



Centro Universitário de Brasília – UniCEUB
Faculdade de Tecnologia e Ciências Sociais Aplicadas - Fatecs
Curso de Comunicação Social
Habitação em Jornalismo
Disciplina: Monografia
Professor Orientador: Luiz Cláudio Ferreira

Viviane Santana de Oliveira
RA: 20463095

Alvo, utopia e parlatórios
Uma pesquisa sobre objetividade jornalística na cobertura política
em Brasília. Com a palavra, gente da notícia

Brasília, outubro de 2008

Viviane Santana de Oliveira

Alvo, utopia e parlatórios

Uma pesquisa sobre objetividade jornalística na cobertura política em Brasília. Com a palavra, gente da notícia

Trabalho apresentado à Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas, como requisito parcial para a obtenção ao grau de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em jornalismo no Centro Universitário de Brasília – UniCEUB.

Prof. Luiz Cláudio Ferreira

Brasília, outubro de 2008

Viviane Santana de Oliveira

Alvo, utopia e parlatórios

Uma pesquisa sobre objetividade jornalística na cobertura política em Brasília. Com a palavra, gente da notícia

Trabalho apresentado à Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas, como requisito parcial para a obtenção ao grau de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo no Centro Universitário de Brasília – UniCEUB.

Brasília, outubro de 2008

Banca Examinadora

Prof. Luiz Cláudio Ferreira
Orientador

Sérgio Euclides
Examinador

Layrce de Lima
Examinador

Dedicatória

A duas queridas gerações:

Aos meus queridos avós Marialva, Nete e Abelardo

Ao neném

Agradecimento

A Deus e a toda a espiritualidade pela constante inspiração

Aos meus pais – André e Bia –, responsáveis pelos ensinamentos de honestidade, perseverança.

Ao meu amado esposo – Felipe Lopes da Cruz –, por estar a

A todos os meus familiares

"Deus nos concede, a cada dia, uma página de vida nova no livro do tempo. Aquilo que colocarmos nela, corre por nossa conta."

Chico Xavier

RESUMO

A objetividade jornalística, comumente ensinada no meio acadêmico como grande alvo profissional, é, paralelamente, questionada quanto à sua efetiva aplicabilidade. Seria considerada uma utopia para alguns. Este trabalho pretende investigar a visão de jornalistas atuantes na cobertura política em Brasília sobre o termo objetividade, bem como os fatores que influenciam na utilização de seus conceitos na prática profissional. Para tanto, foi realizada pesquisa bibliográfica referente ao tema e, ainda, aplicados questionários a dez profissionais atuantes no mercado no ano de 2008. Com base na coleta destes dados e nas informações obtidas, por fim, obtiveram-se quadros comparativos quanto às visões e às diferentes características pessoais e profissionais.

Palavras-chave: objetividade jornalística; jornalismo político; teoria; prática profissional;

Lista de figuras

Figura 01 – Objetividade: alvo ou utopia

Figura 02 –

Figura 03 –

Lista de tabelas

Tabela 1 – Relação entre informantes e veículo atual.....	16
Tabela 2 – Relação do cargo ocupado pelos informantes da pesquisa.....	17
Tabela 3 – Relação entre informantes e tempo de atuação na cobertura política.....	17

Sumário

1.Introdução.....	11
2.Metodologia.....	13
2.1.Desenvolvimento do instrumento.....	13
2.2. Escolha dos informantes – Universo ou população.....	14
2.2.1. Critérios.....	14
2.2.2.Perfil dos informantes.....	15
2.3. Tratamento dos dados.....	18
3.Objetividade jornalística na teoria	19
3.1. A noção de objetividade.....	19
3.1.1.A objetividade jornalística.....	20
3.1.2. A objetividade jornalística no Brasil.....	23
3.1.3.A objetividade no jornalismo político.....	24
3.2.O “drama” do lead.....	26
4.Objetividade jornalística na prática.....	28
4.1. Objetividade: alvo ou utopia.....	28
4.2. O lead e a objetividade.....	29
4.3. O controle pessoal do jornalista.....	32
4.4. Objetividade x interesses da empresa.....	33
4.5. Fatores que podem implicar na parcialidade.....	35
4.6. Cobertura jornalística e decisões políticas.....	37
4.7. Papel do jornalista na cobertura política.....	39
4.8. Objetividade x especulação.....	42
4.9. A visão de objetividade jornalística.....	43
5.Conclusão.....	46
6.Referências bibliográficas.....	49

1. Introdução

Quando você ouviu falar sobre isso? Relembre como foi, sugeriu o professor à aluna. Percebeu-se que a melhor forma de se fazer uma retrospectiva ao lead¹ seria utilizar os recursos propostos pelo próprio instrumento – Quando? Onde? Como? Por quê? Quem? O quê?

Já no primeiro semestre do curso de jornalismo se aprende o lead. Diz-se, neste momento, que essas seis perguntas deverão ser utilizadas durante toda a carreira. A partir de então, o lead se torna hegemônico nas conversas sobre a importância da objetividade jornalística. Luiz Amaral (1996, p.17) destaca que a objetividade é “uma noção presente a cada fase do processo jornalístico, desde a pauta de assuntos a serem cobertos até o tamanho, a apresentação gráfica e a natureza do espaço que o texto vai ocupar no jornal”.

No entanto, estes mesmos conceitos comumente ensinados no meio acadêmico são, paralelamente, questionados por diversos autores e nas próprias redações de jornais quanto à sua efetiva aplicabilidade. Amaral (ibid, p. 17) ressalta que a objetividade – defendida há quase um século pela imprensa norte-americana e seguida pela imprensa de todo o mundo, inclusive pela brasileira – “é apontada como uma das principais virtudes do jornalismo”.

Da mesma visão compartilham outros autores, que, no entanto, rejeitam a possibilidade de alcançá-la.

Jornalismo é um exercício mental inevitavelmente subjetivo. Não há como observar, apurar, depurar, para relatar ou comentar, sem a intervenção inteligente de ajuizamentos valorativos. Apesar disso, ainda há quem defenda a objetividade como virtude essencial do jornalismo. (CHAPARRO, 2006)

Amaral cita Caio Túlio Costa (p.77), primeiro ombudsman brasileiro, para o qual a “objetividade jornalística é uma balela, mas aproximar-se dela é dever profissional”. Entretanto, há, ainda, autores que defendem não ser necessária a busca da objetividade pelos jornais. O autor destaca, também, Renato Bittencourt, que diz que o jornalismo, para ser objetivo, deveria ser “seco, árido, difícil de entender, na medida em que focalizasse todas as opções e hipóteses” (p. 77).

¹ Lead é uma expressão em inglês para designar o primeiro parágrafo do texto jornalístico. Segundo autores, quanto mais condensado maior seria a sua objetividade.

Para os jornalistas, como para os cientistas sociais, o termo objetividade funciona como um baluarte entre eles e os críticos. Atacados devido a uma controversa apresentação de fatos, os jornalistas invocam a sua objetividade quase do mesmo modo que um camponês põe um colar de alhos à volta do pescoço para afastar os espíritos malignos. (TUCHMAN, 1993, p. 75)

Desta forma, busca-se, por meio deste projeto, investigar a visão de jornalistas atuantes no mercado sobre a objetividade jornalística, bem como os fatores que podem influenciar na utilização de seus conceitos na prática profissional no contexto da cobertura política. O tema surgiu com o intuito de se conhecer e, posteriormente, comparar, utilizando a análise qualitativa, a visão trazida por autores e por profissionais que atualmente compõem o mercado.

Nos dicionários de língua portuguesa em geral, o termo objetividade é definido como a realidade fora do espírito, fora do eu; o que se fundamenta na experiência; e a tendência de julgar pelos fatos sem deixar-se influenciar por seus sentimentos, prevenções ou predileções. Há, ainda, uma segunda definição que relaciona a palavra ao conceito de concisão, opondo-se à prolixidade.

Para este trabalho, considera-se o primeiro significado para o termo objetividade, utilizando-se como antônimos as palavras subjetividade e parcialidade. No entanto, faz-se necessário destacar que não se pretende ajuizar estes conceitos, mas, sim, conhecer a visão dos profissionais e compará-la à revisão bibliográfica referente ao tema.

Para o desenvolvimento do projeto, foi realizada pesquisa bibliográfica e, ainda, de campo, por meio de questionários aplicados a dez jornalistas atuantes na cobertura política de seis jornais do País. Com base na coleta destes dados, cruzaram-se as informações obtidas e, por fim, obtiveram-se quadros comparativos quanto às visões e às diferentes características pessoais e profissionais.

2. Metodologia

Pesquisa, de acordo com Pádua (1997, p. 29), é a “atividade de busca, indagação, investigação e inquirição da realidade”. Neste capítulo, serão apresentados os métodos escolhidos a fim de se alcançar os objetivos delineados na introdução do projeto.

Este estudo é, quanto à forma de abordagem do problema, uma pesquisa qualitativa. Segundo Boaventura (2004, p.56), esta alternativa destaca-se por privilegiar o significado das informações obtidas. “Este método preocupa-se com o *significado* dos fenômenos e processos sociais, levando em consideração as motivações, crenças, valores, representações sociais”. (PÁDUA, 1997, p. 31)

Quanto aos meios, trata-se de uma pesquisa de campo, método escolhido com o objetivo de propiciar o aprofundamento das questões propostas e o estudo de um grupo definido. (GIL, 1999)

2.1. Desenvolvimento do instrumento

O questionário foi o método escolhido para a realização da pesquisa de campo. Os questionários – aplicados a fim de se obter informações junto aos profissionais selecionados – apresentaram nove perguntas. Duas destas possuíam um subitem na qual foi solicitada a complementação da questão. Assim, o questionário apresentou sete questões fechadas e quatro abertas.

Pádua (1997, p, 67) destaca a relevância de se utilizar perguntas abertas em questionários. “As perguntas abertas, por exigirem uma resposta pessoal, espontânea, do informante, trazem dados importantes para uma análise qualitativa, pois as alternativas de respostas não são todas previstas”.

Gil (1999) reforça a opinião e afirma que os questionários que incluem questões abertas apresentam como principal vantagem o fato de não forçar o respondente a enquadrar sua percepção em alternativas preestabelecidas. No entanto, o autor alerta para os problemas que podem surgir com a grande utilização de questões abertas: “questionários com muitas questões abertas freqüentemente

retornam com muitas delas não respondidas, visto requererem maiores esforços para serem respondidas”.

Tendo em vista a afirmação, buscou-se, na fase de elaboração das questões, intercalar no questionário questões fechadas e abertas. Além disso, optou-se pela elaboração de um reduzido número de questões, relacionadas a um mesmo tema, sendo feitas em diferentes níveis e formas de abordagem.

Para a construção do questionário e do roteiro de pesquisa, os objetivos da pesquisa foram analisados para que as respostas fornecessem os dados necessários às finalidades propostas no estudo. O questionário apresentado aos profissionais está disponível ao leitor no Apêndice B desta pesquisa.

2.2. Escolha dos informantes – Universo ou população

Universo, de acordo com Gil (1999), representa “um conjunto definido de elementos que possuem determinadas características”. Amostra, ainda segundo o autor, é o “subconjunto do universo ou da população, por meio do qual se estabelecem ou estimam as características desse universo ou população”.

Desta forma, o universo deste estudo compreende, como informantes, o conjunto de profissionais que atuam na cobertura política de jornais impressos. A amostra foi definida com base em critérios específicos, como pode ser visto no item 2.2.1.

2.2.1. Critérios

A fim de se garantir a representação do universo de profissionais que atuam no jornalismo político de veículos impressos, foram estabelecidos critérios específicos de escolha dos informantes. Para tanto, a amostra foi selecionada por tipicidade, que “constitui um tipo de amostragem não probabilística e que consiste em selecionar um subgrupo da população que, com base nas informações disponíveis, possa ser considerado representativo de toda a população”. (GIL, 1999)

Sendo assim, foram considerados os critérios:

- Ter reconhecida experiência profissional na cobertura jornalística política no cenário nacional, com tempo mínimo de atuação igual ou superior a cinco anos.
- Ter desenvolvido trabalhos em veículos de comunicação de abrangência nacional, responsáveis pela cobertura política de temas de interesse da população.

Para a definição dos especialistas adequados aos critérios definidos como requisitos para a amostra foi feito um levantamento de jornalistas que atuam na cobertura política de sete jornais: O Globo, O Estado de São Paulo, Folha de São Paulo, Jornal do Brasil, Correio Braziliense, Jornal de Brasília e Jornal da Comunidade.

Após essa análise, 22 profissionais foram selecionados e contatados por telefone ou por correio eletrônico. Dentre os profissionais contatados, houve a concordância de todos em participar da pesquisa. No entanto, foi obtido retorno de dez profissionais, sendo que nenhum destes atua no jornal Correio Braziliense. Quatro dos profissionais que optaram por não participar da pesquisa afirmaram que não o fizeram por terem receio da receptividade dos veículos que trabalham em relação à divulgação das informações.

Posteriormente, foi encaminhado, via e-mail, o convite (apresentado no Apêndice B do projeto) para participação na pesquisa e o questionário, também respondido por correio eletrônico.

2.2.2. Perfil dos informantes

Dentre os informantes que participaram da pesquisa, cinco deles trabalham em jornais de São Paulo, sendo quatro deles na Folha de São Paulo e um no O Estado de São Paulo. Outros três trabalham em jornais do Rio de Janeiro – dois no O Globo e um no Jornal do Brasil. Os demais informantes são vinculados a jornais de Brasília – um ao Jornal de Brasília e outro ao Jornal da Comunidade, conforme mostra tabela 1.

Cabe destacar que, para a escolha dos informantes, considerou-se não apenas o cargo e o veículo atual, mas também experiências anteriores. Desta forma, mesmo os profissionais que atualmente estão vinculados a jornais que não têm alcance nacional enquadram-se nos critérios definidos para a escolha da amostra, tendo em vista as suas diversas experiências em outros veículos – fato comum na atividade profissional do jornalista.

Tabela 1 – Relação entre informantes e veículo atual

Veículo atual	Nº de informantes
Folha de São Paulo	4
O Globo	2
O Estado de São Paulo	1
Jornal do Brasil	1
Jornal de Brasília	1
Jornal da Comunidade	1
Total	10

Quanto ao cargo que exercem no veículo, quatro dos informantes que participaram da pesquisa são repórteres, três são editores do caderno de política e outros três são colunistas de temas ligados à política nacional. Veja quadro comparativo na tabela 2.

Tabela 2 – Relação do cargo ocupado pelos informantes da pesquisa

Cargo	Nº de informantes
Repórter	4
Editor	3
Colunista	3
Total	10

Quando analisado o tempo de atuação no jornalismo político, percebe-se que metade dos profissionais inquiridos (cinco) tem mais de 20 anos de experiência na cobertura de temas ligados à política. Dois dos informantes têm entre 15 e 20 anos de atuação na área; e outros três exercem a função há menos de dez anos, como demonstrado no quadro abaixo.

Tabela 3 – Relação entre informantes e tempo de atuação na cobertura política

Tempo de atuação no jornalismo político	Nº de informantes
≥ 5 anos / < 10 anos	3
≥ 10 anos / < 15 anos	0
≥ 15 anos / < 20 anos	2
≥ 20 anos	5
Total	10

2.3. Tratamento dos dados

Pádua (1997, p. 67) afirma que a análise dos dados obtidos por meio da pesquisa de campo inclui três fases, sendo elas: classificação e ordenação das informações coletadas; estabelecimento das relações existentes entre os dados; e, quando necessário, tratamento estatístico dos resultados. Desta forma, foram estas as etapas utilizadas a fim de se analisar e obter os resultados expostos no capítulo 04.

A interpretação dos dados coletados foi apoiada pela análise da literatura especializada nos temas, o que possibilitou, não apenas conhecer a visão dos profissionais quanto à visão de objetividade jornalística e os fatores que podem implicar em sua não aplicação, como também a visualização de novas questões inerentes ao contexto que envolve a teoria e a prática no desenvolvimento das atividades.

3. Objetividade jornalística na teoria

Este capítulo tem por objetivo apresentar as diferentes visões sobre a objetividade jornalística levantadas por meio de pesquisa bibliográfica. Pádua (1997, p. 50) destaca que a finalidade da pesquisa bibliográfica é “colocar o pesquisador em contato com o que já se produziu e registrou a respeito do seu tema de pesquisa”. Desta forma, serão abordados diversos conceitos e autores a fim de propiciar uma base teórica que oriente os objetivos propostos no projeto.

3.1. A noção de objetividade

Nos dicionários de língua portuguesa em geral, o termo objetividade é definido como a realidade fora do espírito, fora do eu; o que se fundamenta na experiência; e a tendência de julgar pelos fatos sem deixar-se influenciar por seus sentimentos, prevenções ou predileções. Há, ainda, a relação da palavra com o conceito de concisão, opondo-se à prolixidade.

A objetividade e a subjetividade são conceitos cuja problemática é discutida há séculos pela filosofia. Fonte de polêmica entre idealistas e realistas, autores discordavam quanto à possibilidade de o homem interpretar de forma objetiva a realidade. Enquanto idealistas defendiam a verdade como reflexo das nossas crenças, os realistas a colocavam como o reflexo da realidade na qual estamos inseridos.

Para Sócrates, o mais importante em uma organização social era ensinar à sociedade sempre a verdade, sem falsidades ou erros conscientes. Para ele, esta noção de fundamentava na busca de um princípio não subjetivo, não variável ao infinito.

Aristóteles colocava o homem como existindo “diferentemente na inteligência e nas coisas, mas o intelecto ativo, que é atributo da primeira, capta nas últimas o que elas têm de inteligível, estabelecendo-se dessa forma um plano de homogeneidade”. (AMARAL, 1996, p. 19)

Já Nietzsche questionava a possibilidade de uma verdade universal. De acordo com ele, o homem deveria colocar-se, em relação mundo, em uma postura de vontade e de desejo, ou seja, não se deixar determinar por qualquer objetividade, mas, sim, atribuir aos objetos o significado que mais lhe agrada.

Karl Marx também critica o racionalismo passivo, no qual os homens apenas contemplariam o mundo, ao invés de intermediarem com ele. Ele questiona a possibilidade da objetividade, tendo em vista que, para ele, nos interpretamos o mundo em conformidade com as nossas ações, o modo que agimos sobre ele.

A doutrina kantiana da objetividade propõe, como exigência necessária, a interpretação na sensibilidade. Para ele, a objetividade não é possível. E afirma que, se existisse, o homem não seria capaz de compreendê-la. O autor explica que a interpretação que o ser faz do mundo será sempre condicionada pela mente. Em consequência disso, o homem limita-se a conhecer o mundo apenas sob a sua própria perspectiva.

Amaral (1996, p. 21) cita Schopenhauer, discípulo de Kant, que afirma que o ser não será capaz de conhecer a realidade como de fato é e diz: “Não se conhece um sol nem uma terra e, sim, unicamente, o olho que vê o sol e mão que sente o contato com a terra. O mundo que o rodeia não existe mais do que como representação, isto é, em relação com outro ser”.

A polêmica em torno dos conceitos de objetividade e subjetividade, no entanto, não se restringe às teorias filosóficas. Nos estudos voltados à área do jornalismo, também inexiste o consenso sobre a possibilidade de o jornalista, na prática profissional, interpretar e relatar os fatos tal como ocorreram, seja por influências de suas crenças e convicções, seja por fatores externos.

3.1.1.A objetividade jornalística

O interesse da imprensa pela noção de objetividade teve início a partir do século 19. Até este período, não havia a preocupação do jornalista – bem como de seu público – quanto à imparcialidade do produto jornalístico.

Como a imprensa era, sobretudo, político-partidária, comprava-se (assinava-se) jornal para saborear a versão parcial dos acontecimentos e para se ler as críticas aos seus adversários, quase sempre pessoais, procedentes ou não, e invariavelmente em termos fortes, quando não afrontosos. (AMARAL, 1996, p. 25)

No entanto, o conceito de objetividade foi introduzido ao cenário da imprensa apenas após a I Guerra Mundial (1914-1916). A Inglaterra, a França e os Estados

Unidos foram os países nos quais se iniciou a transformação de uma imprensa politizada para uma comercializada, nos primeiros trinta anos do século 21.

De acordo com Amaral (ibid.), foram quatro os fatores que fundamentalmente contribuíram para a inserção da noção de objetividade na imprensa: advento das agências de notícias, desenvolvimento industrial, acontecimento das duas guerras mundiais e surgimento da publicidade e das relações públicas.

Também é a partir de sua introdução que a objetividade jornalística passou a ser motivo de controvérsias entre os profissionais.

Desde sua criação, ainda no século 19, e mais intensamente a partir da década de 1980, a objetividade jornalística vem sendo questionada, em particular sobre a possibilidade dos jornalistas, dos meios de comunicação, dos governos, das elites em manipular a verdade e distorcer a realidade. (MIGUEL, 2005).

Para alguns autores, é impossível crer que os jornalistas são capazes de manter-se livre de seus julgamentos. Isabelle Anchieta de Mello (XXX), no artigo *A defesa de uma nova objetividade jornalística: a intersubjetividade*, traça diversas teorias construcionistas do jornalismo e apresenta cinco fatores presentes no processo de produção da matéria que impossibilitariam a efetiva objetividade jornalística: hierarquização (escolha) dos assuntos; narrativa jornalística; ordenação do tempo (deadlines); relação dos jornalistas com as fontes (relações com o poder); e interferência de uma realidade já social, cultural e historicamente constituída.

Mello afirma que, diante destes aspectos, “a idéia de um jornalismo objetivo no sentido que toma a notícia como o sinônimo da realidade não se sustenta mais”. A autora ressalva, no entanto, que assim como não se deve falar de uma objetividade pura, não é possível acreditar também em uma subjetividade pura no jornalismo, na medida em que trata de fatos ocorridos.

Amaral (p. 51) destaca, ainda, que o jornalista, na busca diária da notícia, é cobrado a ter imparcialidade. No entanto, além das dificuldades referentes à sua formação – paixões, cultura, preconceitos e posições –, há, também, aspectos que lhe são independentes. Dentre eles, prazo de fechamento da matéria, interesses materiais do veículo e, principalmente, confiabilidade das fontes de informação.

Por outro lado, Franklin Martins (2005, p. 77) afirma que, apesar de considerar a objetividade inatingível, o jornalista deve buscar de todas as formas a

isenção. Ele faz uma comparação à felicidade. “Em termos absolutos e permanentes, é inalcançável, mas nem por isso deixamos de correr atrás dela”.

Há diversos autores que reforçam a postura de que a objetividade jornalística não é, de fato, alcançável. No entanto, para eles, é essa possibilidade de ser parcial, de tomar partido, que dá a liberdade ao jornalista.

Ao redigir um texto, até mesmo na forma de abordagem e na abertura, já fazemos uma escolha. Assim, a liberdade do jornalista começa com a sua imparcialidade. [...] A imparcialidade é virtude inatingível. Em qualquer ato humano militam essas circunstâncias que fazem, de cada um de nós, seres absolutamente originais. Nós só somos livres quando podemos tomar um partido, qualquer partido. Se assim não fosse, em nosso caso particular, o de divulgar informações (e em todas as informações sempre há uma opinião), bastaria substituir um repórter por algum computador a ser criado. [...] Se existisse, o jornalista absolutamente imparcial não seria jornalista livre. (SANTAYANA, 2006, p.43)

Cláudio Abramo também critica o jornalismo que sugere a omissão de opinião e a abstenção de valores e exemplifica: “Se um sujeito é pintor e o mandam pintar uma parede de branco, isso não o impede de achar que um azul ficaria melhor, embora cumprindo a ordem de pintar de branco”. O autor complementa afirmando que essa objetividade representa uma contradição ao próprio trabalho jornalístico, tendo em vista que, para ele, o jornalista deve sentir os acontecimentos com a intensidade e a paixão que os fatos exigem.

A derrubada da impostura de uma neutralidade jornalística também é reforçada por Eugênio Bucci (2000). O autor defende que se deve buscar o equilíbrio entre as convicções pessoais e a imparcialidade demandada pelo leitor.

Nas duas hipóteses de desequilíbrio (excesso de frieza em relação ao público, ou excesso de emocionalismo também em relação público), pode-se atribuir o déficit de qualidade à má adequação entre as convicções do repórter e a sua tarefa de oferecer um relato eficiente dos acontecimentos. [...] Por uma e por outra, desinforma. (BUCCI, 2000, p. 95)

Já para o jornalista **XXXX (XXXX)**, a objetividade – como reflexo da realidade – pode, sim, ser alcançada. Para o autor, para se chegar a ela, deve o jornalista ouvir todas as versões possíveis sobre um mesmo fato.

O jornalista tem como missão buscar, senão a verdade, a versão mais próxima da verdade. Para tanto, deve ouvir o maior número possível de pessoas envolvidas no fato que está apurando. A melhor matéria é aquela em que o jornalista ouve o maior número de fontes. São também essas as apurações que dão o sentido de dever cumprido ao jornalista. Ele conversou

com tantas fontes que obteve um relato mais preciso sobre o fato. Ao 23aze-lo, ele deu a oportunidade a todos os envolvidos para que se manifestassem e informou o público. Cumpriu um dever consigo mesmo, com as suas fontes e com o cidadão-leitor. (autor: ano, página???)

3.1.2. A objetividade jornalística no Brasil

No período de transição para o século 20, a imprensa no Brasil tinha como principais características a falta de estrutura e recursos, o tribunismo e, principalmente, a utilização de uma linguagem violenta e agressiva.

Amaral (1996, p. 70) cita o historiador Otávio Tarquínio Souza, que descreve a imprensa brasileira neste período como sendo, “sem exceção, deplorável pelo desmando da linguagem, [...] toda de jornais incapazes de discutir uma questão sem personalismo, fosse para louvar, fosse para deprimir”.

O uso de uma linguagem agressiva permaneceu boa parte do século 20. Abusavam-se dos ataques pessoais a instituições, personalidades públicas e, também, a outros jornais. Utilizavam-se, para tanto, uma coluna denominada de “a pedidos”, por meio da qual se faziam ameaças, insinuações e acusações – assinadas e, por vezes, anônimas.

Além disso, havia nas redações predominantemente escritores/jornalistas, imputando uma linguagem de difícil acesso ao jornalismo e que retardou a profissionalização do jornalismo. Entre os nomes, tinha-se Graciliano Ramos, Olavo Bilac, Gonçalves Dias, Mário Quintana e Érico Veríssimo.

Ainda na transição do século 19 para o 20, introduziu-se no Brasil o serviço de telégrafo, tendo o instrumento sido primeiramente utilizado pelo jornal A Notícia, do Rio de Janeiro. O veículo – pouco credível ante a população – noticiava informações referentes à luta em Cuba.

Foi por meio dessa iniciativa que a imprensa brasileira teve seu primeiro contato com a noção de objetividade jornalística já difundida internacionalmente, começando, assim, a se distanciar de grupos ligados a políticos. Amaral (1996, p. 72) explica que “as cópias dos telegramas chegavam com notícias e uma nova filosofia de trabalho”.

Em seguida, foram implementadas no Brasil – trazidas pela imprensa norte-americana – a propaganda e as relações públicas. Ambas mostraram uma nova

possibilidade de se fazer e vender a notícia – a flexibilização das matérias, que poderiam ser interpretadas conforme fossem os interesses.

Franklin Martins (2005, p. 24) destaca que, no Brasil, foram nos últimos cinquenta anos que as modificações ocorridas nas redações passaram a ser claramente percebidas. “[...] a opinião dos donos dos jornais pesa menos no noticiário do que há algumas décadas; a opinião dos leitores pesa mais; a atitude dos jornalistas também”.

Ao caracterizar esta mudança, Cruvinel conclui: “Chegamos à era da credibilidade como atributo essencial”. (2006, p.226 - livro organizado por SEABRA e SOUSA)

3.1.3.A objetividade no jornalismo político

“A melhor cobertura política é aquela em que, ao final, todos os candidatos estão igualmente aborrecidos conosco”. A frase de Franklin Martins (2005, p. 90) representa o que os autores destacam como a maior transformação na cobertura política no Brasil nas últimas décadas, especialmente após o ano de 1950 – a mudança de uma imprensa partidarizada para uma comercializada, passando a preocupar-se mais em informar o leitor do que a convencê-lo a adotar determinada postura.

O jornalismo político no Brasil já deixou para trás, felizmente, o tempo do proselitismo, a era em que os próprios jornais eram altamente partidarizados e pouca diferença havia entre notícia, análise e opinião, fosse ela do jornalista ou do veículo, esta última hoje claramente identificada nos editoriais. Tudo se mesclava e o objetivo não era essencialmente informar, mas convencer. (CRUVINEL, 2006, p.225) livro organizado por SEABRA e SOUSA

Para ilustrar a mudança, Martins faz uma comparação entre as campanhas eleitorais dos anos de 1950 e 2002, caracterizando as fases como “Os jornais entram em campanha” e “A imprensa cobre a campanha”, respectivamente. De acordo com ele, nas eleições realizadas em 2002, o tom dos maiores jornais do País – Folha de São Paulo, O Estado de São Paulo e O Globo – foi “praticamente neutro”.

A transformação ocorrida na cobertura política deve-se, fundamentalmente, por três fatores: transformações econômicas, modernização e profissionalização da

imprensa e modificação do perfil do leitor, por meio da qual os jornais tiveram que se voltar, a fim de conseguirem se manter, para um público mais heterogêneo.

Na sociedade pluralista e, sobretudo, mais democrática, os veículos foram obrigados, inclusive para alcançar universos maiores de leitores/consumidores, a oferecer conteúdo mais informativo e menos sectário. Passaram a depender cada vez mais da receita publicitária, o que também trouxe mais exigência de pluralismo para se valorizarem como mídia de grande alcance. (CRUVINEL, 2006, p. 226).

Autores destacam que a imprensa denominada de opinião e partidária vem atualmente se deslocando e sobrevive, sobretudo, em semanários, quinzenários e revistas.

No entanto, a imprensa adquire, agora, outro papel dentro do contexto político do País, assumindo “funções tradicionais dos partidos políticos, como ‘definir agenda de temas públicos, fiscalizar as agências do governo e criticar as políticas de governo””. (DALTON, FLANAGAN e BECK, 1984, p. 460) – (no livro de LIMA, p. 191)

A centralidade da mídia que faz com que suas implicações possam ser sentidas no cotidiano das pessoas independentemente de classe, etnia, sexo ou idade. Não surpreende, portanto, que a mídia tenha também se transformado em palco e objeto das disputas pelo poder político na contemporaneidade e, conseqüentemente, em fonte primeira das incertezas com relação ao futuro da democracia. (LIMA, 2001, p. 176)

O jornalista político Mauro Santayana, no artigo “A ética dentro e fora das redações”, conta que, indicado para investigar a atuação de um parlamentar mineiro, pediu para que outra pessoa o fizesse, tendo em vista a relação que tinha com o político. Ele afirma que, no entanto, não advertiu o parlamentar quanto à realização da investigação. Para Santayana, a iniciativa representou o cumprimento de seu dever como jornalista. Sobre o caso, o autor menciona a impossibilidade de o jornalista ser objetivo.

Assumo, sem nenhuma preocupação, que nunca fui jornalista imparcial. Sempre tomei partido, como qualquer um de nós. Como seres humanos que somos, é difícil para nós excluir da nossa personalidade a simpatia com A ou B. Temos os nossos amigos e seremos sempre a eles simpáticos, mesmo que cometam deslizes. O nosso sentimento sempre encontrará explicação atenuante, seja nas circunstâncias pessoais de cada um, seja nas circunstâncias gerias. (SANTAYANA, 2006, p. 42)

O jornalista Rudolfo Lago, no artigo “Prática e conhecimento”, afirma que, nas notícias políticas, a parcialidade pode ocorrer por existir uma imensa quantidade de informações subliminares, cabendo ao repórter o papel de desvendá-las:

Em política, cobertura e análise são elementos indissociáveis. Em economia, por exemplo, a simples notícia sobre se a cotação do dólar subiu ou baixou já é notícia. [...] O mundo econômico é mais preciso, mais exato, e formado por números e padrões que se repetem. Em política, tudo é mais impreciso (IDEM, página XXXX).

Franklin Martins (ibid.) destaca, no entanto, que a análise do repórter sob determinado assunto não acarretará, necessariamente, na expressão de suas opiniões pessoais. O autor afirma que interpretação e opinião, apesar de serem semelhantes, não representam conceitos iguais.

A opinião, no fundo, apenas se alimenta do fato para reafirmar um ponto de vista prévio. Já a interpretação é uma primeira leitura do acontecimento, é uma tentativa de juntar e relacionar seus vários fragmentos no momento em que ele está ocorrendo. A primeira fecha o foco em cima de uma explicação e quer passar certezas. A segunda, ao contrário, busca abrir o leque de possibilidades e sugerir linhas de raciocínio. Uma é taxativa, tem respostas definitivas; a outra é indagativa, no máximo tem idéias preliminares. (MARTINS, 2005, p. 22)

3.2.O “drama” do lead

O lead é definido, pela maioria dos autores, como sendo a síntese da parte mais importante da matéria, devendo responder às perguntas o quê, quando, onde, quem, como e por quê. De acordo com Franklin Martins, o lead nasceu como forma de .

Ele afirma, ainda, que outros autores dizem que o conceito surgiu devido à revolução industrial, por meio da qual os anúncios entravam tardiamente na página e fazia com que os editores tivessem que rapidamente cortar as matérias, em geral o pé. No entanto, as informações mais importantes do texto geralmente encontravam-se no final da matéria. Com isso, as informações mais relevantes da matéria passaram a ser escritas no início da matéria.

Bons textos jornalísticos não precisam necessariamente de um lead. [...] Ele é apenas uma possibilidade, não uma camisa-de-força. [...] Ele não passa

de uma técnica para evitar o insuportável nariz-de-cera da imprensa tradicional. (MARTINS, 2005, p.110)

Para Martins, o lead tem um grande defeito e um importante mérito: organização das informações e padronização do estilo, respectivamente.

De qualquer forma, na maioria dos casos, as matérias acabam obedecendo à forma tradicional, recorrendo ao velho e bom (ou mau) lead. Não há estatísticas sobre o assunto, mas é possível que apenas uma em cada três ou quatro matérias nos dê a oportunidade de fazer algo que vá além do trivial. (MARTINS, 2005, p. 112)

O Diário Carioca foi o primeiro jornal brasileiro a implantar o lead no País. “É no Diário Carioca que o lide vai afinal ser adotado como norma e que um manual de redação vai afinal ser levado a sério [...]”. (Lins da Silva, 1990, p. 78)

Essa técnica jornalística está, hoje, plenamente incorporada à imprensa brasileira. É possível apontar como esforço pioneiro de reforma na técnica de apresentação de notícias, entre nós, o que foi realizado no Diário do Comércio, em 1951, quando o jornal tinha Danton Jobim na direção e Pompeu de Souza na chefia de redação; a reforma foi devida a Luis Paulistano, chefe de reportagem (...). Ao lead norte-americano Luis Paulistano acrescentou o brasileiríssimo sub-lead. (SODRÉ, 1999, p. 394-395)

4. Objetividade jornalística na prática

Neste capítulo, são apresentadas as diversas visões e noções sobre a objetividade jornalística na prática profissional da cobertura política. As respostas, obtidas por meio da aplicação do questionário aos profissionais inquiridos, foram consolidadas e analisadas.

Optou-se por, primeiramente, expor, as questões que compuseram o questionário e, em seguida, os seus respectivos objetivos. Posteriormente, os dados e resultados foram tratados separadamente, tendo sido divididos em nove itens.

4.1. Objetividade: alvo ou utopia

Questão 01: Em sua opinião, a objetividade jornalística na prática profissional:

Ocorre necessariamente

Ocorre, às vezes (pode ser influenciada por diversos fatores)

Não ocorre

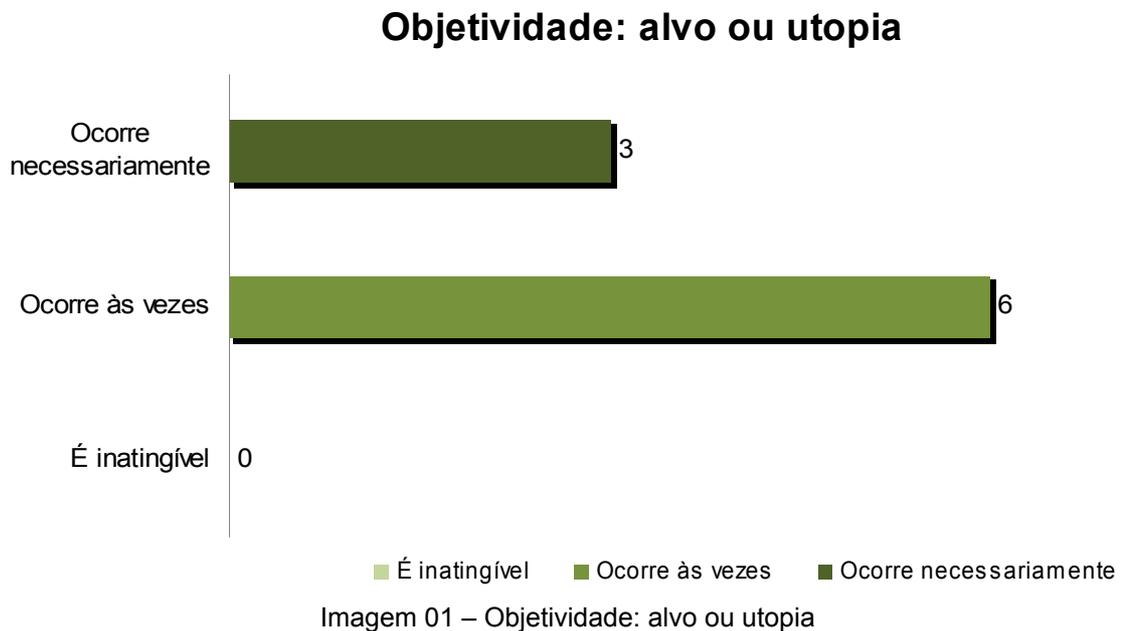
A primeira pergunta teve por objetivo conhecer, ainda de forma geral, a visão dos informantes quanto à aplicabilidade da objetividade jornalística na prática profissional.

Por meio da análise das respostas levantadas, observou-se que nove dos informantes acreditam ser possível o alcance da objetividade na produção do texto. Dos dez jornalistas inquiridos, nenhum a classificou como inatingível.

Seis, no entanto, destacaram que, apesar de alcançável, ela pode ser influenciada por diversos fatores. Outros três afirmaram que ela ocorre necessariamente.

Um dos informantes optou por não marcar nenhum dos itens propostos e acrescentou a afirmação “deve ser buscada sempre”. Por não haver essa possibilidade no questionário, a resposta foi desconsiderada.

Veja gráfico 1:



4.2. O lead e a objetividade

Questão 02: O lead – freqüentemente ensinado no meio acadêmico como forma de se evitar a prolixidade e a subjetividade – é, em sua opinião, instrumento capaz de fazê-lo? Por quê?

- Sempre
- Quase sempre
- Quase nunca
- Nunca

A questão número dois visou ao conhecimento sobre a forma pela qual os informantes relacionam o conceito de lead à noção de objetividade jornalística, bem como os meios de utilização do instrumento na prática profissional. Pretendeu-se, com isso, aprofundar o entendimento acerca do uso do lead como método de se buscar a objetividade.

Nenhum dos informantes considerou o lead como instrumento ineficaz para se chegar à objetividade na produção da notícia. Entre os profissionais, três

acreditam que a utilização do lead implica necessariamente em um produto jornalístico objetivo – tanto em relação à concisão quanto à imparcialidade.

Já para sete dos inquiridos, o lead é um instrumento capaz de tornar um texto objetivo, mas depende das circunstâncias a qual está submetido, como demonstrado no gráfico 2:



Imagem 02 - O lead e a objetividade

Nas respostas fornecidas à questão número dois – que incluiu um subitem com resposta aberta –, pôde-se observar, ainda, a divergência entre os informantes quanto à utilização do lead.

Para alguns, o instrumento foi considerado como sendo flexível e fundamental, na medida em que orienta o profissional para uma forma de se conseguir a objetividade de um produto jornalístico, conforme exposto por um dos informantes inquiridos.

Jornalismo é uma atividade que demanda velocidade, sobretudo de raciocínio. Meios de comunicação hoje dependem de agilidade, seja porque já nasceram com esse formato (como os sites), seja por questões industriais (como os jornais, que não podem extrapolar prazos por causa do compromisso industrial). Daí que uma fórmula que permita organizar o raciocínio facilita na agilização do serviço. É algo que ajuda quem tem e quem não tem talento. (Informante 04)

A opinião é reforçada na descrição de outro jornalista sobre o lead, que, de acordo com ele, deve ser adequado às diferentes situações.

E possível 'adaptar' o lead às circunstâncias, uma matéria mais leve autoriza flexibilizar o lead, mas nem por isso burla-lo. O que é o lead? A resposta resumida às perguntas básicas, não é? Então. Isso é possível, sim. O esforço é constante e diário. (Informante 02)

De acordo um dos profissionais inquiridos, a questão da flexibilização do instrumento deve-se aos diferentes aspectos que podem ser abordados em uma matéria. Ele exemplifica com a dinâmica dos veículos on-line:

Em todas as pautas conseguimos visualizar um ponto que se destaca dos demais, independentemente de ele ser inédito ou não. No caso de veículos online, pode-se dizer que são raríssimas as vezes que nada pode ser aproveitado para virar uma matéria. Não seria exagero também dizermos que 'sempre' temos o que escrever de um determinado fato. Com frequência nos deparamos com várias matérias com lides diferentes. (Informante 06)

Em contraponto, outro informante destacou que, apesar de fundamental para se obter a objetividade, o lead não representa um instrumento flexível.

O lead constitui, na verdade, uma espécie de camisa de força, que obriga o profissional a se prender a dados objetivos, quase sempre não manipuláveis. É evidente que o lead, por si só, não garante a objetividade, precisando ser combinado com outros elementos. (Informante 03)

Outro informante destacou que o lead é eficiente para se chegar à objetividade, mas, de acordo com ele, o jornalista pode optar por não utilizá-lo a fim de se provocar diferentes efeitos no público.

Às vezes o relato de algum fato jornalístico pode prescindir da objetividade para se tentar colocar o leitor mais próximo do tema ou da emoção do que se tenta contar. (Informante 09)

Um dos jornalistas afirmou que o lead, como instrumento, não é determinante para tornar um texto objetivo ou não. De acordo com ele, devem ser considerados aspectos como o próprio profissional que o utiliza e, ainda, a situação em que o lead é empregado.

O lead, em si, não é responsável por prolixidade ou falta dela, por subjetividade ou objetividade. Depende de quem o escreve e, até, de momentos de quem o escreve. Na pressa, o lead pode ser ruim, objetivo ou não, prolixo ou não, como pode ser bom, sem ser objetivo ou subjetivo. (Informante 08)

4.3. O controle pessoal do jornalista

Os jornalistas detêm o controle pessoal sobre as suas convicções e sentimentos no desenvolvimento do produto jornalístico?

- Sempre
- Quase sempre
- Quase nunca
- Nunca

Esta pergunta teve por finalidade aprofundar a proposta da primeira questão e conhecer a visão dos jornalistas quanto ao domínio que acreditam ter sobre as próprias impressões pessoais na produção de um texto.

Todos os jornalistas responderam que, na prática profissional, as opiniões e crenças pessoais do profissional não interferem na produção do produto jornalístico.

Mas apenas dois dos informantes disseram que este controle é possível sempre. Os demais jornalistas (oito) afirmaram que, apesar de possível, há situações em que o produto jornalístico é influenciado pelas convicções pessoais.

No entanto, comparando-se os resultados à questão número um, nota-se que o percentual de informantes que assinalaram que a objetividade jornalística ocorre necessariamente – três (ver gráfico 1) – é maior do que aqueles que afirmaram acreditar que o profissional sempre detém o controle pessoal no desenvolvimento de um texto jornalístico.

Cabe destacar que, para esta pesquisa, o termo objetividade refere-se à “tendência de julgar pelos fatos sem deixar-se influenciar por seus sentimentos, prevenções ou predileções”, como exposto na introdução. Desta forma, pode-se concluir que há contradição nos resultados obtidos entre os referidos enunciados, os quais poderão ser melhor aprofundados em questões posteriores.

À questão, um dos informantes que optou pelo segundo item acrescentou a seguinte informação: “O fundamental no jornalismo é a objetividade. As nossas convicções e sentimentos atrapalham. Por exemplo, numa eleição não importa quem você gostaria que ganhasse. Você tem que escrever objetivamente quem vai ganhar. Você tem que ser mais um jogador do que um torcedor”.

Veja gráfico 3:

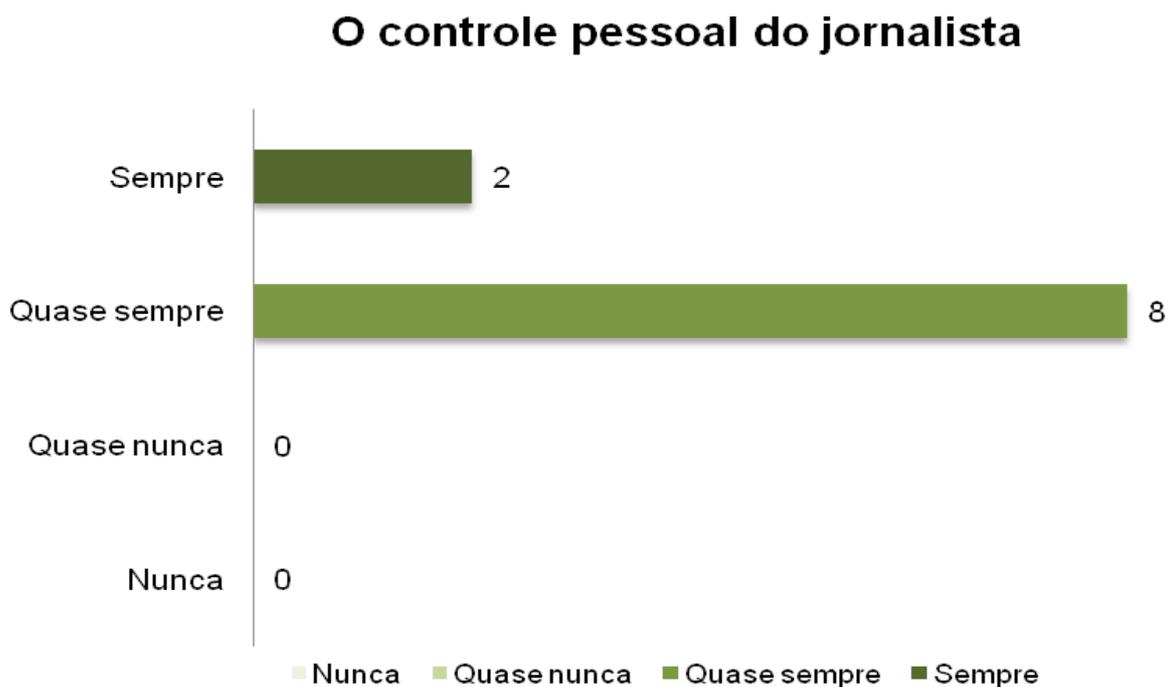


Figura 03 - O controle pessoal do jornalista

4.4. Objetividade x interesses da empresa

Os interesses econômicos/políticos do veículo influenciam o produto jornalístico?

() Sempre

() Quase sempre

- () Quase nunca
- () Nunca

A pergunta visou a avaliar de que forma os interesses econômicos e políticos do veículo podem influenciar o profissional no processo de produção de um texto jornalístico.

Observou-se, nos resultados obtidos a partir da análise da questão, que os informantes dividiram-se em duas respostas opostas.

Nenhum dos informantes afirmou que os interesses do veículo não interferem no produto jornalístico. No entanto, cinco dos jornalistas acreditam que esta intervenção ocorre em poucas circunstâncias.

Já outros cinco destacaram que os interesses próprios do veículo de comunicação são capazes de influenciar o desenvolvimento de um produto jornalístico. Apenas um, contudo, assinalou que isto ocorre em todos os processos de produção.

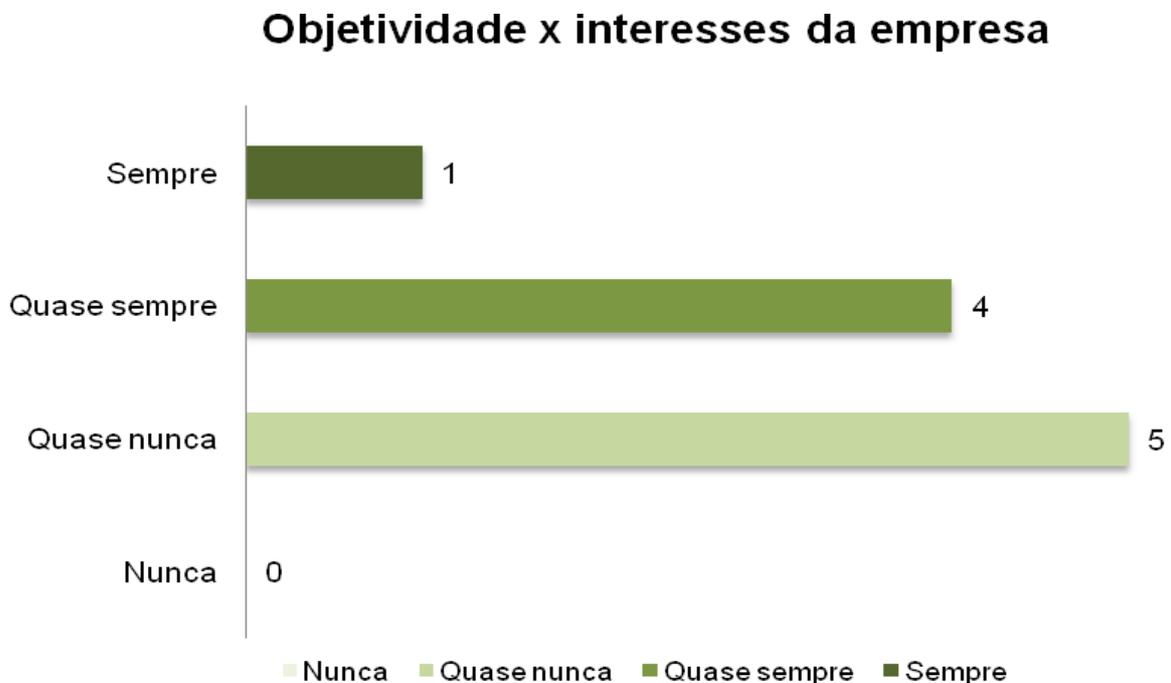


Figura 04 – Objetividade x interesses políticos/econômicos da empresa

4.5. Fatores que podem implicar na parcialidade

Assinale, se considerar que existem, os fatores que podem implicar na parcialidade de um produto jornalístico. (Pode-se marcar mais de um item)

- Prazo de fechamento
- Linha editorial do veículo
- Edição do texto por outra pessoa
- Crenças e opiniões pessoais do jornalista
- Experiência profissional
- Perfil do leitor
- Qualidade da fonte de informação
- Outros. Quais?

A pergunta número cinco teve por objetivo levantar a visão dos profissionais quanto aos aspectos que podem influenciar, em um texto jornalístico, a sua objetividade. Pretendeu-se, ainda, comparar e analisar as respostas aos resultados obtidos em questões anteriores.

Observou-se que, mesmo os informantes que destacaram – na questão número um (gráfico 01) – que a objetividade jornalística ocorre necessariamente, assinalaram que existem fatores que podem implicar na parcialidade de um produto jornalístico.

Dentre os fatores propostos no questionário, a qualidade da fonte de informação foi o aspecto que os jornalistas consideraram como maior determinante para se conseguir a parcialidade ou imparcialidade da matéria. O item foi destacado por oito dos dez informantes. 39661232

Como segundo fator determinante para a objetividade do produto jornalístico, sete informantes destacaram a linha editorial do veículo. No entanto, apenas cinco profissionais acreditam que os interesses econômicos e políticos influenciam o produto jornalístico, como se pode ver nos resultados obtidos na questão número quatro (ver gráfico 04).

O prazo de fechamento da matéria foi o terceiro aspecto mais mencionado pelos informantes, sendo marcado por seis dos dez profissionais inquiridos. Em seguida, tem-se o perfil do leitor como característica importante para o produto jornalístico. O item foi apontado por quatro jornalistas.

Tanto a edição do texto por uma segunda pessoa quanto as crenças e as opiniões pessoais do jornalista foram assinaladas por três informantes. Por fim, a experiência profissional do jornalista foi o fator considerado menos determinante para a produção de um conteúdo jornalístico. Apenas dois informantes acreditam que o tempo de atuação profissional pode ser decisivo para se obter ou não a imparcialidade em um texto jornalístico.

Dentre os informantes inquiridos, apenas um acrescentou item não previsto no questionário. Ao tópico “outros”, um dos jornalistas afirmou como fundamental para a objetividade jornalística, sobretudo, “o interesse empresarial do próprio grupo jornalístico”.

Veja gráfico comparativo:



Figura 05 -

4.6. Cobertura jornalística e decisões políticas

Em sua opinião, a cobertura jornalística é capaz de influenciar decisões políticas?

() Sim

() Não

Por quê?

Esta pergunta foi elaborada a fim de conhecer a importância da cobertura política na visão dos profissionais inquiridos. Buscou-se, também compreender a forma pela qual os jornalistas entendem a dinâmica de funcionamento dos temas políticos ao que é debatido pela imprensa.

Apenas um dos informantes que participou da pesquisa optou por não assinalar um dos itens. Ele afirmou, ao final da questão, “raramente”, sem, no entanto, explicar o motivo da resposta.

Já nove dos profissionais afirmaram que a cobertura jornalística é capaz de influenciar as decisões políticas, conforme exposto no gráfico 07.

Cobertura jornalística e decisões políticas



Quando analisada a pergunta aberta, os informantes acrescentam informações importantes aos resultados destacados anteriormente.

Dois dos informantes ressaltaram a atuação da mídia na cobertura de temas políticos como fundamental, na medida em que é capaz de pautar os assuntos debatidos, como apontado nos trechos abaixo:

Atualmente a mídia é capaz de agendar os temas em discussão na política, muitas vezes também os desdobramentos dos fatos, apontados como secundários, promovem debates e decisões em níveis ampliados. (Informante 02)

Muitas vezes é a imprensa quem pauta ou baliza a atuação de parte do executivo e do legislativo. (Informativo 09)

A opinião é reforçada na resposta de outros profissionais, que ressaltaram, também, a vulnerabilidade de políticos ao que é divulgado pela imprensa.

Principalmente aqui em Brasília, centro político e de decisões do País, a grande maioria dos políticos se pauta pelo que a mídia está publicando. Deixa de tomar ou toma uma decisão baseado no que é publicado ou poderá ser publicado nos jornais e pela TV. (Informativo 10)

Outro jornalista reforça essa suscetibilidade e exemplifica com situações nas quais houve mudanças por parte do poder público em função da repercussão de assuntos pela imprensa.

Existe uma suscetibilidade de atores políticos à opinião pública e ao efeito que a mídia pode exercer sobre ela. O Poder Legislativo costuma ser mais vulnerável a esse tipo de concepção, mas também se pode constatar sensibilidade dessa forma no Executivo – por exemplo, quando o presidente Lula mandou dar sumiço no absurdo projeto sobre conselhos de jornalismo – e o próprio Judiciário, quando se registram sentenças determinando, por exemplo, que fulano ou beltrano não podem receber hábeas corpus dada a reação social. São apenas exemplos, mas que mostram essa suscetibilidade. (Informante 03)

Foi destacada, ainda, a importância da cobertura política como ponto determinante para que sejam viabilizadas, por exemplo, investigações .

Há também os casos, não raros, de matérias que culminam em CPIs ou escândalos políticos. (Informante 06)

Houve, também, informantes que ressaltaram a importância da cobertura política para que a população se informe de determinado assunto e se posicione quanto aos temas debatidos por políticos.

À medida que as pessoas tomam conhecimento de dados, números e informações elas podem se posicionar racionalmente sobre fatos e decisões. (Informante 01)

Por expressar o ponto de vista de determinada parcela da sociedade, chamar atenção para alguns aspectos das decisões e propiciar o debate. (Informante 05)

Por fim, um dos jornalistas destacou que devem ser observados, principalmente, os interesses políticos do próprio veículo.

Há que se considerar sempre que as empresas jornalísticas, como tantas outras, têm interesses políticos e econômicos, diretos e indiretos. Daí que, por vezes, aquilo que parece ser a defesa do interesse da população pode mascarar objetivos do grupo jornalístico. (Informativo 04)

E exemplificou:

A campanha que o jornal “O Globo” promove, no Rio de Janeiro, contra o candidato Marcelo Crivella, que está à frente da corrida para a Prefeitura da cidade. No fundo disso está o crescimento da presença dos veículos de comunicação da Igreja Universal do Reino de Deus (como a Rede Record ou a Folha Universal) num mercado cuja hegemonia das Organizações Globo não tem confrontação. É preciso lembrar que o senador Crivella é sobrinho do bispo Edir Macedo, chefe da IURD. (Informativo 04)

4.7. Papel do jornalista na cobertura política

Para você, qual o papel do jornalista no campo político?

A pergunta teve por finalidade complementar a questão anterior a fim de se obter a percepção dos informantes quanto ao papel e à importância de atuação do jornalista que atualmente cobre temas ligados à política nacional.

Dois dos informantes destacaram, na resposta, que o papel do jornalista, tanto no campo político quanto em qualquer outro, deve ser o mesmo – informar o leitor da maneira mais objetiva possível.

Em qualquer campo, trata-se de publicar a melhor versão da verdade possível de se obter (definição que não é minha, mas de Carl Bernstein, um dos dois repórteres do célebre caso Watergate). (Informante 08)

Tanto na cobertura política, como em qualquer outra, o papel do jornalista é o mesmo: relatar, narrar, indicar ações [das fontes], suscitar discussões e promover debater. O jornalista tem de ser um olho sempre atento a tudo e a todos. (Informante 02)

Alguns jornalistas citaram que, para se obter a objetividade na cobertura política, é necessária fundamentalmente uma apuração na qual se busca o maior número de fontes de informação. Cabe lembrar que a qualidade da fonte de informações foi o fator que, de acordo com os profissionais inquiridos, é o que mais determina a produção de um produto parcial ou imparcial, conforme exposto no item 4.5.

Tentar relatar fatos e bastidores com o maior equilíbrio possível, ouvindo tantos lados e versões de uma mesma história quanto possíveis. (Informante 09)

Escrever o que ocorre com clareza, mostrando todos os lados da notícia. (Informante 07)

Outro informante ressaltou que o papel do jornalista que cobre política dependerá, sempre, da função que ocupa dentro do veículo. Para ele, enquanto o repórter é responsável pela apuração e produção do texto jornalístico, cabe ao editor a tarefa de acolher as ordens emitidas pela direção do jornal:

O repórter tem a função de todo e qualquer repórter – apurar e escrever o material por ele levantado. Já o editor ou coordenador de setor, cargos de confiança do comando da empresa, podem ter papel além daquele exigido de um jornalista comum. São eles quem atendem e concretizam os pedidos “de cima”, ou seja, da direção do grupo. (Informante 04)

Divulgar e traduzir as informações sobre o que ocorre nos bastidores da política – locais, formas, motivos e impactos das decisões – também foram aspectos destacados por alguns informantes como papel do jornalista.

Divulgar as decisões dos políticos, o modo e o motivo pelas quais são tomadas e seus impactos na sociedade. (Informante 05)

Informar e acompanhar de perto os bastidores políticos. Um repórter, principalmente, deve estar sempre bem informado do que está acontecendo por trás da notícia. (Informante 10)

Para um dos informantes, estes aspectos são fundamentais para que o leitor possa tomar suas decisões, inclusive quanto aos temas e acontecimentos que deseja acompanhar.

Aproximar o cidadão comum de um tema que não lhe é tão afeito, ‘traduzir’ para a sociedade a realidade dos locais onde são tomadas as decisões e oferecer a informação para que o leitor/telespectador decida se quer ou não acompanhar determinado assunto. (Informante 06)

Por fim, um informante afirmou que, como jornalista, o profissional não deve ter nenhum papel no campo político e explica:

Como jornalista, não deve ser nenhum. Aliás, inexistente nas redações figura mais ridicularizada que o militante de carteirinha, aquele que se senta diante do computador e diz: “hoje vou ferrar esse governador”. Mas é evidente que o jornalista também é cidadão e, como tal, pode e deve adotar posturas políticas. O que não deve é permear de doutrina sua atividade como jornalista e, ainda pior, deixar transparecer que a utiliza para minar sua objetividade. (Informante 03)

4.8. Objetividade x especulação

O jornalismo político praticado atualmente prima por:

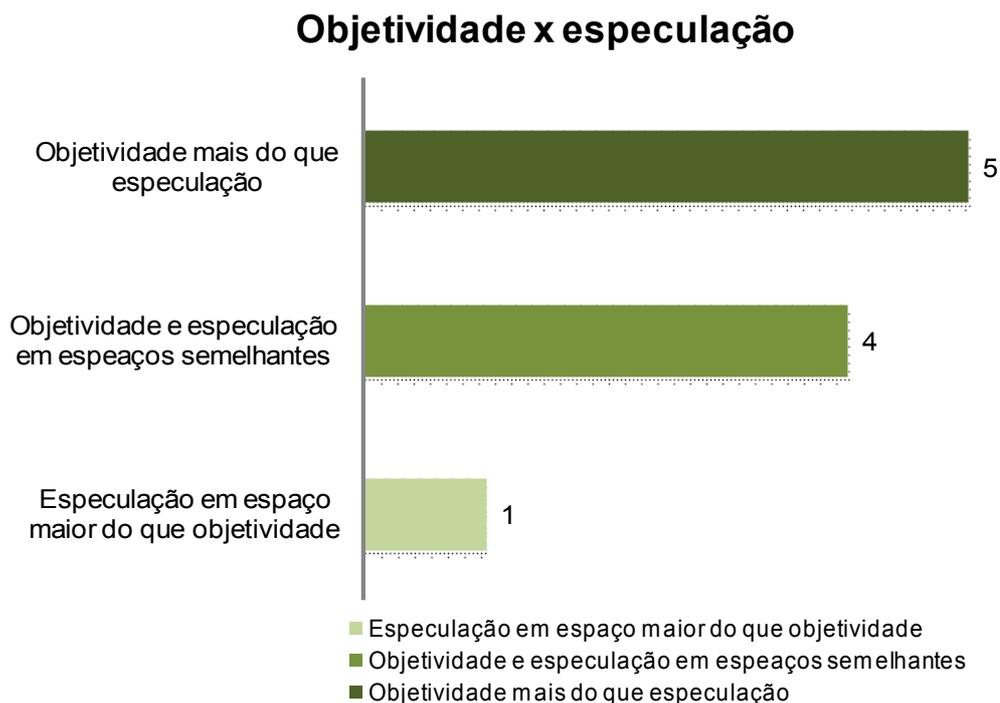
- () Objetividade mais do que especulação
- () Objetividade e especulação em espaços semelhantes
- () Especulação em espaço maior do que objetividade

A pergunta número oito visou a levantar e analisar o entendimento dos informantes quanto ao jornalismo praticado atualmente, a fim de avaliar de que forma eles especulação e objetividade.

Nenhum dos informantes acredita que a especulação predomine em detrimento da objetividade na cobertura política. No entanto, quatro assinalaram que a objetividade e a especulação têm, atualmente, espaços semelhantes no jornalismo político. Já para cinco dos profissionais, a cobertura política prima pela objetividade, ao invés de especulação.

Um dos informantes optou por não marcar nenhuma das respostas e afirmou “Depende uma avaliação caso a caso. Não existe ‘jornalismo político’ como ente homogêneo”.

Veja resultados no gráfico x:



4.9. A visão de objetividade jornalística

O que você entende por objetividade jornalística?

A última questão teve por finalidade avaliar, de forma mais aprofundada, a visão dos jornalistas quanto à noção de objetividade jornalística, optando, desta forma, pela aplicação de questão aberta. Além disso, objetivou-se comparar as respostas aos resultados obtidos em questões anteriores.

Apenas um dos informantes relacionou a noção de objetividade jornalística à clareza do texto, ligando-o à linguagem e à utilização do leal.

[A objetividade] é a busca pela clareza no texto, as respostas às perguntas centrais (o quê, quando, por que, onde e como), sem perder o estilo próprio e a linguagem diferenciada que cada veículo preserva. (Informante 02)

Apesar de, na primeira pergunta do questionário (ver item 4.1), nenhum dos informantes ter afirmado que a objetividade jornalística na prática profissional é inatingível, um dos jornalistas afirmou que, para ele, não existe a objetividade. De acordo com ele, no entanto, é papel do profissional buscar se aproximar ao máximo da realidade.

Ao mesmo tempo em que reconheço ser impossível a objetividade absoluta, o que sabemos desde que Kant desenvolveu sua teoria do conhecimento, acho indispensável que o jornalista procure ao máximo aproximar-se da objetividade, compreendida como a necessidade de reproduzir o fato, suas causas e implicações, da forma mais próxima possível da realidade. (Informante 03)

A visão é apoiada na resposta de outros dois informantes.

Um imenso esforço para obter a melhor versão da verdade possível de se conseguir. (Informante 08)

Relatar de forma mais clara possível o que viu, presenciou ou descobriu, evitando a interferência de posições políticas, ideológicas, pessoais ou religiosas. (Informante 06)

Já dois jornalistas destacaram que a reprodução do fato tal como ocorreu pode ser conseguida, cabendo ao profissional a tarefa de retratar a realidade.

Objetividade jornalística é tratar a notícia de forma direta. Informando ao leitor o que de fato está acontecendo no mundo político de forma independente e imparcial. (Informante 10)

Relatar o fato tal como ocorreu. (Informante 07)

Outro, no entanto, apesar de considerar a noção fundamental na prática profissional, questionou o próprio conceito de realidade, que, de acordo com ele, já é parcial. No entanto, no decorrer da resposta, ele também destaca a possibilidade de o jornalista relatar a realidade tal como ocorreu.

A realidade é parcial. Logo em tudo o que acontece alguém perde e alguém ganha. Portanto, a isenção não vem da imparcialidade ou de se tentar fazer média com dois lados de uma mesma realidade. A objetividade jornalística implica em você apresentar a realidade como ela é, sem atenuantes. A objetividade se baseia em dados, em números, no conhecimento da estratégia e dos objetivos dos oponentes. (Informante 01)

Na visão de um dos informantes, a objetividade jornalística limita-se à informação passada por meio de uma apuração na qual se busca o maior número de fontes possível de se obter, conforme exposto no trecho abaixo.

Informar os fatos com base no maior número de fontes possíveis. (Informante 05)

Para outro profissional inquirido, a escolha dos assuntos a serem cobertos é o que fundamenta a objetividade jornalística.

Foco nos assuntos mais relevantes e importantes para o cidadão e o país (Informante 09)

Eu devolvo a pergunta: o que você entende como objetividade jornalística? A mera construção da matéria? Se for somente isso, a fórmula de lead e sub-lead esgota a resposta. Que, quem quando, como, onde e por que? é a melhor maneira de se dar um recado rápido, preciso, sem divagações. Mas e se objetividade jornalística for algo cuja interpretação passa, inclusive, pela discussão da própria atividade? Aí já é mais complicado e demandaria um debate mais amplo. O grande problema das escolas de comunicação é que assentam a formação de futuros jornalistas em base nem sempre reais. É um problema em si mesmo, pois os bancos escolares têm muitos “teóricos” e poucos ‘práticos’. Como diria Millôr Fernandes, ‘a teoria na prática é diferente’. (Informante 04)

5. Conclusão

Partindo-se da necessidade de aprofundar o conhecimento acerca da noção de objetividade jornalística, este projeto buscou levantar e analisar a visão sobre o conceito para autores e jornalistas que atuam na cobertura política.

A motivação para o desenvolvimento da pesquisa surgiu em decorrência da percepção de que o conceito de objetividade jornalística – ensinado no meio acadêmico como fundamental – é questionado por autores e jornalistas quanto à sua aplicação na prática profissional.

Para tanto, foi realizada pesquisa bibliográfica referente ao tema e pesquisa de campo. Pretendeu-se, com isso, buscar o que existe na literatura e integrar as informações com os resultados obtidos por meio da aplicação do questionário.

A fim de possibilitar o aprofundamento em questões relevantes para o projeto, foram definidos critérios de representatividade para a seleção dos informantes. Entre os fatores analisados, considerou-se a experiência profissional dos jornalistas na cobertura política, que deveriam ter desenvolvido trabalho em jornais de abrangência nacional. Após essa análise, 22 profissionais foram contatados, e dez participaram da pesquisa, respondendo ao questionário apresentado e discutido no Capítulo 4.

Apesar de ter encontrado dificuldade de acesso a profissionais que atuam em jornais locais, destaca-se, como fator que contribuiu decisivamente para a obtenção dos resultados e a conclusão desta pesquisa, a disponibilidade apresentada por profissionais de grande gabarito, que, ao primeiro contato, se colocaram à disposição para trabalhar com o tema.

Por meio da pesquisa bibliográfica, foram levantadas e apresentadas visões e citações de diversos autores sobre a objetividade jornalística (Capítulo 3). Por meio da revisão de literatura, foi reforçada a necessidade e a relevância da abordagem do tema, tendo em vista as divergências e as possibilidades acerca da objetividade.

Percebeu-se que a maioria dos autores levantados por meio da pesquisa bibliográfica defende que a objetividade jornalística não pode ser alcançada. No

entanto, muitos também endossam que, ainda assim, ela deve ser diariamente buscada pelo profissional, como dever ético e essencial do jornalista.

Outros autores acreditam que a objetividade é, sim, atingível, e explicam que ela pode ser conseguida por estratégias e técnicas de apuração e produção do texto, dentre as quais a utilização do lead e a realização de uma apuração que prime por ouvir todos os lados de determinado fato.

Uma terceira linha de autores defende que a objetividade jornalística não é alcançável. Eles acreditam, no entanto, que o jornalista, por sua natureza, não deve buscá-la. Para eles, é a possibilidade de colocar a paixão no que apura e relata que dá ao jornalista a liberdade que necessita para exercer seu papel.

Quando analisada a visão dos jornalistas que atuam no mercado – obtida por meio da aplicação do questionário – obteve-se o consenso sobre determinados assuntos e, por outro lado, foi reforçada a divergência sobre aspectos também questionados por autores tratados na revisão da literatura (Capítulo 3).

Dentre os posicionamentos em que houve discordância em relação ao que defende a maioria dos autores estudados, destaca-se a opinião de que a objetividade é alcançável e que o lead representa um instrumento capaz de tornar um texto objetivo.

Nenhum dos profissionais inquiridos a classificou como sendo inatingível. A maioria dos informantes, no entanto, destacou que ela pode sofrer influência de diversos fatores. Outros acreditam, ainda, que a objetividade jornalística ocorre independentemente de qualquer situação. Contudo, mesmo estes jornalistas assinalaram, posteriormente, que existem fatores que podem implicar na parcialidade de um produto jornalístico.

Deduz-se, com isso, que, mesmo que afirmem a possibilidade de uma objetividade jornalística, todos os informantes acreditam, por outro lado, que há aspectos – em sua maioria que independem das convicções pessoais do profissional – decisivos para o resultado do texto. Para os informantes, a qualidade da fonte de informação, a linha editorial do veículo e o prazo de fechamento são os aspectos que mais determinam o resultado final de um produto jornalístico.

Entre os fatores destacados como sendo os que menos influenciam no desenvolvimento do produto jornalístico, estão itens relacionados ao próprio

jornalista. São eles: crenças e opiniões pessoais do jornalista e experiência profissional.

A partir das exposições feitas acima, conclui-se que os objetivos propostos pela pesquisa foram atingidos. Contudo, trouxe novos questionamentos, que poderão se esclarecidos com base em novas pesquisas e em desdobramentos que podem ser desenvolvidos em temas como:

- Desenvolvimento de estudo que enfoque de forma detalhada os fatores que podem implicar na parcialidade do produto jornalístico, analisando o impacto e a influência de cada um para o contexto da produção do texto;
- Levantamento e análise da visão de objetividade jornalística na prática profissional de jornalistas que atuam em outras áreas de cobertura;
- Levantamento da noção de objetividade jornalística para profissionais que atuam em outras mídias (televisão, rádio, internet e revistas), tendo em vista os diferentes fatores que influenciam no desenvolvimento do produto jornalístico, como, por exemplo, prazo de fechamento (deadline) da matéria e linha editorial do veículo.

6. Referências bibliográficas

AMARAL, Luiz. **A objetividade jornalística**. Porto Alegre: Editora Afiliada, 1996.

BOAVENTURA, Edivaldo M. **Metodologia Científica**. São Paulo: Atlas, 2004.

GIL, Antonio C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

LIMA, Venício A. de. **Mídia: teoria e política**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2001.

PÁDUA, Elisabete M. de M. **Metodologia da pesquisa: abordagem teórica-prática**. São Paulo: Papyrus Editora, 1997.

SEABRA, Roberto; Sousa, Vivaldo de. **Jornalismo político: teoria, história e técnicas**. São Paulo, Editora Record, 2006.

VERGARA, Sylvia C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

Apêndice A**Projeto de Diplomação - UNICEUB****Questionário – Objetividade Jornalística****Viviane Santana de Oliveira**

Prezado (nome do informante),

Gostaria de convidá-lo (a) a participar do meu projeto de pesquisa de diplomação, respondendo ao questionário anexo. Por se tratar de uma pesquisa exploratória na qual se buscam dados que serão avaliados qualitativamente, escolhi um seleto grupo de profissionais com experiência em jornalismo político. A monografia será apresentada ao Departamento de Comunicação Social do Uniceub.

Qualquer dúvida em relação às questões entre em contato, por favor.

Desde já, agradeço o apoio.

Um abraço,

Viviane Santana de Oliveira da Cruz

Cel: (61) 9147-2890 / 3321-8482

Apêndice B

Projeto de Diplomação - UNICEUB

Questionário – Objetividade Jornalística

Viviane Santana de Oliveira da Cruz

Nome:

Veículo:

Cargo:

Tempo de carreira:

Tempo de atuação no jornalismo político:

Resumo do projeto:

A objetividade jornalística, comumente ensinada no meio acadêmico, é, paralelamente, questionada quanto à sua efetiva aplicabilidade. Desta forma, busca-se, por meio deste projeto, investigar a visão de jornalistas atuantes no mercado sobre o termo objetividade, bem como os fatores que influenciam na utilização de seus conceitos na prática profissional no contexto do jornalismo político. Neste projeto, a objetividade jornalística refere-se à tendência de julgamento dos fatos pelo profissional sem influenciar-se por sentimentos pessoais e fatores externos, utilizando-se como antônimos os termos subjetividade e parcialidade. No entanto, faz-se necessário destacar que não se pretende ajuizar estes dois últimos conceitos. Para o desenvolvimento do projeto, será realizada pesquisa bibliográfica referente ao tema e, ainda, aplicados questionários a jornalistas atuantes na cobertura política. Com base na coleta destes dados, objetiva-se cruzar as informações obtidas e, por fim, obter quadros comparativos quanto às visões e às diferentes características pessoais e profissionais, dentre as quais veículos, cargo e tempo de carreira.

Questionário

1 - Em sua opinião, a objetividade jornalística na prática profissional:

- () Ocorre necessariamente
- () Ocorre, às vezes (pode ser influenciada por diversos fatores)
- () É Inatingível

2 - O lead – freqüentemente ensinado no meio acadêmico como forma de se evitar a prolixidade e a subjetividade – é, em sua opinião, instrumento capaz de fazê-lo?

- Sempre
- Quase sempre
- Quase nunca
- Nunca

Por quê?

3 - Os jornalistas detêm o controle pessoal sobre as suas convicções e sentimentos no desenvolvimento do produto jornalístico?

- Sempre
- Quase sempre
- Quase nunca
- Nunca

4 - Os interesses econômicos/políticos do veículo influenciam o produto jornalístico?

- Sempre
- Quase sempre
- Quase nunca
- Nunca

5 - Assinale, se considerar que existem, os fatores que podem implicar na parcialidade de um produto jornalístico. (Pode-se marcar mais de um item)

- Prazo de fechamento
- Linha editorial do veículo
- Edição do texto por outra pessoa
- Crenças e opiniões pessoais do jornalista
- Experiência profissional
- Perfil do leitor
- Qualidade da fonte de informação
- Outros. Quais? _____

6 - Em sua opinião, a cobertura jornalística é capaz de influenciar decisões políticas?

- Sim
- Não

Por quê?

7 – Para você, qual o papel do jornalista no campo político?

8 – O jornalismo político praticado atualmente prima por:

- () objetividade mais do que especulação
- () objetividade e especulação em espaços semelhantes
- () especulação em espaço maior do que objetividade

9 – O que você entende por objetividade jornalística?