parecem continuar as mesmas:

Como se ainda estivéssemos dois dias antes das revoluções burguesas, o jornalismo continua falando de opinião pública, liberdade de imprensa e de interesse público praticamente no mesmo sentido em que essas categorias eram usadas há duzentos anos. Parecem vozes de outro tempo e de outro jornalismo: o elogio da opinião pública, a afirmação do jornalismo como a única mediação confiável entre a esfera civil e o Estado, a função social do jornalismo adversário da esfera governamental, tudo isso se mantém no imaginário e no discurso por uma estranha e inquietante inércia discursiva. (GOMES, 2009, p. 76)

Ao identificarmos certa “descontinuidade” no discurso da instituição jornalística em relação à sua prática cotidiana devemos estar alertas, segundo Gomes (2009), a dois riscos que daqui podem surgir. O primeiro seria negar que este vínculo entre o discurso e a realidade exista de fato e que, portanto, seu processo de autolegitimação seja mero artifício ideológico, já que, acreditamos aqui, o jornalismo de fato serve a determinados aspectos de uma esfera civil. Em contrapartida, o segundo risco está relacionado em se “acreditar demais” no discurso autolegitimador de que o jornalismo sirva meramente ao “interesse público” e que, portanto, possa ser encarado como um “descriptor fiel” daquilo que vêm a ocorrer na realidade. Este não é o princípio absoluto da prática jornalística, uma vez que o jornalismo é um ramo de atividades, um negócio, legítimo como outro qualquer, que se presta à produção e circulação de notícias.

É por isso que, compactuando mais uma vez com Gomes (2009, p. 86-87), partimos do pressuposto de que o jornalismo, indo além, mas se colocando sob seus devidos termos, presta um importante serviço de mediação entre o sujeito e seus mundos, inserindo os repertórios informativos necessários para que este se oriente em relação à própria política, à “coisa pública” e ao bem comum, atividade que se presta a auxiliar os indivíduos, também, na condução de suas escolhas, perspectivas e opiniões, na formação e construção de afetos, sonhos e esperanças. É grande o poder e a responsabilidade que são designados ao jornalismo, se o

encararmos sob esta perspectiva. E obviamente que, a partir dela, sua obrigação ética lhe soa fundamental e muito mais abrangente em sua potencialidade discursiva. (GOMES, 2009, p. 86-87)

Se quisermos, portanto, problematizar o jornalismo para além de seus discursos de autolegitimação, é preciso desconfiar de princípios regulares totalizantes, a-históricos, que pretendem normatizar suas práticas e a imagem da instituição a partir de um determinado código padrão. Estes discursos se tornam sempre mais evidentes e explícitos em períodos de “crise”, como nos parece bem visível ser o atual momento que atravessa a instituição em relação à chamada era da “pós-verdade”. Nestes momentos parece que cabe ao jornalismo, e somente a ele, regular aquilo que deve ou não ser reconhecido como legítimo e verdadeiro. É o que atestou Otavio Frias Filho, então diretor de redação da *Folha*, em texto publicado meses antes de sua morte, em 2018. Para ele, o jornalismo profissional deveria continuar, mais do que nunca, adotando seus “rigorosos critérios” de produção das notícias, com o intuito de manter-se como “o farol a iluminar as fronteiras, sempre diluídas, entre o falso e o verdadeiro.” (FRIAS FILHO, 2018, p. 44)

Ao assumir-se como um “farol” que direciona olhares sobre o que pode ou não ser considerado verdadeiro o jornal pretende se colocar, literalmente, acima da própria verdade, uma vez que ele teria capacidades próprias para ordenar a realidade da forma mais “rigorosa” possível, a partir de sua produção noticiosa. Tão preocupado em manter-se como um oráculo a iluminar o tortuoso caminho rumo à verdade dos acontecimentos o jornalismo acaba negligenciando, no entanto, que também é um produtor “interessado” (GOMES, 2009) na construção destes relatos, no sentido de que está condicionado às vicissitudes da história e à “falibilidade humana”, como bem lembrou a própria *Folha* há praticamente um século atrás.

Isso porque um jornal não produz apenas notícias, mas produz, acima de tudo, as suas próprias notícias dos/sobre os acontecimentos que relata. Ele faz jornalismo, mas também *fala sobre* o jornalismo que pratica, com o intuito não apenas de produzir relatos dignos de serem reconhecidos como mais “verdadeiros” do que os outros, mas para com isso se “sentir no direito” de contar estas verdadeiras histórias. (ZANDBERG, 2010) As verdades selecionadas *pele* jornalismo

e apresentadas *no* jornalismo acabam, neste sentido, se tornando as próprias verdade *do* jornalismo enquanto instituição, uma verdade que pretende se fazer legítima e digna de ser reconhecida como tal.

É preciso que busquemos, portanto, superar as “bases ingênuas” que sustentam estas generalizações e acabam por reforçar dicotomias naturalizadas pela instituição. Dicotomias, muitas vezes, apropriadas pelas próprias teorias do jornalismo e seus estudos, que podem não dar conta de problematizar de forma comprometida essas questões. (GOMES, 2009) Citamos aqui o caso, para ficarmos em apenas um exemplo, da retórica produzida pelas agências de checagem, conhecidas como “fact checking”. Geralmente vendidas como uma ferramenta fundamental no combate às notícias falsas, seu discurso se baseia num ideal de verdade claramente dicotômico: ou temos “fato”, ou temos “fake”, bastando ao jornalismo separar de forma comprometida o verdadeiro do falso para que suas notícias ganhem um reconhecido estatuto de veracidade.

Neste sentido, estudos como os de Spinelli e Santos (2018, p. 20) sustentam que o jornalismo profissional deve assumir “o papel de guardião da credibilidade das notícias”, uma vez que, na chamada era da pós-verdade, “em que fatos objetivos são menos relevantes que emoções e crenças pessoais, o jornalismo precisa apostar na sua essência: o compromisso com a qualidade e apuração dos fatos.” É inegável que, eticamente, o jornalismo não deve se desvincular desse compromisso quase que pressuposto de sua prática. A questão é que, entre o “fato” e o “fake” a verdade pode - tanto quanto a mentira - se esconder e/ou se proliferar das mais diversas maneiras, de acordo com a forma e as conjunturas em que nos é apresentada.¹⁸

¹⁸ A verdade factual, como bem nos alerta Arendt (2009), é bastante vulnerável às vicissitudes do poder e da política, estando passível, portanto, não apenas ao erro, mas a falsidades deliberadas e aos apegos da opinião. Isso nos faz lembrar de “Hitler”, célebre campanha publicitária produzida pela *Folha* em meados da década de 1980. O comercial, brincando com um jogo de imagens e palavras, iniciava sua narrativa com um close focado em pontos preto e brancos indiscerníveis. Abrindo a câmera gradativamente, enumerava uma série de qualidades de um suposto líder político carismático que reerguera sua nação. Ao final, surgia a imagem do ditador nazista, com a seguinte assinatura: “É possível contar um monte de mentiras dizendo só a verdade. Por isso é preciso tomar muito cuidado com a informação e o jornal que você recebe. *Folha* de S. Paulo, o jornal que mais se compra e o que nunca se vende.” (Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/folha90anos/877110-hitler-rendeu-leao-de-ouro-a-folha-veja-propagandas-que-marcam-epoca.shtml> Acesso em: 15 de março de 2019). É por isso que o jornalismo, bem como toda e qualquer atividade empírica baseada

Não estamos com isso querendo relativizar o estatuto da verdade que é imanente a todo e qualquer discurso que trata da realidade e seus fatos. A verdade de fato existe e seu horizonte não deve, obviamente, ser negligenciado. Mas a verdade do fato, por si só, não soluciona essa equação tão problemática e complexa. Pelo contrário, pode ajudar a obscurecê-la e/ou ser utilizada deliberadamente como estratégia corporativista de uma instituição que se pretende fazer reconhecida como mais “confiável” e “verdadeira” do que as outras. Uma estratégia que, deliberadamente, acaba por silenciar os traços constitutivos de toda lógica de produção de sentido.

Basta nos lembrarmos de como este mesmo jornalismo trabalhou recentemente, de forma bastante incisiva, para desestabilizar não apenas a legitimidade do último governo eleito democraticamente, – via discursos que remetiam à “criminalização da política” baseada em uma retórica esvaziada da corrupção – mas para deslegitimar a própria autoridade política, baseada na representatividade do voto popular. Em oposição a estas políticas, caracterizadas, em geral, como sendo resultado de práticas populistas e muitas vezes baseadas na própria ignorância de seu leitorado, grande parte do jornalismo profissional no país reivindicou para si “o papel de porta-voz da opinião pública esclarecida, cuja responsabilidade inclui atenuar ou corrigir o resultado das más decisões populares”. (ALBUQUERQUE, 2018, p. 179) Isso nos faz pensar se o jornalismo profissional é mesmo, de fato, “a melhor defesa da democracia”, como a *Folha* vêm recentemente enfatizando em sua campanha publicitária, ou se a “defesa da democracia” não deixa de ser, ela mesma, a própria estratégia de defesa de um jornalismo que parece relutar em assumir as limitações e responsabilidades que lhe competem.

Não é pela mera defesa de uma verdade factual que o jornalismo pode abrir espaços para sair de sua eminente crise. Talvez, seja assumindo que a constituição da verdade de seus discursos seja o paradoxo constituinte de sua própria identidade. Uma verdade com pretensões totalizantes, mais do que elucidar nosso mundo, apaga os traços imanentes de toda sua busca, que está passível às mais

em uma realidade factual, não está isento de construir, deliberadamente ou não, as suas próprias “mentiras” travestidas de verdade, mostrando que o fato, por si só, não dá conta de abarcar toda a realidade constituinte de seu discurso.

diversas relações de poder e disputas pela produção de sentido. Há, portanto, um “fundo de violência” nesta pretensão de verdade que precisamos abandonar. Isso se quisermos, como afirma Vattimo (2016), pensá-la em suas possíveis aberturas, nunca desinteressadas, de partilha social. O “adeus à verdade” seria assim o início, “a própria base, da democracia”, no sentido de que nos abriria uma via para desnaturalizar as pretensões tão caras ao discurso midiático de “fornecer a “verdade” verdadeira” dos acontecimentos, podendo com isso nos concentrar sobre aquilo que está por trás de toda a sua pretensão de objetividade. “Retira também toda possível legitimidade a todas aquelas políticas que pensam poder aceitar limites à liberdade ou aos interesses de todos com base em uma consideração do que é “necessário” objetivamente a uma sociedade.” (VATTIMO, 2016, p. 16-17)

Perceber a verdade como uma atividade que se constrói a partir de paradigmas coletivamente partilhados e explicitamente reconhecidos pode nos ser de grande utilidade para encarar o jornalismo em seus devidos termos: como uma prática de comunicação que se inscreve a partir de “estratégias sensíveis”, que constroem seus discursos sob uma dimensão baseada na aproximação das diferenças e na afetação dos sujeitos vinculados nesta relação. (RANCIÈRE, 2009; SODRÉ, 2006) Pensar, portanto, o jornalismo a partir de uma abordagem compreensiva *na* e *pela* comunicação, onde a dimensão dos afetos em sua base ética e estética problematiza os fatos em sua (re)valorização cognitiva e simbólica. Compreender esse “comum” é compreender os vínculos sob os quais o jornalismo e seus discursos estão arraigados. É inserir o jornalismo, de fato, na experiência cotidiana do mundo. (SODRÉ, 2006)

A obsessão pela verdade factual própria aos discursos de autolegitimação do jornalismo parece esconder o fato de que ele, mais do que ninguém, está inserido nessa experiência fundamental da linguagem: um jogo que se dá pela racionalidade do diálogo, mas também pela mobilização de afetos, estéticas políticas baseadas na constituição de um campo extremamente persuasivo e conflituoso. (SAFATLE, 2017) É sob este palco nada estável que os processos de identificação do jornalismo estão alocados e é a partir dele que devemos direcionar nossos olhares, se quisermos problematizá-lo de forma comprometida, em toda sua imanência. Seus embates por

legitimação discursiva não se dão necessariamente pela “verdade” de uma proposição, mas pelos “julgamentos valorativos” sob os quais deposito minhas expectativas quando ajo a partir de determinados critérios. Nesses tempos incertos, onde a verdade parece atuar como estratégia e álibi para legitimar a autoridade da instituição, o que nos falta é “encontrar a palavra nessa sua força instaurada. [...] Compreender circuitos de afetos não é calar a razão, mas ampliá-la”. (SAFATLE, 2017, p. 133-136)

Referências

ALBUQUERQUE, Afonso de. Um outro “quarto poder”: imprensa e compromisso político no Brasil”. **Contracampo**, n. 4, p. 23-57, 2000.

_____. Afonso de. Aconteceu num carnaval: algumas observações sobre o mito de origem do jornalismo brasileiro moderno. **Eco-Pós**. v,11, n,2, ago-dez, 2008.

_____. A modernização autoritária do jornalismo brasileiro. **Alceu**. v. 10 n. 20. jan/jun. 2010.

_____. A Comunicação Política depois do Golpe: notas para uma agenda de pesquisa. **Revista Compolítica**, v. 8 n. 2, p. 171-206, 2018.

ARENDT, Hannah. **Entre o passado e o futuro**. São Paulo: Perspectiva, 2009.

BARBOSA, M. C.. **História Cultural da Imprensa - Brasil (1900-2000)**. 1. ed. Rio de Janeiro: MAUADX, 2007.

BENNETI, Marcia. HAGEN, Sean. Jornalismo e imagem de si: o discurso institucional das revistas semanais. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, ano VII, nº 1, jan-jun, 2010.

BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento**. 23ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2003.

CONTI, Mario Sergio. **Notícias do planalto: a imprensa e Fernando Collor**. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

CORNU, Daniel. **Jornalismo e verdade: para uma ética da informação**. Lisboa: Instituto Piaget, 1999.

DIAS, André Bonsanto. **A verdade dita é dura: “Histórias da verdade” do/no jornalismo e a ditadura militar no Brasil**. Tese de doutorado em Comunicação. Niterói, RJ: UFF, 2018.

FRIAS FILHO, Otavio. O que é falso sobre fake news. **Revista USP**, São Paulo, nº 116, p. 39-44, jan-fev-mar, 2018.

GOMES, Wilson. **Jornalismo, fatos e interesses: ensaios de teoria do jornalismo**. Série jornalismo a rigor. V. 1. Florianópolis: Insular, 2009.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública**: investigações sobre uma categoria da sociedade burguesa. São Paulo: Editora Unesp, 2014.

JÁCOME, Phellipy. Jornalismo e autolegitimação: a historicidade dos discursos autorreferentes. **Leituras do jornalismo**. Ano 1, nº 02, julho-dezembro, 2014.

____. **O jornalismo como singular coletivo**: reflexões sobre a historicidade de um fenômeno moderno. Tese de Doutorado em Comunicação. Belo Horizonte, MG: UFMG, 2017.

LATTMAN-WELTMAN, Fernando; RAMOS, Plínio de Abreu; CARNEIRO, José Alan Dias. **A imprensa faz e desfaz um presidente**. Rio de Janeiro, RJ: Editora Nova Fronteira, 1994.

LEAL, Bruno Souza; MANNA, Nuno; JÁCOME, Phellipy. Mudar para permanecer o mesmo: marcas de um discurso de autolegitimação jornalística na história. **Galáxia**, n. 34, jan-abr, p. 149-162, 2017.

LOPES, Fernanda Lima. Auto-referência, discurso e autoridade jornalística. **BOCC** – Biblioteca online de Ciências da Comunicação, Labcom, 2007.

MIGUEL, Luis Felipe. O jornalismo como sistema perito. **Tempo social**. Rev. Sociol. USP, S. Paulo, 11(1): 197-208, maio de 1999.

MORETZSOHN, Sylvia. **Pensando contra os fatos**: jornalismo e cotidiano: do senso comum ao senso crítico. Rio de Janeiro: Revan, 2007.

NERONE, John. The journalism tradition. In: EADIE, William F. (ed.). **21st Century Communication: A Reference Handbook**. Beverly Hills, CA: Sage, 2009.

____. The historical roots of the normative model of journalism. **Journalism**, 14 (4), p. 446–458, 2012.

____. History, Journalism, and the Problem of Truth. In: BRENNEN, Bonnie (ed.) **Assessing Evidence in a Postmodern World**. Diederich Studies in Communication and Media, nº 3. Milwaukee, WI: Marquette University Press, 2013.

PILAGALLO, Oscar. **História da imprensa paulista**: jornalismo e poder de D. Pedro I a Dilma. São Paulo: Três Estrelas, 2012.

RANCIÈRE, Jacques. **A partilha do sensível**: estética e política. São Paulo: EXO experimental org. Editora 34, 2009.

SAFATLE, Vladimir. É racional parar de argumentar. In: DUNKER, Christian (et. all.) **Ética e pós-verdade**. Porto Alegre: Dublinense, 2017.

SILVA, Carlos Eduardo Lins da. **Mil dias**: seis mil dias depois. 2. ed. São Paulo: Publifolha, 2005.

SODRÉ, Muniz. **As estratégias sensíveis**: afeto, mídia e política. Petrópolis, RJ: Vozes, 2006.

____. **A narração do fato**: notas para uma teoria do acontecimento. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

SPINELLI, Egle Müller; SANTOS, Jéssica de Almeida. Jornalismo na era da pós-verdade: fact-checking como ferramenta de combate às fake news. **Revista Observatório**, Palmas, v. 4, n. 3, maio, 2018.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**, vol. I: porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2005.

TUCHMAN, Gaye. A objectividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objectividade dos jornalistas. In: TRAQUINA, Nelson (org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega, 1993.

VATTIMO, Gianni. **Adeus à verdade**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2016.

WAISBORD, Silvio. In journalism we trust? Credibility and fragmented journalism in Latin America. In: VOLTMER, Katrin (ed.) **Mass media and political communication in new democracies**. London and New York: Routledge, 2006.

ZANDBERG, Eyal. The right to tell the (right) story: journalism, authority and memory. **Media Culture Society**, v. 32 (1), p. 5-24, 2010.

ZELIZER, Barbie. When facts, truth, and reality are God-terms: on journalism's uneasy place in cultural studies. **Communication and Critical/Cultural Studies**, 1:1, p. 100-119, 2004.