

## UMA QUESTÃO DE PÚBLICO: O QUE QUEREM HISTORIADORES E JORNALISTAS AO ESCREVER HISTÓRIA?

ISMAEL CALVI SILVEIRA\*

**Resumo:** Os historiadores vêm se deparando, como nos lembra Revel (2012), com um maior número de profissionais de outras áreas conforme os seus objetos de pesquisa vêm se aproximando do tempo presente. Todavia, há também um interesse por parte da sociedade por narrativas históricas que está sendo atendido por escritores de uma história não-profissional, os jornalistas em especial. O propósito deste artigo é, portanto, estudar o que fazem os historiadores quando produzem uma obra historiográfica e o que escrevem os jornalistas ao produzirem livros de história; e analisar como ambos os campos (historiográfico e jornalístico) são definidos e como eles estão relacionados com a produção das referidas obras.

**Palavras-chave:** *historiadores; historiografia; jornalistas; escrita da história.*

**Abstract:** Historians have been confronted, as Jacques Revel (2012) reminds us, by professionals of other disciplines as the objects of our researches are getting closer to the present time. However, there is a huge public interest for historic narratives which have been answered by non-professional writers, mostly journalists. So, the purpose of this paper is to study what does a historian when he writes a historiographical work and what journalists do when they write a history book; and to analyze how both fields (scientific and journalistic) are defined and how are they relate with the production of those works.

**Keywords:** *historians; historiography; journalists; writing of history.*

---

Artigo recebido em 22 de Novembro de 2013 e aprovado para publicação em 10 de Janeiro de 2014.

\* Mestrando do Programa de Pós-Graduação em História da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (bolsista CAPES/PROSUP). E-mail: amangaer@gmail.com.

Como bem observou Jacques Revel (2012), a história enquanto disciplina profissional vem se encontrando com novos concorrentes conforme expande seus focos de análise. O recente aumento nos estudos da história do tempo presente vem trazendo os historiadores a se confrontarem com profissionais de outras áreas, em especial, os jornalistas (REVEL, 2012). É certo que a atenção que a história do tempo presente vem recebendo por parte da academia é, também, fruto da preocupação da sociedade com os grandes traumas sofridos no século passado, que permanecem “obstinadamente presentes” (REVEL, 2012). Porém, este espaço já se encontrava ocupado por jornalistas e este avanço dos historiadores em direção a um terreno ocupado também produz um efeito contrário: com o sucesso dos jornalistas no campo do presente, eles também expandiram seu escopo temporal e agora escrevem sobre a história passada. Podemos atestar tal dado ao olharmos para alguns sucessos editoriais recentes, como *1808*, de Laurentino Gomes<sup>1</sup>, ou a coleção *Terra Brasilis*, escrita por Eduardo Bueno<sup>2</sup>.

A história nunca foi domínio exclusivo dos historiadores profissionais, é verdade, e isto se deve à “porosidade da disciplina” (REVEL, 2012). Apesar do esforço para organizar o campo de produção historiográfico como uma comunidade científica isolada, o público leigo sempre manteve o seu interesse por narrativas históricas. A recusa dos historiadores, seja por vaidade ou por requisitos institucionais, em ocupar este espaço aberto pela demanda popular abriu a oportunidade para que outros profissionais, como os já mencionados, aproveitassem a chance. As condenações ao ‘oportunismo’ editorial são muitas e frequentes, sempre acusando a incompetência dos autores não-profissionais para escreverem história. Parece importante, entretanto, fazermos uma pergunta aparentemente simples: que história escreve o historiador e que história escreve o jornalista?

---

<sup>1</sup> Conforme se encontra no site do autor: “Paranaense de Maringá, Laurentino Gomes é quatro vezes ganhador do Prêmio Jabuti de Literatura com os livros *1808*, sobre a fuga da corte portuguesa de D. João VI para o Rio de Janeiro, e *1822*, sobre a Independência do Brasil. Sua obra também foi eleita o Melhor Ensaio de 2008 pela Academia Brasileira de Letras. Formado em Jornalismo pela Universidade Federal do Paraná, com pós-graduação em Administração pela Universidade de São Paulo, é membro titular do Instituto Histórico e Geográfico de São Paulo e da Academia Paranaense de Letras. Seu terceiro livro, *1889*, recém-lançado pela Globo Livros, trata da Proclamação da República.” Disponível em: <<http://www.laurentinogomes.com.br/autor.html>>

<sup>2</sup> Conforme encontrado no site da editora L&PM: “Eduardo Bueno é escritor, jornalista, editor e tradutor. É o primeiro escritor, nos últimos 12 anos, a possuir três títulos na lista dos *best-sellers* dos principais jornais e revistas do país. Autor da coleção *Terra Brasilis* – sobre a história colonial do Brasil –, Eduardo Bueno se tornou o maior fenômeno editorial do país nos últimos dois anos. Juntos, os três títulos da coleção – *Viagem do Descobrimento*, *Náufragos*, *Traficantes e Degredados e Capitães do Brasil* – venderam mais de 400 mil exemplares.” Disponível em: <[http://www.lpm.com.br/site/default.asp?TroncoID=805134&SecaoID=948848&SubsecID=0&Template=../livros/layout\\_autor.asp&AutorID=909391](http://www.lpm.com.br/site/default.asp?TroncoID=805134&SecaoID=948848&SubsecID=0&Template=../livros/layout_autor.asp&AutorID=909391)>

A resposta a essa pergunta passa pela elaboração de alguns conceitos chave. Primeiro, devemos analisar as diferenças metodológicas que existem entre a escrita científica e aquela de divulgação científica. Em segundo lugar, precisamos entender como se constituem os campos historiográfico e jornalístico e como eles se colocam em relação ao universo social mais amplo, ou seja, à sociedade em si. Por fim, resta fazermos o caminho inverso: se criticamos a entrada dos jornalistas em um espaço que supomos nos pertencer, devemos entender, também, como se dá o nosso acesso ao campo jornalístico.

## 1. As diferentes escritas da história

A escrita da história, quando realizada por um profissional da área, é pautada por critérios científicos que ordenam a validade da narrativa enquanto conhecimento. Crítica interna e comparativa das fontes; uso de metodologias investigativas; linguajar acadêmico; estes são alguns dos elementos que devem ser observados quando escrevemos história. Mas, quando um jornalista escreve história, deve ele observar estes mesmos critérios?

Como definiu Michel de Certeau, a escrita da história é uma operação que relaciona “um *lugar* (um recrutamento, um meio, uma profissão, etc.), *procedimentos* de análise (uma disciplina) e a construção de um texto (uma literatura)” [grifos do autor] (CERTEAU, 1982:66). Ou seja, “a história se constrói em função de uma instituição cuja organização parece inverter: com efeito, obedece a regras próprias que exigem ser examinadas por elas mesmas” (CERTEAU, 1982:66).

Estas regras começam a tomar sua forma a partir do estabelecimento da disciplina histórica como disciplina científica, tornando-se uma “instituição de saber” (CERTEAU, 1982:69). Como o próprio historiador francês colocou, o que constituiu essa instituição foi a criação de um grupo de profissionais - no caso francês, ligados à *Revue historique*. A profissionalização da escrita da história a partir de grupos ligados a publicações específicas e à academia restringe o acesso ao grupo. “É, pois, impossível analisar o discurso histórico independentemente da instituição em função do qual ele se organiza silenciosamente [...]” (CERTEAU, 1982:71).

Para se escrever uma história historiográfica, profissional, é necessário ter o domínio de técnicas e regras implícitas do grupo, tanto quanto participar dos círculos apropriados de publicação. Frequentar os espaços propícios para a publicação de textos científicos é o que abre a possibilidade do texto ser recebido e lido pelo público especializado, apto a julgar o valor da obra. O público leigo, mais amplo...

[...] não é o verdadeiro destinatário do livro de história, mesmo que seja seu suporte financeiro e moral. Como o aluno de outrora falava à classe tendo por detrás dele seu mestre, uma obra é menos cotada por seus compradores do que por seus ‘pares’ e seus ‘colegas’, que a apreciam segundo critérios científicos diferentes daqueles do público e decisivos para o autor, desde que ele pretenda fazer uma obra historiográfica. (CERTEAU, 1982:72)

Desta forma, devemos entender que o domínio das técnicas científicas da produção historiográfica é fundamental para os historiadores; mas para o jornalista que se dispõe a escrever um livro de história, nem tanto. Ainda segundo Certeau, um livro não recebido pelos pares (ou seja, historiadores), “cairá na categoria de ‘vulgarização’ que, considerada com maior ou menor simpatia, não poderá definir um estudo como ‘historiográfico’.” (CERTEAU, 1982:72) Precisamos compreender, portanto, que o intuito da escrita do jornalista não é o de escrever um trabalho historiográfico, mas antes um livro de história. Lembremos do que disse Revel sobre a porosidade da disciplina: “*Professional historians may pretend to live and practice in a separate world, but, on repeated occasions, they are confronted with non-professional protagonists*” (REVEL, 2012)<sup>3</sup>.

Existe uma demanda de mercado por livros de história, e não necessariamente por livros historiográficos. Devemos entender o apelo de uma literatura simples, de vulgarização, cujos intuítos são o entretenimento e a divulgação do conhecimento científico. O trabalho de vulgarização se vale de trabalhos historiográficos, mas não tem os mesmos requisitos de rigor científico. A linguagem é mais acessível, as notas de rodapé se tornam opcionais, e o livro não tem o dever de produzir um conhecimento novo e refinado – ele vai, apenas, divulgar o que já foi produzido.

O que nos parece importante, aqui, é perceber que essa discussão está ligada ao estabelecimento dos campos científico (do qual faz parte o historiográfico) e jornalístico. Precisamos compreender como operam interna e externamente ambos os campos para nos aproximar de uma compreensão sobre a polêmica relativa à publicação de livros de história por parte de jornalistas e demais escritores que não sejam profissionais da área.

## 2. A estruturação dos campos

O campo, segundo a teoria do sociólogo francês Pierre Bourdieu (2012), é um elemento constitutivo do mundo social, um espaço dentro do todo que é o social. Ele é composto por agentes, ordenados hierarquicamente conforme as ordens internas de cada

---

<sup>3</sup> “Historiadores profissionais podem fingir que vivem e trabalham em um mundo separado, mas em repetidas ocasiões, eles são confrontados por protagonistas não-profissionais” (tradução livre)

campo. Trata-se de um “campo de forças”<sup>4</sup> onde se dão as lutas pela obtenção de um capital que lhe é próprio<sup>5</sup>. Como define o autor:

“A noção de campo está aí para designar esse espaço relativamente autônomo, esse microcosmo dotado de suas leis próprias. Se, como o macrocosmo, ele é submetido a leis sociais, essas não são as mesmas. Se jamais escapa às imposições do macrocosmo, ele dispõe, com relação a este, de uma autonomia parcial mais ou menos acentuada.” (BOURDIEU, 2004:20-21).

Podemos afirmar, desta forma, que o campo é ordenado hierarquicamente a partir das práticas (o *habitus*). Esse *habitus* produz capitais (econômico, social, político, simbólico, cultural, etc.) que também são específicos do microcosmo social do campo específico, mas é a partir destes capitais específicos que se estabelecem as coordenadas pelas quais um agente irá se inserir dentro do macrocosmo social. Portanto, os campos não são inteiramente autônomos, como bem expôs Bourdieu – e nem poderiam sê-lo -, mas funcionam em uma relação de interdependência com o todo social. A ascensão dentro da hierarquia do microcosmo também proporciona uma mobilidade no tecido social maior, já que a posição dos indivíduos seria informada a partir dos capitais que ele acumula na sua agência. Deste modo, é preciso compreender as especificidades do campo da ciência (e, neste caso, do subcampo da história) e do campo da comunicação social.

A maneira de obtenção dos capitais varia conforme as especificidades de cada campo, estando relacionadas ao *habitus* que é incorporado por seus agentes, ou seja, as práticas sociais específicas daquele microcosmo particular. Para os casos que estamos estudando, o da historiografia e o do jornalismo, podemos afirmar que as práticas que cada agente deve desenvolver diferem em função de seu campo. É preciso, portanto, explicitar os meios pelos quais historiadores e jornalistas granjeiam o capital cultural e simbólico respectivos a seus campos. Cada agente está, para pensarmos nos termos de Michel de Certeau, sujeito a um “lugar de produção” (CERTEAU, 1982: 65-66), seja ele institucionalizado literalmente (no caso de um empregador) ou não (no caso de práticas reconhecidas e requeridas pela lógica interna do campo).

---

<sup>4</sup> Na medida em que as propriedades tidas em consideração para se construir este espaço são propriedades actuantes, ele pode ser descrito também como um campo de forças, quer dizer, como um conjunto de relações de força objetivas impostas a todos os que entrem nesse campo e irredutíveis às intenções dos agentes ou mesmo às *interações* directas entre os agentes. [grifo do autor] (BOURDIEU, Pierre. O poder simbólico. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2012: 134).

<sup>5</sup> [...] As espécies de capital, à maneira de trunfos num jogo, são os poderes que definem as probabilidades de ganho num campo determinado (de facto, a cada campo ou subcampo corresponde uma espécie de capital particular, que ocorre, como poder e como coisa em jogo, neste campo) (BOURDIEU, Pierre. O poder simbólico. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2012: 134).

Parece-nos propício partir de Certeau para explicar o funcionamento do campo historiográfico, que é um “compartimento” do campo maior, o científico. Um conceito já consagrado deste autor nos parece bastante oportuno para situar a singularidade do campo. Trata-se do conceito de “lugar de produção”, que pode ser explicado com base na própria noção de historiografia do autor:

Toda pesquisa historiográfica se articula com um lugar de produção sócio-econômico, político e cultural. Implica um meio de elaboração que circunscrito por determinações próprias: uma **profissão liberal**, um posto de observação ou de **ensino**, uma categoria de letrados, etc. Ela está, pois, submetida a imposições, ligada a privilégios, enraizada em uma particularidade. É em função deste lugar que se instauram os **métodos**, que se delineia uma topografia de interesses, que os documentos e as questões que lhes serão propostas, se organizam. [grifos nossos] (CERTEAU, 1982: 66-67)

Com a constituição da história enquanto ciência, ainda no século XIX, foram desenvolvidos requisitos metodológicos para o seu exercício profissional. Conforme lemos na passagem acima, o domínio de tais métodos passa pelo pertencimento institucional a um lugar privilegiado para o estudo da história: a academia. Seja como aluno ou professor, o pertencimento a um curso superior na área da história tornou-se fundamental. Lá, aprendem-se os métodos para o controle do rigor científico das análises; a partir da instituição se vê facilitado o acesso a documentos, bem como se obtém a oportunidade de publicar textos em veículos especializados (fato importante, como referido anteriormente, para definir o valor de uma obra historiográfica); e, fundamentalmente, é através da profissão de professor universitário e de pesquisador que o caminho para o acúmulo de capital cultural e simbólico é possibilitado dentro do subcampo da disciplina histórica.

O pertencimento institucional é o primeiro critério que orienta a hierarquização do campo – ele que confere o capital simbólico (e econômico) –, e acima disso, poderíamos afirmar que ele é, talvez, o próprio elemento de pertencimento ao campo. Em segundo lugar, é a produção individual de cada agente que lhe fornece o capital cultural e simbólico para constituir-se enquanto autoridade dentro do seu subcampo específico. A circulação da produção é deliberadamente limitada, destinada apenas ao público especializado - apto a julgar o valor de cada obra -, e não está condicionada a uma demanda mercadológica<sup>6</sup>. Mas, ainda que o produto não seja elaborado pensando na demanda de um mercado, é o reconhecimento pelos pares (público) que cria o valor da obra. O meio de legitimação do campo, e, portanto, de obtenção de capital cultural e simbólico, torna-se este reconhecimento.

---

<sup>6</sup> Neste sentido, há, no campo historiográfico, certa autonomia em relação às demandas do consumidor, ao contrário do que se verifica no campo jornalístico.

\*\*\*

Deste modo, revisitando o primeiro subtítulo deste artigo, a produção de um historiador é orientada pelo seu *habitus*, pela sua prática: ele obedece a códigos de escrita particulares, responde a questões particulares e destina sua obra a um público particular. O trabalho historiográfico, estando inserido no campo científico, também retém aquela qualidade de relativamente autônoma do seu microcosmo; é claro, todavia, que ele não se mantém intocado e intocável pela sociedade que o cerca. Ainda que o profissional da história escreva sobre um tema que é público (e pode ser, também, de interesse público), atendendo às suas preocupações sociais, ele não o faz com o intuito de expor sua proposta a qualquer público.

\*\*\*

O campo jornalístico, por outro lado, se ordena de acordo com a lógica de funcionamento de mercado: suas instituições devem produzir pensando no público consumidor. O produto jornalístico, a notícia, deve ser atrativo e vendável. O pertencimento institucional, também chave de acesso aos capitais econômico, simbólico e cultural do microcosmo, funciona como regulador dos agentes sociais. O campo jornalístico é “[...] o lugar de oposição entre duas lógicas e dois princípios de legitimação: o reconhecimento pelos pares”, que atestam e regulam os princípios que regem a produção, e “[...] o reconhecimento pela maioria, materializado no número de receitas, de leitores, de ouvintes ou de espectadores, portanto, na cifra de vendas e no lucro em dinheiro” (BOURDIEU, 1997: 105). Apesar de o reconhecimento pelos pares ser importante como fonte de capital simbólico interno, é o reconhecimento da maioria, ou seja, o sucesso comercial do produto que gera o maior capital, tanto cultural, quanto econômico.

Entretanto, se por um lado o campo jornalístico dispõe de pouca autonomia para seus agentes, ele certamente também recompensa no capital simbólico que permite acumular. O campo jornalístico, por ser regido pelas leis de mercado, parece-nos menos hermético do que o campo científico (e, talvez por isso, menos autônomo): a necessidade da venda da produção (notícia) torna o produtor reconhecido em diferentes espaços nos mais diversos campos. Conforme afirma Fábio Pereira

[...] o jornalismo, como os demais mundos sociais, não é uma atividade estanque, separada do resto do planeta, como se estivesse dividida por uma linha. Pelo

contrário, ele se relaciona e se conecta com outros espaços e atores sociais, estendendo-se por toda a sociedade. (PEREIRA, 2011:33)<sup>7</sup>

Apesar do que afirma o autor ao dizer “como os demais mundos sociais”, é preciso notar que o campo historiográfico se relaciona com outros campos com menor intensidade e frequência. A regulação da circulação do produto historiográfico e o isolamento (mesmo que seja apenas um isolamento pretendido e nunca completo) do mundo acadêmico são uma prova disto. E é desta forma que o capital simbólico exterior ao próprio microcosmo é reduzido, tornando os historiadores menos reconhecidos pelo amplo público do que os jornalistas que escrevem história.

É claro que apesar do caráter hermético do campo científico, há oportunidade para a transição entre outros espaços. Assim como os jornalistas ocupam um lugar social que permanece vago ao escrevem obras de vulgarização histórica, os historiadores (e outros tipos de cientistas) são frequentemente chamados para responderem questões em jornais, revistas, programas televisivos ou de rádio. Essa presença em veículos de mídia gera, para estes profissionais, um capital que serve mais ao mundo social do que ao campo ao qual pertencem.

\*\*\*

Voltando uma vez mais ao tema central do artigo: o que querem os jornalistas ao escrever história? Antes de responder a esta pergunta, um ponto importante a ser abordado é o das diferenças internas do jornalismo. Atualmente, a comunicação social é uma área ocupada por profissionais que desempenham um sem-número de funções diferentes. Para pensar nas diferenças internas, cabe prestar atenção em uma fala do jornalista e escritor Bernardo Ajzenberg:

Quando penso em jornalismo, aqui, penso em notícia, fatos. Não me passa pela cabeça a crônica. Não penso em nada que não tenha referência direta, indestrutível, no reconhecido, naquilo que ao menos mais de uma pessoa viu [...] Houve um tempo em que o jornalismo representava mais, em que formava o único canal para toda manifestação escrita e pública. Esse tempo acabou. [...] Penso num jornalismo útil, imediato, informativo, formador e lúcido. (AJZENBERG apud BÉRGAMO, 2011: 234)

Há, portanto, uma ideia que a imprensa tem de si – uma memória – e essa concepção opõe dois momentos distintos, que parecem marcados pela maior ou menor

---

<sup>7</sup> O autor em questão usa o conceito de mundo social em vez de campo. Segundo o autor, “o mundo social consiste em uma rede de pessoas envolvidas na realização de uma atividade cooperativa” (PEREIRA, 2011: 33) Entendemos, entretanto, que apesar da diferença conceitual aqui expressa, não há um afastamento intransponível do conceito de campo.

autonomia dos profissionais do campo jornalístico: Alexandre Bérghamo (2011) estuda essa memória que os jornalistas criaram para si. O autor consegue distinguir em entrevistas de diversos jornalistas uma passagem de um tempo em que o jornalismo era opinativo, mais intelectualizado (anterior à regulamentação da profissão), e um jornalismo mais técnico e menos crítico (com a regulamentação da profissão e a obrigatoriedade da formação em um curso superior de jornalismo)<sup>8</sup>.

Fábio Pereira (2011), por outro lado, trabalha com a categoria de “jornalistas-intelectuais.” Particularmente, consideramos tal categoria um tanto quanto problemática. Todos os jornalistas entrevistados pelo autor eram considerados intelectuais por desenvolverem atividades que excedem aquelas de seu campo: são escritores ou professores universitários e, portanto, recebem a alcunha de “intelectuais.” Parece que as atividades que os profissionais estudados pelo autor não conversam com frequência, havendo uma separação entre os seus trabalhos enquanto jornalistas e enquanto intelectuais.

O que fica posto, contudo, essa ideia de uma tradição intelectual - mais autônoma – do jornalismo<sup>9</sup>. Ainda, essa tradição intelectual seria, segundo Breton e Proulx (2002), um elemento que explicaria o sucesso do produto jornalístico. De acordo com os autores: “O poder popular das mídias resulta sem dúvida dessa antiguidade da tradição [argumentativa] à qual ele se liga, associado à vontade democrática de atingir o maior número possível de pessoas.”<sup>10</sup> (BRETON E PROULX, 2002: 92)

Voltando à pergunta após essa breve digressão, podemos perceber que essa “vontade democrática” de atingir o grande público não fica restrita apenas ao âmbito jornalístico. Quando autores como Eduardo Bueno e Laurentino Gomes resolvem escrever um livro de história, eles claramente buscam preencher um espaço vago, qual seja, o das obras de divulgação para um grande público. O que esses autores fazem é ocupar um nicho que, como bem lembrou Jacques Revel, tem uma demanda popular permanente.

### 3. Cruzando a fronteira entre os campos

---

<sup>8</sup> Segundo Bérghamo (2011): “É do final dos anos 1930 a publicação do Decreto-Lei que regula a profissão de jornalista. Trata-se do Decreto-Lei Reportagem, Memória e História no Jornalismo Brasileiro 235 no 910, de 30 de novembro de 1938. De acordo com o Capítulo I Art. 1º § 1º: “Entende-se como jornalista o trabalhador intelectual cuja função se estende desde a busca de informação até a redação de notícias e artigos e a organização e direção desse trabalho” (BÉRGAMO, 2011, p. 234-235)

<sup>9</sup> O percurso de tal tradição poderia ser traçada aos jornais do século XIX, que mais se assemelhavam a panfletos políticos.

<sup>10</sup> O uso do termo “vontade democrática” nos parece um tanto quanto complicado. Cabe nos perguntarmos se essa seria uma vontade verdadeiramente democrática, ou uma questão de mercado.

Aceitar participar de um programa de televisão ou de rádio é uma decisão que deve ser muito bem pensada pelo profissional da história. Esta situação pode ser, no mínimo, ambígua. Se por um lado o historiador pode entender esta como a oportunidade de expor seu trabalho para um público maior e contribuir com a construção de um conhecimento mais sólido e profundo, por outro, ele pode se encontrar reduzido à validação das premissas institucionais do programa do qual participa. Lembremos que cada campo tem a sua própria lógica de funcionamento: e a do campo jornalístico gira em torno da aceitação do mercado.

Deste modo, a produção de uma notícia se dá de maneira a destacar a sua excepcionalidade. O modo de apresentar uma questão pode torná-la mais interessante, ou não. Apesar da “objetividade” que está implícita na ideia (aparentemente repetida à exaustão pelos veículos de comunicação) de “reportar as coisas como elas aconteceram”, devemos lembrar que esta é uma questão perigosa<sup>11</sup>. Enfim, para se adequar às demandas de mercado, o veículo de comunicação também deve chamar um tipo específico de profissional para corroborar suas hipóteses: os “*fast-thinkers*”, para usar o termo de Bourdieu, os “pensadores que pensam mais rápido que sua sombra” (BOURDIEU, 1997: 40).

Em um estudo sobre o poder da mídia, Marilena Chauí (2006) reflete sobre a substituição da informação e dos fatos por opiniões. Segundo a autora, “os fatos cederam lugar a declarações de personalidades autorizadas, que não transmitem informações, mas preferências, as quais se convertem imediatamente em propaganda.” (CHAUÍ, 2006: 8) A posição da autora em relação ao que ela define como uma substituição da opinião pública (formada na e pela esfera pública) pela manifestação pública de afetas (esvaziando a opinião pública através dos meios de comunicação) é bastante crítica em relação ao papel das ditas autoridades científicas que se prestam ao papel de convidados em programas de TV. Ela prossegue afirmando:

Isso [a substituição da opinião pública pela manifestação pública do afeto] explica o porquê da pergunta que os repórteres dirigem aos entrevistados, perguntando-lhes o que sentem [...], ficando por conta do emissor da notícia oferecer informações, interpretações e explicações, usando para estas últimas o jargão de uma linguagem pseudotécnica ou científica incompreensível, de sorte a oferecer aos demais a ilusão de que conhecem os fatos [...] porque confiam no sentimento do entrevistado e porque algum especialista apresentou uma explicação. (CHAUÍ, 2006: 10)

Esses profissionais estão mais interessados em sua autodivulgação e se mantêm alinhados aos propósitos do veículo de comunicação no qual se inserem, operando pelos

---

<sup>11</sup> Na historiografia, já vivenciamos tal lema sob a liderança do positivismo, que pretendia suprimir a “voz” do historiador para deixar as fontes falarem por si só – e não há nada mais suspeito do que este tipo de objetividade.

interesses do mercado e contribuindo para a “circulação circular da informação” (BOURDIEU, 1997: 30). Estes cientistas fornecem sua palavra como a voz autorizada da ciência para dar valor a afirmativas do senso comum, comunicando-se através de “ideias feitas.”<sup>12</sup> Desta maneira, atuam também como propagandistas dos ideias políticos ou econômicos da emissora. Breton e Proulx caracterizam a publicidade como “A publicidade constitui a relação de comunicação pública privilegiada entre empresas produtoras de bens e serviços e seu público consumidor” (BRETON E PROULX, 2002: 111). Se seguirmos por essa via explicativa, podemos definir a ação reiterativa que alguns cientistas adotam em relação ao discurso dos veículos midiáticos como uma ação publicitária. Ainda segundo os autores:

Os públicos, tanto quanto os conteúdos difundidos pelas mídias, tornam-se, assim, mercadorias: as mensagens difundidas são evidentemente ‘consumidas’ pelos públicos receptores, mas sobretudo a relação comercial que se estabelece entre o difusor e o anunciante torna-se prioritária e dominante em vista da relação de comunicação entre os difusores e receptores. Os conteúdos midiáticos apresentam-se, assim, como uma realidade de dupla face: mercadoria ao mesmo tempo que significação para um público ele próprio considerado mercadoria em um contexto comercial que engloba e submete a realidade da comunicação midiática. (BRETON E PROULX, 2002: 111-112)

O cientista se dispõe, desta maneira, a contribuir para desinformação. Esta forma de aparição na mídia se opõe a um dos preceitos da escrita historiográfica da história, o da necessidade de produzir conhecimento novo. A fala do cientista não serve nem mesmo como divulgação, ela apenas repete, sob o signo da autoridade do título acadêmico, aquilo que já foi dito anteriormente pelo jornalista. Conforme explica Pierre Bourdieu,

[...] tomar verdadeiramente o partido da ciência é optar, asceticamente, por dedicar mais tempo e mais esforço a pôr em acção os conhecimentos teóricos adquiridos investindo-os em pesquisas novas, em vez de os acondicionar, de certo modo, para a venda, metendo-os num embrulho de metadiscorso, destinado menos a controlar o pensamento do que a mostrar e a valorizar a sua própria importância ou a dele retirar benefícios fazendo-o circular nas inúmeras ocasiões que a idade do jacto e do colóquio oferece ao narcisismo do pesquisador. (BOURDIEU, 2012: 59)

É claro que o sociólogo francês, neste trecho, se referia mais à necessidade da pesquisa empírica como forma de combater a “teoria teórica” que se fecha sobre si mesma, mas a ideia também é aplicável a estas intervenções na mídia. Entendemos que a citação explícita com precisão a posição na qual se encontra o cientista social ou o historiador ao ser chamado para assumir uma posição na mídia. Ele pode abrir mão de seu compromisso

---

<sup>12</sup> Segundo Bourdieu: “As ‘ideias feitas’ de que fala Flaubert são ideias aceitas por todo mundo, banais, convencionais, comuns: mas são também ideias que, quando as aceitamos, já estão aceitas, de sorte que o problema da recepção não se coloca.” (BOURDIEU, 1997: 40)

científico e se inserir no campo jornalístico, tornando a ser convidado, ou reforçar sua posição e não encontrar a recepção desejada de suas posições. O risco que se corre é o de se transformar quase em um contador de anedotas para atender ao ritmo acelerado e constante de demanda por informação, praticando algo ainda mais problemático do que aquilo que Fernand Braudel um dia classificou, sarcasticamente, como “*petit histoire*.”

Cada escolha traz uma consequência diferente: no primeiro caso, ele pode granjear o capital simbólico que lhe permitirá ascender socialmente, levando em consideração que se tornará mais “conhecido” por amplo público – ainda assim, essa decisão enfraquece sua posição dentro do campo científico e lhe retira a aceitação por parte de seus pares, fator chave para o reconhecimento interno. No segundo caso, o agente pode reforçar sua posição dentro de seu campo, abrindo mão dessa projeção midiática.

Em qual lugar, afinal, encontra-se o historiador ao cruzar a fronteira e entrar no território do jornalista? Pode ele assumir o papel de vulgarizador do trabalho historiográfico, ou deve se negar a fazê-lo? Há, certamente, a demanda pela presença de cientistas na mídia – ainda que eles sejam censurados pelas mesmas regras que demandam essa presença – e também pela publicação de trabalhos de história voltados para o público leigo. A decisão, portanto, cabe ao indivíduo e fica condicionada às suas pretensões; assim como as consequências de tal escolha.

### **Referências bibliográficas**

BÉRGAMO, Alexandre. Reportagem, memória e história no jornalismo brasileiro. In: *Mana*, Rio de Janeiro, v. 17, n. 2, p. 233-269, ago. de 2011.

BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2012.

BOURDIEU, Pierre. *Os usos sociais da ciência: Por uma sociologia clínica do campo científico*. São Paulo: UNESP, 2004.

BOURDIEU, Pierre. *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

BRETON, Philippe e PROULX, Serge. *Sociologia da comunicação*. São Paulo: Loyola, 2002.

CHAUÍ, Marilena. *Simulacro e poder: Uma análise da mídia*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2006.

CERTEAU, Michel de. *A Escrita da História*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1982.

PEREIRA, Fábio. *Jornalistas-intelectuais no Brasil*. São Paulo: Summus, 2011.

REVEL, Jacques. Public Uses of History: Expectations and Ambiguities. In: *Transformations of the Public Sphere* [online], 2012. Disponível em: <[http://publicsphere.ssrc.org/revel-public-uses-of-history/?utm\\_source=sm&utm\\_medium=twitter&utm\\_campaign=aa](http://publicsphere.ssrc.org/revel-public-uses-of-history/?utm_source=sm&utm_medium=twitter&utm_campaign=aa)>;

Acessado em: maio de 2012.