

O modelo americano de jornalismo: excepção ou exemplo?

MICHAEL SCHUDSON *

O jornalismo americano começou, à semelhança da política americana, como uma versão das instituições britânicas. No século XVIII, os tipógrafos americanos importavam as impressoras, os tipos e a tinta da Grã-Bretanha e pediam emprestadas as suas notícias directamente aos jornais londrinos. Durante a primeira metade de século de existência dos jornais americanos, os leitores encontravam poucas notícias locais; as colónias americanas eram um posto avançado de um mundo britânico e os jornais mostravam uma ligação mais próxima a Londres do que às colónias vizinhas ou até aos próprios locais de publicação.

Ainda há muito a unir os modelos de imprensa britânico e americano, mas também há muito a separá-los: a importância relativa das notícias na capital e em regiões da província; o grau de ligação entre a imprensa e os partidos; uma distinção mais clara entre “imprensa de qualidade” e “imprensa popular” na Grã-Bretanha do que nos Estados Unidos; a presença (na Grã-Bretanha) e a ausência (na América) de uma forte tradição de transmissões de serviço público; e a maior protecção legal que o jornalismo americano recebe comparativamente ao jornalismo britânico graças aos privilégios cuidadosamente salvaguardados pela Primeira Emenda.

O que se segue é uma descrição de como surgiram as características distintivas do jornalismo americano, em particular a profissionalização sob a bandeira da objectividade, a adesão fiel às liberdades concedidas pela Primeira Emenda e a

* Professor de Comunicação da University of California, San Diego, e da Journalism School, Columbia University

“promoção”, a inclinação dos jornais como estabelecimentos comerciais para cantar louvores, perdoar faltas e incentivar o crescimento económico das suas terras de origem. Reflectirei sobre algumas das consequências positivas e negativas destas características que sustentam a sociedade democrática e verei se as características únicas do sistema de notícias americano o tornam útil ou não como modelo para o jornalismo de qualquer outra parte do globo.

A promoção e a imprensa americana

O jornalismo não é uma profissão venerável. Não era certamente bem aceite quando o irmão mais velho de Benjamin Franklin, James, começou a publicar o segundo jornal das colónias britânicas nas Américas em 1720. Os amigos de James Franklin tentaram dissuadi-lo, dizendo que não acreditavam que o jornal pudesse ter êxito, «por julgarem que um jornal era suficiente para a América» (Franklin 1961: 32). Mas James, à semelhança de tantos empreendedores americanos que o seguiram, mesmo assim foi em frente, guiado não por um cálculo sólido “do que a América precisa”, mas pelo que a ambição pessoal e o ego recomendavam e pelo que as oportunidades locais pareciam acenar.

O jornalismo americano foi impulsionado por motivos comerciais desde o início. Ainda assim, na década que antecedeu a Revolução Americana, os jornais tornaram-se cada vez mais politizados e, nas primeiras gerações da nova nação, as facções e os partidos políticos passaram a subsidiar ou a patrocinar muitos jornais importantes. Os editores dos jornais podiam pregar independência mas, de uma maneira geral, acabavam por mostrar partidarismo. Esta situação incluía editores como o célebre Horace Greeley, que começou a carreira num semanário de província nos anos 30, mas que se mudou para Nova Iorque para dirigir uma revista literária em 1834. Em 1840, dirigiu o jornal da campanha *Whig*, o *Log Cabin*, com uma circulação que ia até 80 mil exemplares durante a sua curta vida e, em 1841, fundou o seu próprio jornal comercial, o *New York Tribune*. O *Tribune* estava entre os primeiros de uma nova gama de *penny papers* baratos e com tendência para o comércio que começaram a aparecer nas principais cidades nos anos 30. Este jornal, com uma circulação inicial de cerca de 10 mil exemplares, era fortemente anti-esclavagista e mostrava-se claramente como um jornal de ideias, no qual se escrevia sobre direitos das mulheres, experiências socialistas e outros tópicos. Greeley, apesar de não ser propriamente um advogado dos direitos das mulheres, contratou Margaret Fuller em 1844, que se tornou a primeira mulher a trabalhar regularmente num grande jornal americano. Karl Marx era um dos correspondentes europeus.

Nenhum outro jornal no país era tão cosmopolita. Poucos eram, até, os jornais que enviavam repórteres à capital da nação. Ocasionalmente, iam os próprios editores, para tecer algum comentário em primeira mão, mas só quando a política aqueceu nos anos 50 é que os jornais começaram a contratar repórteres em Washington, que escreviam, na sua maioria, para meia dúzia ou mais de jornais e completavam o seu salário como estenógrafos em comícios do Congresso ou como escritores de discursos para políticos (Ritchie, 1991: 4). O mundo ocupacional do jornalismo e da política não era diferenciado.

Na verdade, em meados do século, a imprensa metropolitana era praticamente uma subdivisão dos partidos políticos. Os jornais eram angariadores de pontos fundamentais para os partidos políticos e os editores estavam intimamente envolvidos em patronato político. O Presidente Andrew Jackson nomeou mais de cinquenta jornalistas para a função pública; cerca de dez por cento das nomeações que fez e que necessitavam da aprovação do Senado eram de jornalistas (Smith, 1977: 90). Uma geração depois, Abraham Lincoln procedeu da mesma maneira. Premiou o editor do *North American* de Filadélfia, um jornal pró-Lincoln, com nomeações federais ou promoções militares para quatro dos seus filhos, sem falar na substancial publicidade federal dada ao jornal. Lincoln nomeou editores ministros, primeiros secretários de missões ou cônsules em cinquenta capitais estrangeiras e nomeou outros para alfândegas ou para o cargo de correio-mor em New Haven, Albany, Harrisburg, Wheeling, Puget Sound, Chicago, Cleveland, St. Louis e Des Moines (Carman e Luthin, 1964: 70-74, 121-128). Em meados do século XIX, o trabalho dos jornais era mais um caminho dentro do mundo político do que uma vocação independente.

Esta imprensa partidária era a imprensa que Alexis de Tocqueville julgava tanto vulgar como insubstituível para a democracia americana. Escreveu que os jornais eram uma necessidade numa sociedade democrática: «Devíamos menosprezar a sua importância se acreditássemos que apenas garantiam liberdade; eles mantêm a civilização» (1969: 517). Mas Tocqueville também escreveu: «Admito que não sinto em relação à liberdade de imprensa aquele amor completo e instantâneo que atribuímos a coisas de natureza extremamente boa. Amo-a mais por ter em consideração os males que previne do que o bem que faz» (1969: 180). Tocqueville queixou-se da violência e da vulgaridade dos jornalistas americanos. Reparou que, quanto maior o número de jornais e quanto mais se dispersavam pelo país em vez de se concentrarem numa cidade capital, menos influência tinha o jornalismo. Para Tocqueville, uma grande virtude da imprensa americana residia no facto de a sua distribuição por um vasto território a ter tornado fraca.

Tocqueville ficou impressionado com a quantidade de jornais americanos, tal como outros visitantes europeus, mas não percebeu por que havia tantos jornais

espalhados por pequenas comunidades e cidades fronteiriças. Presumiu que fosse por causa do grande número de unidades governamentais responsáveis na América. Tocqueville sugeriu que se os cidadãos apenas elegessem membros do Congresso não haveria necessidade de tantos jornais, porque haveria poucas ocasiões em que as pessoas teriam de agir juntas politicamente. A multiplicação de unidades governamentais em cada estado e povoação “forçou” os Americanos a cooperar uns com os outros, pois cada um «precisa de um jornal para lhe dizer o que os outros estão a fazer» (Tocqueville, 1969: 519).

Na verdade, os jornais locais na América de Tocqueville diziam aos leitores muito pouco daquilo que os membros das suas próprias comunidades estavam a preparar. A maioria dos jornais publicava poucas notícias locais (Russo, 1980: 2). Nos anos 20, quando um serviço de correio mais desenvolvido trouxe os jornais urbanos mais expeditamente para as cidades de província, os jornais de província começaram finalmente a apresentar notícias locais de maneira a poderem manter os leitores com um serviço que os jornais urbanos não podiam prover (Kielbowicz, 1989: 63). Em Kingston, em Nova Iorque, onde a administração das pequenas cidades era assumidamente um assunto pouco importante, no início do século XIX a imprensa não mencionava eleições locais e até 1845 nem sequer cobria a administração das pequenas cidades (Blumin, 1976: 126-149).

A multiplicação das unidades governamentais que captou a atenção de Tocqueville realmente proporcionou uma coisa que ajudou a sustentar a imprensa – o subsídio governamental. Conseguir contratos de impressão do governo foi uma grande vantagem para o jornal. A procura de notícias por um público democrático esteve mais relacionada com a publicidade dada pelo governo do que com a proliferação dos jornais.

Outro dado importante para a explicação dos largos números de jornais de província foi a larga oferta de possíveis editores. Empreendedores fundaram jornais em centenas de pequenas cidades na América, não porque a população os procurava, mas porque a existência do jornal poderia atrair população. As mais importantes cidades de província abriam jornais, pequenas universidades e grandes hotéis, tudo com vista a um desenvolvimento futuro (Boorstin, 1965: 141). Os editores direccionavam todos os seus esforços para “aumentar” a vida económica das suas comunidades. Os líderes anti-esclavagistas, que fundaram em 1857, por exemplo, a cidade de Emporia, no Kansas, fundaram também em poucos meses o *Emporia News*, para ajudar a criar uma imagem de uma comunidade próspera. Quase todas as cópias da publicação inaugural foram enviadas para Leste, na esperança de atrair emigrantes a comprar terrenos na cidade e para que a jovem cidade pudesse viver à altura das suas relações públicas (Griffith, 1989: 14). À semelhança do esforço feito para atrair

os caminhos-de-ferro ou para ganhar a designação de sede do Condado ou de lugar para uma universidade pública, a fundação de um jornal era uma ferramenta para o desenvolvimento de bens imobiliários. O carácter dos jornais americanos está relacionado com o facto de serem meios sustentados pela publicidade, em particular a partir dos anos 30, mas talvez se deva também ao facto de serem, vezes sem conta, uma ferramenta promocional do desenvolvimento urbano e da comunidade.

A revolta contra o partido na cultura política dos EUA

Os Americanos de hoje parecem acreditar que os jornalistas são, ou deviam ser, uma correia de transmissão de factos neutros sobre acontecimentos mundiais. A sua paixão não devia ser apaixonada. O que de facto acontece, a um ponto extraordinário. Os jornalistas americanos orgulham-se não de escreverem peças de advocacia, mas de serem atacados tanto pela esquerda como pela direita por «escreverem ao centro» (Broder, 1973: 235). Jogar ao centro tornou-se um ideal profissional estimado nos Estados Unidos – e também em qualquer outra parte, mas não de uma forma tão completa nem tão duradoura quanto nos EUA. Como é que esta marca distintiva de profissionalismo americano surgiu a partir da imprensa partidária do século XIX?

O que aconteceu foi uma transformação notável da cultura política americana no final do século XIX. Na era progressista, os reformistas expurgaram as eleições do que, aos seus olhos, as tornava corruptas e do que, aos olhos dos eleitores, as tornava interessantes. Nesta reforma protestante das eleições americanas, a capacidade dos partidos políticos de recompensarem os seus membros diminuiu com a reforma do serviço público; a capacidade de punir os eleitores com desaprovação social e de os recompensar com dinheiro e bebidas desvaneceu-se à medida que a privacidade dos compartimentos de voto se tornou mais segura. Até a capacidade dos partidos de atrair atenção diminuiu à medida que formas comerciais de entretenimento popular lhes começaram a fazer séria concorrência. Durante a era de 1880 a 1920, os reformistas liberais começaram a criticar a lealdade partidária e promoveram novas formas de campanha eleitoral, insistindo numa campanha “educacional” com mais panfletos e menos paradas. Ao mesmo tempo, os jornais mostraram mais vontade de adoptar uma posição independente. Em 1890, um quarto dos jornais diários nos estados do Norte, onde o movimento reformista estava mais avançado, declarou independência dos partidos. Tornou-se comum e até respeitável para os jornais partidários “libertarem-se” dos candidatos apoiados por partidos.

Em 1896, uma reforma conhecida como o voto australiano varreu o país, alterando para sempre a maneira como os Americanos votavam. Até aos anos 90, os dias

eleitorais americanos eram organizados até ao último pormenor pelos partidos políticos na corrida. Os partidos imprimiam os seus próprios boletins e distribuíam-nos pelos eleitores perto dos locais de voto. Assim, o eleitor não tinha de fazer qualquer sinal no boletim de voto – aliás, o eleitor não tinha de ser letrado, só tinha de pegar no boletim distribuído pelo membro do partido e depositá-lo na urna.

O voto australiano simbolizava uma percepção diferente de política. Agora, o Estado preparava um boletim com a lista de candidatos de todos os partidos em competição. O eleitor recebia o boletim de um membro da mesa e, na privacidade de um compartimento de voto, assinalava o boletim, escolhendo os candidatos de um ou de vários partidos à sua vontade. Prevaleceu uma retórica cada vez mais veemente, condenando a corrupção dos partidos e louvando formas de governo que transcendiam partidos políticos.

Neste novo contexto, as eleições sofreram uma transformação. O que havia sido um acto de afiliação tornou-se um acto de autonomia individual. Levar as pessoas a votar, que havia sido prática regular para os partidos, era agora proibido em muitos estados. Onde os membros dos partidos tinham distribuído boletins, os eleitores faziam agora fila para receber o boletim oficial de pessoas nomeadas pelo Estado. A prática dos partidos de reunir exércitos de trabalhadores pagos no dia de eleições era agora banida em muitos estados. Onde os esforços de campanha eleitoral acompanhavam os eleitores até às urnas, a nova regulamentação criava um fosso de silêncio em torno da secção de voto.

Com a adopção do voto australiano, a reforma da função pública, as leis de práticas corruptas, as leis de recenseamento, a iniciativa e o referendo, o primado popular, a eleição directa de senadores e as eleições municipais não-partidárias, a política começou a ser vista como uma ciência administrativa que necessitava de especialistas. As eleições passaram a ser vistas como uma actividade em que os eleitores escolhem entre programas e candidatos e não uma actividade em que aparecem lealmente por ritual de solidariedade ao partido. Esta nova percepção de política ajudou a transformar uma imprensa intensamente partidária numa instituição diferenciada dos partidos, com jornalistas que se viam mais provavelmente como escritores do que como apoiantes políticos (McGerr, 1986; Schudson, 1998: 144-187). Os reformistas americanos da viragem de século tiveram êxito num conjunto mais completo de reformas antipartidárias do que em qualquer outra democracia.

Esta transformação da cultura política americana foi acompanhada de uma fervorosa profissionalização do jornalismo. O partidarismo não desapareceu mas os repórteres passaram a gozar cada vez mais de uma cultura própria, independente de partidos políticos. Desenvolveram as suas próprias mitologias (divertindo-se na sua intimidade com o submundo urbano), os seus próprios clubes e bares e as

suas próprias práticas profissionais. Entrevistar, por exemplo, tornou-se uma actividade comum para os repórteres no final do século XIX. Antes disso, os repórteres falavam com funcionários públicos, mas não mencionavam estas conversas por escrito. Os políticos e os diplomatas passavam pelas redacções dos jornais, mas sentiam-se seguros, pois, tal como lembrou um repórter, as suas confidências «eram vistas como invioláveis». O Presidente Lincoln falou muitas vezes informalmente com repórteres, mas nenhum deles alguma vez o citou directamente. Só nos anos 80 a entrevista se tornou um “evento dos *media*” bem aceite e institucionalizado, uma ocasião criada pelos jornalistas, através da qual podiam elaborar uma história. Este novo estilo de intervenção jornalística não apagou o partidarismo mas previu a nova dedicação dos repórteres a um sentido de ofício e a uma nova posição numa cultura ocupacional com as suas próprias regras, as suas próprias recompensas e o seu próprio espírito (Schudson, 1995: 72-93).

A entrevista era uma prática mais orientada para agradar a um público de consumidores de notícias do que para repetir como um papagaio uma linha partidária. A profissionalização e a comercialização caminhavam de mãos dadas. Nos anos 80, os jornais tinham-se tornado grandes negócios, com prédios muito altos no centro da cidade, dúzias de repórteres, grandes patrocínios de celebrações públicas e páginas de publicidade de estabelecimentos comerciais recém-criados. Os jornais expandiram imensamente o seu público-alvo neste mercado em crescimento; cada vez mais jornais contavam com uma circulação de centenas de milhares. Consequentemente, os repórteres que escreviam notícias concentravam-se em escrever histórias e não em promover partidos. A circulação dos jornais aumentou, enquanto o custo de produção caiu com a pasta de madeira como nova fonte de papel e a composição mecânica como novo mecanismo para economizar trabalho. Os rendimentos da publicidade ultrapassaram as taxas de assinatura como principal fonte de receitas, à medida que os jornais atraíram novos públicos (especialmente femininos). A orientação cada vez mais comercial do jornal ajudou certamente a sustentar a inovação da entrevista.

Só depois da I Guerra Mundial é que os repórteres europeus adoptaram a prática americana da entrevista – e nunca tanto quanto nos Estados Unidos. Na Grã-Bretanha, os jornalistas começaram a aceitar a entrevista depois de 1900 e, muitas vezes, sob a tutela americana. Os correspondentes americanos, através do seu exemplo, ensinaram aos europeus que as suas próprias elites se submeteriam às entrevistas. A difusão da entrevista entre os jornalistas americanos parece não ter sido acompanhada de qualquer fundamentação ideológica, ajustando-se facilmente a um jornalismo já centrado em factos e em notícias em vez de se dedicar em primeiro lugar ao comentário político ou de se preocupar com aspirações literárias. Era uma das práticas em número crescente que identificavam os jornalistas como um grupo

ocupacional distinto com padrões de comportamento distintos. A crescente coerência corporativa desse grupo ocupacional, gerando uma procura de coesão social e de orgulho ocupacional, por um lado, e de controlo social interno, por outro, teria como resultado nos anos 20 uma ética de objectividade consciente de si mesma.

Muitos são os que acreditam que a mudança do partidarismo para a objectividade assentou em motivos económicos. O principal livro na história do jornalismo americano diz o seguinte: «Parecer ser justo era importante para os proprietários e para os editores que tentavam ganhar a sua parte de um número crescente de leitores e dos consequentes rendimentos da publicidade» (Emery *et al.*, 1996: 181). Mas seria assim? O número de leitores cresceu tão rapidamente no final do século XIX – de 3,5 milhões de leitores de jornais diários em 1880 para 33 milhões em 1920 – que uma grande variedade de estilos jornalísticos era economicamente compensadora. Era normal que a opção mais lucrativa continuasse a ser um partidarismo veemente. Tal caracterizava certamente os líderes de circulação da época como o *New York Journal* de William Randolph Hearst e o *New York World* de Joseph Pulitzer, ambos apoiantes entusiásticos do Partido Democrático. Campanhas políticas acesas e a participação fervorosa dos jornais aumentavam a circulação, não a diminuía (King, 1992: 396-398, 467-468).

A dedicação dos jornalistas americanos à justiça ou à objectividade não poderia ter surgido antes de os jornalistas como grupo ocupacional terem desenvolvido maior lealdade ao seu público e a eles mesmos como comunidade ocupacional do que aos seus editores ou aos partidos políticos favorecidos pelos editores. Nessa altura, os jornalistas também começaram a articular regras do caminho jornalístico com mais frequência e consistência. As regras de objectividade permitiam aos editores manter o controlo sobre os repórteres humildes, embora tivessem menos controlo sobre os correspondentes estrangeiros gananciosos. A objectividade como ideologia era uma espécie de disciplina industrial. Ao mesmo tempo, a objectividade parecia uma ideologia natural e progressiva para um grupo ocupacional ambicioso, numa altura em que a ciência era Deus, a eficiência era estimada e as elites viam cada vez mais o partidarismo como um vestígio do tribalismo do século XIX (Schudson, 2001).

Os jornalistas procuravam não só ligar-se ao prestígio da ciência, à eficiência e à reforma progressista, mas procuravam também desligar-se dos especialistas de relações públicas e dos propagandistas que, de repente, os tinham rodeado. Os jornalistas rejeitaram os partidos para verem a sua independência recém-adquirida cercada por um esquadrão de mercenários da informação, disponíveis para serem contratados pelo governo, por empresas, por políticos e por outros. Surgiu uma nova “profissão” de relações públicas, muito impulsionada pela tentativa do Presidente Woodrow Wilson de usar, na I Guerra Mundial, as relações públicas para vender a guerra ao

público americano. A guerra estimulava as campanhas populares de relações públicas para criar laços de guerra, a Cruz Vermelha, o Exército de Salvação e a YMCA (Young Men's Christian Association). Em 1920, jornalistas e críticos de jornalismo reclamavam que havia mil escritórios de propaganda em Washington moldados segundo a experiência de guerra (Schudson, 1978: 143). Entre os jornalistas circulavam números de que 50 ou 60 por cento das histórias, mesmo no *New York Times*, eram inspiradas por agentes de publicidade. O agente publicitário, escreveu o filósofo John Dewey, «é talvez o símbolo mais significativo da presente vida social» (1930: 44).

Ansiosos relativamente à manipulação da informação na era da propaganda, os jornalistas sentiram a necessidade de se unirem e de reivindicarem a sua integridade colectiva. Nos anos 20, isso significava cada vez mais uma adesão escrupulosa a ideais científicos. «Só há um tipo de unidade possível num mundo tão diverso quanto o nosso», escreveu Walter Lippmann. «É a unidade do método em vez da do objectivo; a unidade da experiência disciplinada.» Ele queria promover a dignidade profissional dos jornalistas e proporcionar-lhes um treino «em que o ideal do testemunho objectivo é cardinal» (Lippmann, 1920: 67, 82). Mais do que um conjunto de regras de trabalho para se defenderem do manto da calúnia ou um conjunto de coações para ajudarem os editores a continuar a controlar os seus subordinados, a objectividade, no fim de contas, era um código moral.

Algumas das condições sociológicas que produziram estas normas jornalísticas na América não existiam ou eram menos pronunciadas na Europa. O desejo dos jornalistas de se distinguirem dos profissionais de relações públicas não existia na Europa, porque as relações públicas se desenvolveram aqui mais tarde e com menor extensão. A crescente natureza antipartidária da cultura política americana intensificou-se nos anos progressistas e foi muito além de meros esforços para limitar a corrupção partidária na Europa. Na América, teve de se inventar uma tradição de função pública, surgindo esta como o resultado de um movimento político; na Europa, um certo grau de autonomia burocrática, legitimidade e profissionalismo podia ser dado como certo, por isso, havia menos razões para os funcionários públicos europeus se idealizarem da mesma maneira que os reformistas americanos. As virtudes ideológicas de um divórcio jornalístico do partido, tão rapidamente retratadas na América face a este panorama reformista, não tiveram uma base política comparável no jornalismo europeu.

Também pode ser que o espaço cultural que podia ser ocupado pela objectividade como valor profissional no jornalismo americano estivesse já ocupado no jornalismo europeu. Os jornalistas da Europa Continental já se viam de uma forma bem-sucedida publicamente – como grandes criadores literários e pensadores políticos cosmopolitas. Não tinham deles próprios a imagem negativa de trabalhado-

res cuja presença no mundo precisava de uma melhoria, tal como tinha acontecido com os jornalistas americanos – e britânicos. Se, numa dada ocasião, houvesse melhoria, seria para um ideal literário e não profissional.

É uma generalização demasiadamente global sobre os diferentes jornalismo europeus, mas há um caso a que se aplica muito bem, pelo menos à experiência francesa. Jean Chalaby afirmou que os jornalismo britânico e americano experimentaram uma «revolução discursiva única» e que se passaram a centrar, em meados do século XIX, em informações e em factos, mas o jornalismo francês não. Até ao final do século, quando os jornais líderes na Grã-Bretanha e na América empregavam inúmeros correspondentes estrangeiros, a imprensa francesa retirava dos jornais londrinos a maior parte das suas notícias estrangeiras. Os Franceses não se preocupavam tanto quanto os Britânicos e os Americanos em delinear a fronteira entre factos e comentários nas notícias. O jornalismo francês era dominado por figuras e aspirações literárias e não participou na revolução discursiva centrada em factos que caracterizava os jornalismo britânico e americano (Chalaby, 1998).

A norma moral pela qual os jornalistas americanos regem a sua vida profissional, que usam como meio de controlo social e de identidade social e que aceitam como o motivo mais legítimo para atribuir louvores e culpas, é uma norma que se enraizou primeiro, e em maior profundidade, neste jornalismo e não noutros do outro lado do Atlântico.

A profissionalização do jornalismo americano atingiu um ponto alto nos anos 50 e 60 do século XX, ao que o especialista dos *media* Daniel Hallin chamou era do «alto modernismo» (Hallin, 1994: 170-180). A partir dos anos 60, a crítica surgiu dentro e fora do jornalismo, condenando o profissionalismo jornalístico e a própria norma da objectividade como meio de satisfazer um poder estabelecido, em particular as autoridades governamentais. Os jornalistas eram considerados educados de mais e cooperantes de mais, dispostos de mais a aceitar as pressuposições da Guerra Fria como suas, desejosos de mais de adoptar a ideologia anticomunista e um conjunto de valores institucionais moderados que davam como certos o empreendimento capitalista, as virtudes das pequenas cidades, um sistema plural e outros valores promovidos pelas elites políticas (Gans, 1979: 39-55).

A crítica teve consequências. Impulsionados pela fenda profunda nas políticas institucionais produzidas pela Guerra do Vietname, repórteres e editores assumiram maior autoridade em relação às suas próprias fontes. Vietname, Watergate, a cultura adversária dos anos 60, a reacção dos *media* às “oportunidades fotográficas” proporcionadas por Ronald Reagan e à vitória cínica de patriotismo de George Bush sobre Michael Dukakis em 1988 contribuíram para a consciência no jornalismo tanto das suas possibilidades como dos seus perigos. A prática do

jornalismo mudou significativamente, com uma mistura mais despreocupada de distanciamento profissional, de diligência analítica – e, portanto, interpretativa – e de considerações guiadas pelo mercado das paixões e dos interesses do público, do que no passado imediato. Porém, a ligação a uma visão em particular do jornalismo – centrado em factos, agressivo, enérgico e não-partidário – continua poderosa, praticamente sagrada, entre a maioria dos jornalistas americanos.

Os aspectos positivos e negativos da Primeira Emenda

Quando o jornalismo opera dentro de uma democracia liberal, pode operar de diferentes maneiras. «O Congresso não fará nenhuma lei que limite a liberdade de expressão ou de imprensa.» Esta proibição simples e categórica na Primeira Emenda (1791) da Constituição é o orgulho do jornalismo americano. E o orgulho não é despropositado. A imprensa é mais livre de restrições governamentais nos Estados Unidos do que em qualquer outra nação no mundo. No entanto, a Primeira Emenda não significa exactamente o que os jornalistas pensam que significa, nem resolve todos os problemas de censura e de constrangimentos à expressão. Em particular, os limites aos constrangimentos governamentais nos Estados Unidos tornaram os *media* informativos americanos mais vulneráveis à censura das próprias companhias privadas dos *media* do que em países com um Estado fortemente curador dos *media* independentes, como a Grã-Bretanha, ou com um apoio subsidiado pelo Estado aos *media* que representam pontos de vista diversos e minoritários, como os países nórdicos. Para um número crescente de críticos importantes, seguir rigidamente a Primeira Emenda não proporciona o melhor ambiente para encorajar a liberdade de expressão. Na verdade, a Primeira Emenda é o baluarte da liberdade da imprensa americana, mas se é para o bem maior da liberdade de imprensa, permanece uma questão em aberto.

Consideremos Pat Tornillo que, em 1972, se candidatou a um cargo na legislatura do Estado da Florida. O *Miami Herald* escreveu dois editoriais mordazes sobre ele. Tornillo pediu espaço no jornal para responder, citando um estatuto da Florida de 1913 de “direito de resposta” que exigia que os jornais fornecessem, se solicitado, um espaço comparável para resposta quando atacam a reputação de qualquer candidato a nomeação ou a eleição. Quando o *Miami Herald* recusou satisfazer o pedido de Tornillo, ele processou o jornal. O Supremo Tribunal da Florida considerou que o estatuto de direito de resposta servia o «largo interesse social no livre fluxo de informação para o público». A maioria das democracias do mundo concordaria. Os estatutos de direito de resposta são lugares-comuns.

Por seu lado, o *Miami Herald* acreditava que um estatuto de direito de resposta limitava o direito do jornal de publicar o que queria. O *Herald* apelou da decisão da Florida ao Supremo Tribunal dos Estados Unidos. O caso apresentava um problema clássico: poderia o governo aumentar constitucionalmente o debate e a discussão públicos apenas por ficar completamente fora da regulação dos *media*? Ou poderia e deveria passar leis de imprensa não para limitar mas para aumentar a livre expressão e para fazer bem o que o Tribunal em 1964, no caso *New York Times v. Sullivan*, descreveu como «um profundo compromisso nacional com o princípio de que o debate de assuntos públicos deve ser desinibido, robusto e totalmente aberto»? (*New York Times v. Sullivan* 376 U.S. 270)

Julgando pelas aparências, um estatuto de direito de resposta poderia parecer um favor ao debate público, mas o Supremo Tribunal dos Estados Unidos declarou o contrário. O juiz Byron White viu no estatuto da Florida «a pesada mão da intrusão governamental» que «tornaria o governo o censor do que as pessoas podem ler e saber». Para o juiz White, isso não pode ser permitido. Se o mercado for o censor, tal pode ser lamentável mas está plenamente de acordo com a Constituição. É a censura do Estado que a Constituição proíbe.

Este caso sugere que o especialista da Primeira Emenda Owen Fiss tem razão ao referir os perigos da “censura administrativa” na imprensa americana. Alguns críticos, tanto europeus como americanos, distinguem entre “censura governamental” e “censura de mercado”, esta última referindo-se às restrições à livre expressão a que as organizações noticiosas se submetem para agradar aos consumidores, aos anunciantes e aos investidores, visando com isso uma subida dos lucros. Mas é mais exacto reconhecer que o mercado não censura automaticamente nada nem ninguém; os seres humanos tomam as decisões de incluir ou de excluir expressões nas organizações noticiosas que controlam. No caso Tornillo, o mercado não era de todo uma preocupação directa, embora, claro, os directores dos jornais se preocupassem com as restrições a longo prazo à sua liberdade de operação, se o governo pudesse mandar alguns tipos de publicação (Fiss, 2002: 257-283).

No caso Tornillo, o Tribunal evitou, obviamente, que o governo dissesse o que quer que fosse às organizações noticiosas sobre o que podem ou não podem, devem ou não devem fornecer ao público. O Tribunal interpretou a proibição da Primeira Emenda às leis que “limitam” a liberdade de imprensa como uma proibição às leis “relativas” à liberdade de imprensa.

Obviamente, esta é uma leitura muito rigorosa do papel do governo como suporte de um enquadramento para a livre expressão. Há espaço para discordar acerca do melhor enquadramento para uma comunicação social democrática. O Supremo Tribunal dos Estados Unidos decidiu unanimemente a favor de Tornillo,

mas alguns juristas acreditam que errou. Na opinião deles, o caso *Tornillo* ficou aquém do que se esperava relativamente à protecção do debate «desinibido, robusto e totalmente aberto» de assuntos públicos, o modelo apresentado pelo juiz William Brennan aquando do voto maioritário na decisão do caso *Sullivan* (1964).

O modelo de Brennan sugere que a Primeira Emenda não procura proteger a autonomia de expressão dos indivíduos (na prática, a autonomia individual das organizações noticiosas), mas servir o objectivo da sociedade em geral de um debate público rico.

Se proteger a autonomia de um indivíduo ou de uma empresa (um jornal), amplia a liberdade de expressão e, por isso mesmo, aumenta o debate público; então essa autonomia deve ser protegida com devoção – mas não para seu próprio bem. Se essa mesma autonomia interferir com o debate público rico, então o Estado deve ter meios legítimos para intervir de modo a preservar o debate robusto dos indivíduos ou das empresas que possam desviá-lo da sua rota. De acordo com este argumento, Pat *Tornillo* devia ter vencido o caso.

Se o Supremo Tribunal é curador e intérprete de um «contrato de governação que estabelece as instituições do governo e as normas, os modelos e os princípios que devem controlar essas instituições», como o jurista Owen Fiss escreve, então é vital manter o largo assunto do debate público robusto em mente (Fiss, 1996: 35). Neste sentido, a protecção da autonomia individual das instituições dos *media* contra o Estado é um meio, não um fim, mesmo que seja um meio favorecido.

É óbvio que esta doutrina abre uma vasta lista de decisões subtis e difíceis. Não só torna claro que a actual lei da Primeira Emenda americana é susceptível de revisão, mas também sugere que posições muito diferentes em outros países podem servir a democracia tão bem ou melhor do que a tradição liberal-libertária da Primeira Emenda nos Estados Unidos.

Será o modelo americano um modelo para todos os outros?

O modelo americano não pode ser implantado em nenhum outro sistema. Surgiu de uma história única e foi moldado por uma relação com instituições políticas distintas e uma cultura política única. Mesmo com a lealdade partidária e os padrões de voto dos partidos a enfraquecer nas outras democracias liberais, o enfraquecimento dos partidos americanos é extremo. Um estudo de consultores políticos de todo o mundo descobriu que 80 por cento dos consultores australianos consideraram as organizações partidárias nacionais “muito importantes” para o sucesso eleitoral dos candidatos, comparando com 45 por cento dos consultores da Europa Ocidental,

45 por cento dos consultores da América Latina e apenas 13 por cento dos consultores americanos (Plasser 2001: 49). Mesmo com os atractivos da Primeira Emenda, as outras democracias encontraram vias alternativas para instaurar a liberdade de expressão que envolve, em vez de evitar, o exercício da autoridade governamental nacional.

Os outros países não vão – nem devem – aceitar o jornalismo de estilo americano num todo, embora possam aprender alguma coisa aqui e ali. O que me parece valer a pena apresentar como um ideal no jornalismo americano é o espírito que exhibe no seu melhor. Num contexto muito diferente, a teórica política Nancy Rosenblum sugeriu que alimentar os valores que levam a democracia a funcionar deve começar em casa e que as democracias deviam aprender a cultivar nos seus cidadãos um conjunto de virtudes que as pessoas manifestem na sua vida do dia-a-dia. Enumera duas virtudes ou “disposições” cívicas como particularmente importantes. A primeira é o que ela chama de “espontaneidade fácil”, um estilo de civilidade em que as pessoas se tratam de maneira idêntica e fácil, sem estarem com cerimónias. Paralelamente, há o desenvolvimento de uma “pele dura”, a disposição para fazer concessões «e para resistir ao impulso de reforçar as fraquezas». A segunda disposição cívica de Nancy Rosenblum é “levantar a voz”, não em casos de vida ou de morte, mas nas instâncias mais triviais da injustiça do dia-a-dia. Chama aqui a atenção para o valor de uma pessoa dar pelo menos uma resposta mínima à injustiça corrente, «uma quantidade insignificante de reconhecimento quando alguém é enganado» (Rosenblum, 1999: 72-73, 78-79).

Existem agora outras disposições que se podem recomendar a uma democracia – por exemplo, interessar-se adequadamente por assuntos públicos ou ter vontade de ouvir e de se comprometer. No entanto, as duas disposições para as quais Nancy Rosenblum chama a atenção parecem-me muito importantes – e também, involuntariamente, muito americanas. Poder-se-ia definir melhor a famosa personagem de Mark Twain, Huckleberry Finn, do que por uma “espontaneidade fácil” e uma vontade de “levantar a voz” contra as injustiças, grandes e pequenas?

As virtudes de Huckleberry também podem ser as virtudes do jornalismo americano no seu melhor. A prática de entrevistar políticos que os Americanos desenvolveram, e que, até certo ponto, ensinaram aos jornalistas de outros países, é uma manifestação institucional perfeita de espontaneidade fácil. As denúncias ou a reportagem de investigação são igualmente uma institucionalização do “levantar a voz”. Nenhuma está essencialmente relacionada com a promoção, com a objectividade ou com a Primeira Emenda, embora haja ligações óbvias. Mas vale a pena admirar o espírito da espontaneidade fácil e do erguer a voz no jornalismo americano. Se o seu espírito se espalhar, qualquer que seja o aparato institucional, organizacional ou cultural nas práticas noticiosas dos outros países, então o jornalismo americano tornou-se definitivamente uma inspiração que transpõe as costas americanas.

BIBLIOGRAFIA

- BLUMIN, S. (1976), *The Urban Threshold*, Chicago: Chicago University Press.
- BOORSTIN, D. (1965), *The Americans: The National Experience*, Nova Iorque: Random House.
- BRODER, D. (1973), «Political reporters in presidential politics», in C. Peters e J. Rotschild (eds.), *Inside the System*, Nova Iorque: Praeger.
- CARMAN, H. J.; LUTHIN, R. (1964), *Lincoln and the Patronage*, Gloucester MA: Peter Smith.
- CHALABY, J. (1998), *The Invention of Journalism*, Londres: Macmillan.
- DEWEY, J. (1930), *Individualism Old and New*, Nova Iorque: Minton, Balch.
- EMERY, E.; EMERY, M; ROBERTS, N. (1996), *The Press and América*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- FISS, O. (1996), *Liberalism Divided*, Boulder, CO: Westview Press.
- FISS, O. (2002), «The censorship of television», in L. C. Bollinger, G. R. Stone (eds.), *Eternally Vigilant*, Chicago: University of Chicago Press.
- FRANKLIN, B. (1961), *Autobiography*, Nova Iorque: New American Library.
- GANS, H. J. (1979), *Deciding What's News*, Nova Iorque: Pantheon.
- GRIFFITH, S. F. (1989), *Home Town News: William Allen White and the Emporia Gazette*, Nova Iorque: Oxford University Press.
- HALLIN, D. (1994), *We Keep America on Top of the World*, Nova Iorque: Routledge.
- KIELBOWICZ, R. (1989), *News in the Mail*, Westport, CT: Greenwood.
- KING, E. (1992), *Ungagged Partisanship: The Political Values of the Public Press 1835-1920*, (Diss. Dout.), University of California San Diego.
- LIPPMANN, W. (1920), *Liberty and the News*, Nova Iorque: Harcourt, Brace and None.
- MCGERR, M. (1986), *The Decline of Popular Politics*, Nova Iorque: Oxford University Press.
- PASSER, F. (2001), «Parties' diminishing relevance for campaign professionals», *Harvard International Journal of Press/Politics*, 6: 44-59.
- RITCHIE, D. (1991), *The Press Gallery*, Cambridge, MA: Harvard University Press.
- ROSENBLUM, N. (1999), «Navigating pluralism: the democracy of everyday life (and where it is learned)», in S. L. Elkin, K. E. Soltan (eds.), *Citizen Competence and Democratic Institutions*, University Park, PA: Pennsylvania State University Press.
- RUSSO, D. P. (1980), «The Origin of Local News in the U.S. Country Press 1840s-1870s», *Journalism Monographs* 5 (February).
- SCHUDSON, M. (1978), *Discovering the News*, Nova Iorque: Basic Books.

SCHUDSON, M. (1995), *The Power of News*, Cambridge MA: Harvard University Press.

SCHUDSON, M. (1998), *The Good Citizen: A History of American Civic Life*, Nova Iorque: Free Press.

SCHUDSON, M. (2001), «The objectivity norm in American journalism», *Journalism 2*, 2: 149-170.

SMITH, C. (1977), *The Press, Politics and Patronage*, Athens, GA: University of George Press.

TOCQUEVILLE, A. (1969), *Democracy in America*, Garden City, NY: Doubleday.

Tradução de Diana Gonçalves