

O “fato jornalístico” como conceito crucial no Jornalismo e suas imbricações como “fato histórico” e “fato social”

The “journalistic fact” as a crucial concept in Journalism and its imbrications as “historical fact” and “social fact”

Hérica Lene

Doutora em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ).

SUBMETIDO EM: 24/05/2014

ACEITO EM: 12/08/2014

PERSPECTIVAS

RESUMO

Este artigo tem como objetivo central discutir o conceito polissêmico de fato – crucial no Jornalismo –, e as suas classificações em social, histórico e jornalístico, entendendo a Comunicação como um campo em interação permanente com outros campos do saber. Refletir sobre esse termo é pertinente como suporte teórico e metodológico no desenvolvimento de estudos sobre história dos meios de comunicação ou das mídias. A opção metodológica foi levantamento bibliográfico acerca do conceito “fato”. Entre os aportes teóricos mais importantes nesta reflexão, estão as abordagens: de Émile Durkheim, Robert Park (1940), Muniz Sodré (1996; 2009), Ana Paula Goulart Ribeiro (2003), Liriam Sponholz (2009) e Fabiane Moreira (2004).

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação; História; Sociologia.

ABSTRACT

This article is mainly aimed to discuss the polysemic concept indeed - crucial in journalism - and their ratings on social, historical and journalistic, understanding communication as a field in constant interaction with other fields of knowledge. Reflect on this term is relevant theoretical and methodological support in the development of studies on the history of the media or the media. The methodological option was bibliographic sees the concept of “fact.” Among the most important theoretical contributions in this reflection, the approaches are: Emile Durkheim, Robert Park (1940), Muniz Sodré (1996, 2009), Ana Paula Ribeiro Goulart (2003), Liriam Sponholz (2009) and Fabiane Moreira (2004).

KEYWORDS: Communication; History; Sociology.

O jornalismo deste século XXI, vivenciado pelas sociedades democráticas, tem as suas raízes no século XIX, quando em seu curso emerge um novo paradigma: fornecer informação e não propaganda. Na transposição de um jornalismo ligado às causas políticas para um com características de negócio, passa-se a oferecer notícias, baseadas em “fatos” e não nas “opiniões”/“valores”.

Dessa separação emergiu uma crença na objetividade, que Michael Schudson (2010) coloca como “uma estranha exigência a se fazer a instituições que, como sociedades comerciais, dedicam-se antes de tudo à sobrevivência econômica” (*ibid.*, p.13).

E esse novo paradigma ajudou a consolidar, como registrou Nelson Traquina (2004), outros valores, além da objetividade, que ainda hoje são identificados com o jornalismo: a notícia, a procura da verdade, a independência, e uma noção de serviço ao público.

E mesmo com todos os problemas que eventualmente possa apresentar – falha na apuração e captação de informações, enquadramentos favoráveis ao status quo ou a serviço de interesses políticos e ideológicos (tal qual critica a Teoria da Ação Política), efeito “manada” (a grande imprensa cobrindo os mesmos acontecimentos e praticamente da mesma forma), desvios éticos etc. – é difícil considerar a vida em sociedade e em uma democracia sem a atuação efetiva da imprensa.

No desenvolvimento do jornalismo, está imbricado o conceito de “fato”, que passa a ter um papel central nessa atividade. O jornalista e escritor Juarez Bahia, natural de Cachoeira¹, em seu *Dicionário de Jornalismo século XX* (2010), traz a seguinte definição:

Semelhante a acontecimento. O que acontece e é notícia. Assim como a notícia é a matéria-prima do jornalismo, o fato é a matéria-prima da notícia. Em comunicação de massa, o termo associa concepções de valor (como importância, hierarquia, atualidade, interesse, etc.) e associa, necessariamente, a coisa ou ação feita, o caso em si mesmo e suas consequências, o que existe e o que é real. É por isso que se diz popularmente: “contra os fatos não há argumentos”, sedimentando no jornalismo a impressão de que a verdade do que se fala, se vê ou se escrever, está (ou existe) na realidade dos fatos (Bahia, 2010, p.154).

O verbete desse dicionário especializado demonstra como o campo jornalístico compreende, em sua acepção mais comum, esse conceito. Mas trata-se de um termo polissêmico, importante de ser discutido em sua complexidade para quem se debruça atrás de vestígios do passado para fazer pesquisas no âmbito dos estudos de História da Comunicação.²

Ao pesquisar a história dos veículos de comunicação, sua contextualização política e econômica, sua atuação enquanto produtores de notícias, está presente a necessidade de se entender como tal jornal, revista, telejornal, radiojornal ou site noticioso desenvolveu suas coberturas, divulgou os assuntos e acontecimentos, retratou costumes e personalidades, e como os jornalistas consideram os eventos como fatos importantes de serem classificados como jornalísticos. Por isso, é pertinente visitar

¹ A cidade de Cachoeira, a 110 Km da capital da Bahia, Salvador, sedia o Centro de Artes, Humanidades e Letras – CAHL da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB), criada há oito anos. É nessa pequena cidade, que teve uma imprensa pungente no século XIX (mais de 100 títulos impressos, conforme registram CARVALHO & TORRES, 2007), onde funciona o curso de Jornalismo.

² Esta abordagem faz parte do projeto Memória e História da Imprensa. Inicialmente desenvolvido com o apoio do CNPq, e coordenado pela autora, é a atividade principal do Grupo de Pesquisa Comunicação, identidades e memória do curso de Jornalismo da UFRB. Inclui realização de pesquisas dentro da área de História da Comunicação.

reflexões para responder: mas o que é mesmo um fato?

A releitura do texto, *A Forma da Notícia*, de Muniz Sodré (1996), instigou-nos, inicialmente, nesta reflexão. Escreveu ele: “aventa-se mesmo a hipótese de que os fatos sociais – objeto da sociologia desde seu começo no século passado – já não têm uma ontologia própria, externa aos meios de comunicação de massa” (*ibid.*, p.133).

Tal hipótese, segundo ele destacou, parte do reconhecimento de que a realidade social dos indivíduos no mundo contemporâneo é construída por fatos noticiosos, ou seja, de acontecimentos jornalisticamente interpretados e, portanto, “transvalorizados” por um sistema logotécnico (Sodré, 1996, p.133).

A notícia converte-se, assim, em uma tecnologia, não simplesmente cognitiva, mas produtora do real – é história que cria história. “O real assim produzido aspira a uma visibilidade plena, em consonância com as teletecnologias, sugerindo a identificação absoluta entre ver e crer” (*ibid.*).

Partindo do raciocínio de Sodré, emerge a seguinte questão: em que aspectos os *fatos sociais, históricos e jornalísticos* estão relacionados? Podemos considerá-los conceitos semelhantes?

Assim, este artigo tem como objetivo central discutir esse conceito polissêmico, a partir de referências em estudos com perspectivas fundamentadas na História, na Sociologia e na Filosofia, entendendo a Comunicação como um campo em interação permanente com outros campos do saber. Por meio de pesquisa bibliográfica, busca-se, então, definir, relacionar e comparar *fato social, fato histórico e fato jornalístico*.

1. MAS O QUE É MESMO UM FATO?³

O conceito de fato tem sido fruto de reflexão filosófica, sociológica e no campo da História há tempos. Tem um papel central no campo da Comunicação, em particular no jornalismo, um tipo de processo de conhecimento que reivindica para si a mediação da realidade.

Na teoria do conhecimento – que se concentra nos problemas comuns a todas as áreas do conhecimento científico – e, sobretudo, na filosofia da ciência, é pertinente por sua relação com a realidade. Afinal, um fato pode ser considerado um fragmento do real?

Liriam Sponholz (2009), ao fazer uma abordagem sobre o assunto a partir de perspectivas filosóficas diversas, coloca que fatos podem ser definidos tanto do ponto de vista ontológico, ou seja, daquilo que existe; como do ponto de vista epistemológico, daquilo que se conhece. A estas dimensões pode acrescentar-se ainda a dimensão comunicativa.

A pesquisadora explica, citando Johnston (2004, p.278), que *fato* deriva do latim *factum*, particípio do verbo *facere*, que significa fazer. Designa eventos ou acontecimentos que realmente aconteceram, referindo-se ao seu status ontológico, e não a uma proposição.

³ Trata-se de uma paráfrase do título do artigo da pesquisadora Liriam Sponholz, *O que é mesmo um fato? Conceitos e suas consequências para o jornalismo*, publicado na Revista Galáxia, em 2009, e que muito nos auxilia nesta reflexão.

E chama atenção que fato pode ser definido de maneiras diferentes, de acordo com o nível de referência (realidade ou proposição sobre a realidade), seu status ontológico ou epistemológico ou a sua função comunicativa. Uma proposição sobre um acontecimento (definição epistemológica) não pode ser o acontecimento em si (definição ontológica).

Já Muniz Sodré (2009) recorre a um dos maiores filósofos dos tempos modernos, Immanuel Kant (1724-1804), em busca de refletir sobre *fato*:

Os objetos para conceitos cuja realidade objetiva pode ser provada (seja mediante pura razão, seja por experiência e no primeiro caso a partir dos dados teóricos ou práticos da razão, mas em todos os casos por meio de uma intuição que lhes corresponda) são fatos (Kant, I. Crítica do juízo, § 91, *apud* Sodré, 2009, p.28).

Nessa perspectiva, o mundo dos fatos, a que podemos também chamar de *estado de coisas*, seria o mundo da experiência empírica, de relações contingentes, do fenômeno que pode acontecer ou não, fora de qualquer ordem necessária.

Assim, Sodré (*ibid.*, p. 29), explica que uma ocorrência da vida real que reclama do sujeito uma interpretação é um *casus facti* (caso de fato), em oposição a qualquer caso suposto ou imaginário (*casus ficti*). No uso comum, o significado inclui: (1) ocorrências em geral assim como ações; logo (2) o que é o caso, se não é uma ocorrência; logo (3) o que se sabe ser o caso; logo (4) o que se sabe por observação, mais do que por influência; logo (5) os dados reais da experiência, opostos ao que inferimos, aplicando um ou mais dos sentidos acima, aparentemente para contrastá-las com ficções.

No campo do jornalismo, deve-se diferenciar entre fatos como matéria-prima e como produto. No primeiro caso, dizer que o jornalismo trabalha com fatos significa afirmar que ele trabalha com um recorte da realidade, com a perspectiva de um evento que serve como objeto de suas proposições. Já no segundo caso, ao analisar os fatos como produtos do jornalismo, entende-se que a realidade produzida e oferecida pelo jornalismo ao seu público é secundária (Sponholz, 2009, p.62-63).

O jornalismo trabalha, sobretudo, com proposições a serem consideradas verdadeiras pelo público, ou seja, verídicas (críveis). “Os fatos oferecidos pelo jornalismo podem ser credíveis, mas não são a realidade em si, contêm valores e via de regra não se pode dizer *a priori* se são falsos ou não, porque não foram averiguados validamente pelo jornalista” (Sponholz, 2009, p.67). Isso porque a captação de informações e de investigação para formatar uma narrativa noticiosa está limitada às rotinas de produção jornalística (*Newsmaking*).

Mas, como produtores de discursos, aos jornalistas é dado socialmente o direito de falar de fatos, eventos, ocorrências que não foram registrados em sua presença, sendo considerados produtores de um discurso crível. Suas palavras são aceitas como verdadeiras. E se a Igreja, o Estado, a ciência puderam ao longo de séculos falar do passado, sendo seus discursos considerados críveis, aos jornalistas na atualidade é dado o estatuto de produção do discurso do presente acreditado como verídico.

O relato jornalístico é revestido da característica de crível antes de qualquer outra

presunção, como destaca Marialva Barbosa (2005). Quando se descobre que um relato foi inventado, a notícia assume a proporção de um verdadeiro escândalo. Não existe possibilidade de invenção da realidade no mundo do jornalismo, em função de ser atribuída aos produtores desse discurso a outorga de poder realizar, somente, um discurso tido como verídico (*ibid.*).

Considerando uma perspectiva construcionista da notícia, os fatos são narrados pelos jornalistas como narrativas culturalmente construídas. “As notícias, como os mitos, não contam as coisas como elas são, mas contam as coisas segundo o seu significado”, e, assim, têm seus códigos simbólicos reconhecidos pelo público (Birde & Dardenne, 1993, p.263-267).

2. FATO HISTÓRICO É TAMBÉM JORNALÍSTICO?

Os *fatos jornalísticos* como recortes da realidade, apresentados como creíveis, se aproximariam de *fatos históricos*? Como são definidos os *fatos históricos* e qual sua relação com a atuação dos meios de comunicação na contemporaneidade?

Em uma abordagem inserida na Sociologia do Conhecimento⁴, ao dividir o conhecimento em dois tipos – “conhecimento de” (senso comum) e “conhecimento acerca de” (formal, metódico, científico) -, Robert Park (1940, p.174) classificou a notícia como que tendo uma localização própria dentro do conhecimento. Não seria conhecimento sistemático, como o das Ciências Físicas. Mas, por se referir a acontecimentos, se assemelharia à História. Entretanto, também não seria História, porque seus fatos não são históricos.

Não é História porque se refere, em conjunto, a acontecimentos isolados e não procura relacioná-los uns aos outros nem como sequências causais teleológicas. Como forma de conhecimento, a notícia não cuida essencialmente nem do passado nem do futuro, senão do presente, um presente cada vez mais acelerado.

O fato, inscrito na História, é uma elaboração intelectual porque, enquanto ciência, a História não estuda todos os fatos ocorridos no passado, mas apenas os que elege, após elaboração teórica, à categoria de *fatos históricos*. Ela pressupõe um sistema de referência e uma teoria, acontecimentos e processos. Selecionar, relacionar e valorizar são operações de construção de sentido, impossíveis sem a intervenção de sujeitos – no caso da ciência histórica, os historiadores (Sodré, 2009, p. 33; Ribeiro, 2003, p.87-89).

O *fato histórico* é também definido como prática, pois o historiador trabalha sempre a partir de um objeto material (as fontes) para construir o seu objeto teórico: os *fatos históricos*. Ele transforma as matérias-primas (já socialmente trabalhadas) em produtos, obras da historiografia; desloca as informações de uma região da cultura (os arquivos, as coleções, as recordações pessoais etc.) para outra (a História).

Mais do que a ciência que estuda os fatos do passado ou a ciência que estuda os *fatos históricos*, a História deve ser definida como a ciência que estuda o processo de trans-

⁴ Estudo das condições sociais de produção de conhecimento. Seu enfoque abarca as relações sociais envolvidas na produção do conhecimento. O objeto desse tipo de sociologia não se confunde os da teoria do conhecimento ou epistemologia. É a gênese do conhecimento intelectual e dos usos no ambiente social. Assim, consideram-se outros fatores determinantes da produção de conhecimento que não os de consciência puramente teórica, mas também de elementos de natureza não teórica, provenientes da vida social e das influências e vontades a que o indivíduo está sujeito.

formação da realidade social. A partir da ideia de mudança, pode mostrar as diferenças entre o que foi e o que é, simbolizando os limites e demarcando as fronteiras entre o passado e o presente. É o que permite, inclusive, falar em uma história do vivido, quando as mudanças localizadas na atualidade apontam para o futuro: algo que já está quase deixando de ser o que é para ser tornar o que será (*ibid.*, p.91-93).

A distinção entre passado-presente-futuro é, portanto, maleável e está sujeita a múltiplas manipulações. Essas referências não são próprias do tempo, mas resultantes de um ponto de vista sobre ele.

Com a inserção das tecnologias da comunicação no tecido das sociedades industriais, a História foi perdendo esse papel central de constituição e formalização da memória oficial. Hoje, cada vez mais, são os meios de comunicação o lócus principal em que se realiza o trabalho sobre as representações sociais. A mídia é o principal lugar de memória e/ou de história das sociedades contemporâneas (Ribeiro, 2003). É o que J.B. Thompson (2009) chama de “historicidade mediada”.⁵

Se os *atos históricos* sempre resultaram dos investimentos semiológicos realizados pela ciência histórica, nas sociedades contemporâneas, isso mudou, pois a produção de significado das transformações do social realiza-se, hoje, principalmente, através das operações linguísticas e translinguísticas da mídia, sobretudo no âmbito do discurso jornalístico (Ribeiro, 2003, p.97).

No século XX, os meios de comunicação passaram a ocupar uma posição institucional que lhes confere o direito de produzir enunciados em relação à realidade social aceitos como verdadeiros pelo consenso da sociedade. A História passou a ser aquilo que aparece nos meios de comunicação de massa, que detêm o poder de elevar os acontecimentos à condição de históricos. O que passa ao largo da mídia é considerado, pelo conjunto da sociedade, como sem importância.

Assim, concordamos com Ribeiro (2003, p.99), ao afirmar que o *fato jornalístico* passou a assemelhar-se ao *fato histórico* como este havia sido definido pela historiografia positivista. Localizado em tempo e um espaço determinados, o fato é marcado pela unicidade. O acontecimento único revela-se, então, como o fator da transformação social, como o motor da história.

O jornalismo exerce um papel crucial na produção de uma ideia de história, não só porque indica aqueles que, dentre todos os fatos da realidade, devem ser memoráveis no futuro (ou seja, aqueles que teriam relevância histórica), mas também porque se constitui ele mesmo em um dos principais registros “objetivos” do seu tempo.

A mídia foi elevada ao estatuto de porta-voz oficial dos acontecimentos e da transformação do social, o que lhe confere, enquanto registro da realidade, uma certa “aura”. O jornalismo registra as transformações da sociedade e as deixa como legado às sociedades futuras. “A mídia é a testemunha ocular da história” (Ribeiro, 2003, p.100).

O discurso jornalístico semantiza os acontecimentos sociais, produzindo uma ideia

⁵ O desenvolvimento dos meios de comunicação de massa (MCM) criou o que chama de “historicidade mediada”, ou seja, o sentido de passado e como ele nos alcança depende de formas simbólicas mediadas. E também teria criado a “mundanidade mediada”, a compreensão de mundo modelada cada vez mais pela mediação de formas simbólicas. Ao alterar a compreensão do lugar e do passado, o desenvolvimento dos MCM modificou o sentido de pertencimento dos indivíduos, a compreensão dos grupos e das comunidades a que eles sentem pertencer, processo de “socialidade mediada” (Thompson, 1998, p.36-40).

de História que se articula em dois níveis temporais: naquele que relaciona o homem com as transformações do seu próprio cotidiano (a atualidade) e naquele mais geral, da sua relação com o passado. A ideia de História resultante do primeiro nível define-se, no senso comum, pela consciência que os indivíduos têm do processo social no qual estão inseridos. É a chamada história vivida, registrada cotidianamente nos jornais.

Mas a mensagem jornalística, quando considerada como o registro histórico por excelência, acaba por também impor aos historiadores um modo de recordação do passado. Os meios de comunicação, não à toa, têm sido cada vez mais utilizados em pesquisas históricas, principalmente naquelas cujos recortes temporais enfocam o século XX (ibid., p.101).

3. E O FATO JORNALÍSTICO PODE SER UM FATO SOCIAL?

Considerando que o discurso jornalístico semantiza os acontecimentos sociais, é possível inferir que *fato jornalístico* está relacionado a *fato social*? São conceitos que se aproximam ou são antagônicos? Estas questões instigam esta última parte deste artigo.

Nessa distinção, Muniz Sodré (2009, p.29) nos auxilia postulando que: “o fato genérico é uma forma de ser relativa a objetos e fenômenos, enquanto o fato social é forma de ser relativa à existência humana, logo, atinente ao que dispõe ao estar-junto-com o outro”.

Fato social é objeto da sociologia, definido por um de seus pais, Émile Durkheim, que teve como precursores Saint-Simon e August Comte. Ele contribuiu para o objeto das Ciências Sociais com o caráter empírico da sua obra. Acreditava na possibilidade de objetividade na investigação científica social (Quintaneiro, 2002, p.60-96).

Definindo seu objeto de estudo, para Durkheim as formas complexas de organização da sociedade devem ser analisadas por partes, e através do método positivo, de observação, indução e experimentação, oriundo das ciências naturais. Também se apoiou em Kant, no darwinismo, no organicismo alemão e no socialismo de cátedra. Os *fatos sociais* compreendem toda maneira de agir, pensar e sentir, fixa ou não, suscetível de exercer sobre o indivíduo uma coerção, em virtude da qual se lhe impões e que lhes é exterior, ou então, que é geral na extensão de toda sociedade, apresentando uma existência própria, independente das manifestações individuais que se possa ter.

A sociedade, na visão de Durkheim, seria então a associação de todos os elementos, assim como os divergentes aspectos da vida, e não nas partes, o que chamou de *sui generis*, definindo um estado de consciência coletiva que sujeita os membros da sociedade e funde os estados de consciência individual.

Um *fato social* seria dotado de coercitividade e externalidade. No intuito de comprovar a veracidade de tais características, Durkheim apontou para o papel do processo educativo de uma civilização do sujeito, salientando o caráter da aprendizagem como forma externa de socialização do indivíduo. Como expressão dos *fatos sociais*, são reconhecidas as representações coletivas, ou modos como a sociedade se vê, e o mundo a seu redor, como mitos, concepções religiosas etc.

Também constituem os *atos sociais* os valores de uma sociedade que convenciona as atitudes do indivíduo restringindo assim suas ações, mas que podem ser restitutivos ou passíveis de permuta se contrariados pelo conjunto de indivíduos. Exemplo: a alteração de alguma lei ou a implementação de uma nova, como as cotas raciais, como um fato social.

Durkheim discutiu que, em algumas sociedades tradicionais, estes atos de inovações têm muito mais obstáculos para sua realização, pois os laços que fortalecem a coesão social dificultam sua existência.

A discussão do método em Durkheim envolve definir as regras para o sociólogo na observação dos *atos sociais*: primeiro considerá-los como coisa, seguindo sistematicamente as proposições de não aferir com pré-noções; identificar as similaridades que são exteriores e considerá-los independentemente de suas manifestações particulares, sendo mais objetivo, a partir do postulado *As regras do método sociológico* (1895).

O sociólogo deve, então, se afastar do *fato social* investigado, mesmo que este seja objeto moral de sua preferência. Os fatos morais trazem uma dualidade, que é também fato social como fruto da coação e, por outro aspecto, das representações coletivas que coadunam para estabelecer os estados respeitados e limites de cumprimento por todos os membros de uma dada sociedade. No contexto dessa dualidade, coexistem o profano e o sagrado no contrato social que se estabelece, em Rousseau, com as vantagens que o ser humano passa a ter ao sair do estado de natureza, e aceitar os ditames de algo superior à sua existência: a vida em sociedade.

Tomando como parâmetro a visão de Durkheim, portanto, considera-se que nem todo fenômeno isolado que ocorre na sociedade pode ser considerado *fato social*. São suas características distintivas: a sua exterioridade em relação às consciências individuais e a ação coercitiva que exerce ou é suscetível de exercer sobre essas consciências. São, portanto, gerais, coercitivos e, exteriores ao indivíduo.

Quintaneiro (2003) nos lembra que os *atos sociais* podem ser menos consolidados, fluidos, como as maneiras de agir, ou ter uma forma já cristalizada na sociedade, como as maneiras de ser.

Em uma abordagem comparativa entre *fato jornalístico* e *fato social*, Fabiana Barbosa Moreira (2004, p.284) coloca que o primeiro representaria uma espécie de fragmento do outro, pois têm características bem distintas. Diz respeito a eventos, acontecimentos: seria episódico; já o segundo, diria respeito a processos, fenômenos sociais: seria contínuo.

Alguns *atos jornalísticos* existiriam *a priori*, sendo anteriores à sua observação; outros, porém, só existiriam a partir do momento em que são relatados pelo jornalista; o interesse é que determinaria a sua existência. Já *fato social* tem sua existência independente de haver pessoas interessadas em conhecê-lo.

Tomemos como exemplo um acontecimento relativamente recente: a morte de Nelson Mandela em 5 de dezembro de 2013, aos 95 anos. Com ampla cobertura pelos meios de comunicação no mundo, é um *fato jornalístico* inquestionável dentro das regras e procedimentos de produção da notícia. Trata-se da morte de um ex-presidente

da África do Sul, o primeiro negro a ocupar tal cargo nesse país, e que lá fundou a democracia multirracional, ficou preso durante o *apartheid* por 27 anos, ganhou Prêmio Nobel da Paz.⁶

Trata-se também de um *fato histórico* a trajetória de Nelson Mandela na luta contra o racismo. No que diz respeito ao *fato social*, a morte por si não se constitui como um, mas podemos considerar sim um *fato social* o racismo que ele combateu por se tratar de algo com exterioridade em relação às consciências individuais e ação coercitiva, com uma existência própria nos termos de Durkheim.

A nova fase da democracia multirracinal que Mandela (Rolihlahla Mandela, seu nome original) ajudou a fundar também é um fato social, porque instaurou um novo molde de agir sobre a questão racial.

A morte de Mandela é um *fato jornalístico a priori*. Outros fatos jornalísticos, no entanto, são relatos de acontecimentos produzidos como tais. Por exemplo, um show de uma artista que tem fama em uma região ou no país. Esses só existem a partir do momento em que são relatados pelos jornalistas e veículos de comunicação, e com uma boa dose de marketing por parte da celebridade envolvida.⁷

Observa-se, assim, que uma edição de jornal traz relatos jornalísticos que podem estar associados a *fatos históricos* ou *fatos sociais*, mas conceitualmente os três se distinguem. Nem todo *fato jornalístico* aborda um fato que será tratado pela História posteriormente como histórico, como também não necessariamente vai retratar por si só um *fato social* tal qual postulou Durkheim.

Como nos diz Sodré (2009, p.38), a mídia aparece como o dispositivo de conversão do social ao público, já que a midiaticização é hoje processo central de visibilização e produção dos fatos (aqui como ocorrências/acontecimentos) sociais na esfera pública.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No mundo do jornalismo, fatos são frequentemente utilizados como sinônimos de acontecimentos e notícias, também conceitos polissêmicos, tal qual o fez Juarez Bahia no verbete citado no início deste artigo. E o faz também Sodré (2009, p.33): “Somos levados a encontrar outro termo para a representação social do fato, em especial para a informação jornalística concretizada na notícia. Esse termo – *news*, para os norteamericanos; *événement*, para os franceses; *suceso*, para os espanhóis – bem pode ser o acontecimento”.

Para Rodrigues (1993, p.27), acontecimento seria tudo aquilo que irrompe na superfície lisa da história de entre uma multiplicidade aleatória de fatos virtuais. No jornalismo, acontecimento jornalístico, é principalmente, aquilo que é inesperado.

Entre os acontecimentos, haveria micro e macroacontecimentos. Como exemplifica Sodré (2009, p.34): o assassinato do presidente John Kennedy, a destruição por terroristas das torres gêmeas em Nova York, o tsunami no sul da Ásia, por exemplo,

⁶ Enterro marca fim da era Mandela, reportagem publicada no jornal A Tarde (Bahia) de 16 de dezembro de 2013.

⁷ Exemplo encontrado na mesma edição: Supershow e feijoada, texto jornalístico que trata do show de gravação do DVD de 20 anos da cantora baiana Ivete Sangalo, no Caderno 2. Qual o interesse público dessa narrativa noticiosa que não apenas proporcionar o entretenimento ao seus leitores?

seriam macroacontecimentos. Já o assassinato de um cidadão comum por terroristas, um terremoto de pequenas proporções seriam microacontecimentos. “O sistema jornalístico agregaria microfatos, diferentemente das grandes nomeações feitas pelos historiadores” (SODRÉ, 2009, p.34).

Relacionado à informação midiática, que é a atualização de um estado de coisas, o acontecimento é uma modalidade clara e visível do fato, portanto, é uma construção ou uma produção do real, atravessadas pelas representações da vicissitude da vida social.

Se os acontecimentos seriam algo que irrompe uma dada normalidade, nem toda notícia seria fruto de um acontecimento propriamente dito. Existem *fatos jornalísticos* que seriam definidos ou elevados a essa categoria pelos jornalistas, e veiculados pelos meios de comunicação, a partir dos procedimentos de produção da notícia (*News-making*), considerando-se seus valores de noticiabilidade. Exemplo: uma narrativa sobre um assunto de utilidade pública para a população, do tipo como preencher a declaração do Imposto de Renda ou como tirar alguma documentação. Exemplos de matérias com *fatos jornalísticos* sem necessariamente *acontecimentos* não faltam no *fait divers*.⁸

E, com a internet, a identificação de fato como um acontecimento verídico está mudando na contemporaneidade. A verdade, antes um componente fundamental em se tratando de jornalismo, agora vem sendo relativizada em algumas situações do jornalismo *on line*. Como exemplo, o *The New York Times Internacional Weekly* publicou, na edição de 10 de fevereiro de 2014, o texto *Verdade dos fatos se perde no conteúdo viral da web*.⁹

Ela mostra que a verdade nunca foi um ingrediente essencial para o conteúdo viral na internet; mas, na concorrência por leitores, é cada vez mais difícil distinguir fatos de ficção nos sites de notícias digitais. Várias histórias que dispararam na web, conquistando milhões de visualizações nos últimos meses, acabaram sendo falsas ou exageradas.

Exemplos: uma fábula no *Twitter* de uma confusão em um avião, posteriormente descrita pelo escritor como um conto; uma carta de uma criança para o Papai Noel que detalhava um link *Amazon* com giz de cera, mas foi escrita por um comediante em 2011; e um ensaio sobre a pobreza, que alavancou 60 mil dólares de doações até que foi revelado pelo seu autor que o ensaio era apenas uma brincadeira.

Os criadores das publicações as descrevem como sendo essencialmente como uma arte de desempenho *on line*, nunca com a intenção de serem aceitas como fato. Esses exemplos ilustram o quanto a questão da verdade vai se tornando mais complexa em um mundo virtual e quanto isso pode interferir na credibilidade do jornalismo, que historicamente se legitimou na crença de publicar fatos verídicos.

⁸ Em francês, literalmente, fatos diversos. Trata-se de um jargão jornalístico e, por extensão, um conceito da Teoria do Jornalismo que designa os assuntos não categorizáveis nas editorias tradicionais dos veículos (política, cidade, polícia, economia, internacional, esportes e outros). Em geral, remete a temas considerados leves, curiosos, inusitados, não muito sérios e sem comprometer seriamente ninguém. Em inglês, essas narrativas são chamadas de *features*. Os *fait divers* podem ser entendidos como a presença do romanesco na narrativa noticiosa. Cf. *Features* (Bahia, 2010, p.155); “*Fait divers*” (Agrimani, 1995, p.25-31).

⁹ O acesso ao caderno foi como encarte do jornal *A Tarde* (BA) na mesma data: 10/02/2014. O texto noticioso está na página 7 e é assinada pelos jornalistas Ravi Somaiya e Leslie Kaufman.

A questão da verdade está imbricada no conceito de fato, para o jornalismo e para a História. Como checar se os fatos são verdadeiros ou não, ou parcialmente verdadeiros, é um desafio, levando-se em conta que tanto a História quanto o jornalismo apresentam interpretações de fatos para seus leitores.

O volume de informações, com a internet, está modificando os padrões de checagem dos fatos e precisão no jornalismo. E essas modificações podem vir a alterar, futuramente, o papel do próprio jornalismo, ao qual, afinal, se atribui socialmente a função de relatar faces da *verdade*. Assim, sem os parâmetros da verdade e da credibilidade, tão caros ao jornalismo, o que serão mesmo os *fatos*?

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGRIMANI, Danilo. **Espreme que sai sangue: um estudo do sensacionalismo na imprensa**. São Paulo: Summus, 1995, 2ª edição.

BAHIA, Juarez. **Dicionário de Jornalismo século XX**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2010.

BARBOSA, Marialva. **O acontecimento contemporâneo e a questão da ruptura**. In: Semiosfera – revista de Comunicação e Cultura, Ano 2, nº 1, maio de 2002.

_____. **Jornalistas, “senhores da memória”**: Trabalho apresentando no Núcleo de Pesquisa de Jornalismo, do IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom. In: ANAIS do Intercom 2004 -XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação Porto Alegre – PUC do Rio Grande do Sul, 30 de agosto a 3 de setembro.

_____. **Jornalismo e a construção de uma memória para sua história**. In: BRAGANÇA, Aníbal & MOREIRA, Sônia Virgínia (org.). Comunicação, acontecimento e memória. São Paulo: Intercom, 2004a, p.102-111.

_____. **O que a história pode legar aos estudos de jornalismo**. In: Contracampo. Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação - UFF, Niterói 1º sem. 2005b, n. 12, pp. 51-63.

BIRD, S. Elizabeth & Dardenne, Robert W. **“Mito, registro e estórias: explorando as qualidades narrativas das notícias”**: In: Traquina, Nelson (org.). Jornalismo: questões, teorias e “estórias”. Lisboa: Veja, 1993, p. 263-277.

CARVALHO, Alfredo de; TORRES, João Nepomuceno. **Anais da imprensa da Bahia**. 2.ed. Salvador: Instituto Geográfico e Histórico da Bahia, 2007.

DURKHEIM, Émile. **As regras do método sociológico**. São Paulo: Martin Claret, 2003.

QUINTANEIRO, Tânia. **Um toque de Clássicos: Marx, Durkheim e Weber**. Maria Lígia de Oliveira Barbosa, Márcia Gardênia de Oliveira. 2ª Ed. rev. amp.– Belo Horizonte: Editora UFMG, 2002. (p. 60-96)

MOREIRA, Fabiane Barbosa. **Fato jornalístico e fato social**. Porto Alegre: Revista em Questão, v.10, n.2, p.275-285, julho/dezembro de 2004.

PARK, Robert E. **A notícia como forma de conhecimento: um capítulo da sociologia do conhecimento.** Reproduzido da The American Journal of Sociology, 1940, Universidade de Chicago.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart. **A mídia e o lugar da história.** In: HERSCHMANN, Carlos & PEREIRA, Carlos Alberto Messeder. Mídia, memória e celebridades – estratégias narrativas em contextos de altas visibilidades. Rio de Janeiro: E-Papers, 2003, p.87-111.

RODRIGUES, Adriano Duarte. **O acontecimento.** In: TRAQUINA, Nelson (org.). Jornalismo, questões, teorias e “estórias”. Lisboa: Veja, 1993, p. 27-33.

SODRÉ, Muniz. **A narração do fato: notas para uma teoria do acontecimento.** Petrópolis-RJ: Editora Vozes, 2009.

_____. **Reinventando a cultura: a comunicação e seus produtos.** Petrópolis-RJ: Editora Vozes, 1996.

SOMAIYA, Ravi & KAUFMAN, Leslie. **Verdade dos fatos se perde no conteúdo viral da web.** In: The New York Times - International Week, encartado no jornal A Tarde (BA) de 10 de fevereiro de 2014.

SPONHOLZ, Liriam. **O que é mesmo um fato? Conceitos e suas consequências para o jornalismo.** In: Revista Galáxia. São Paulo, n.18, p.56-69, dez. 2009.

SCHUDSON, Michael. **Descobrimo a notícia: uma história social dos jornais nos Estados Unidos.** Tradução de Denise Jardim Duarte. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010 (Coleção Clássicos da Comunicação).

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade – uma teoria social da mídia.** Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 1998.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são.** Vol. 1. Florianópolis: Insular, 2005, 2ª edição.