



A Imparcialidade como Conceito de Qualidade Jornalística¹

Michelle ROSSI²

Mário Marques RAMIRES³

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande, MS

RESUMO

Este artigo demonstra que a Teoria do Espelho, primeira tentativa de explicação sobre a prática jornalística, ainda é entendimento ressignificado na contemporaneidade, tendo em vista o lançamento recente do documento “Princípios Editoriais das Organizações Globo” que aponta a isenção da informação como requisito fundamental da atividade. A revalidação da teoria esvazia a dicotomia objetividade/subjetividade enquanto os discursos oficiais vêm assumindo papel de únicos fornecedores de versões acerca dos fatos por conta da imediatividade imposta pelas rotinas produtivas das redações. Com seu uso continuado, perde-se a chance de avanço no processo de compreensão do jornalismo enquanto forma social de conhecimento.

PALAVRAS-CHAVE: Imparcialidade; objetividade; jornalismo; discurso oficial; rotinas produtivas.

INTRODUÇÃO

Qual é a característica mais relevante do jornalismo de qualidade? A resposta para os tempos atuais, e também ante ao nascimento dessa nova forma de produção de conhecimento, continua sendo a imparcialidade, ou seu sinônimo: isenção. A condição de isento, imparcial, garante ao jornalista e ao seu trabalho, uma espécie de selo de garantia do produto notícia. Uma das primeiras explicações para significar o jornalismo: a Teoria do Espelho, inspirada no positivismo do filósofo francês Auguste Comte (1798-1857) apontava que a notícia seria de qualidade se o jornalista conseguisse retratar fielmente o fato como se houvesse uma imagem a ser refletida da notícia e que pudesse ser captada pelo profissional e assim transcrita.

Com a introdução de estudos de comunicação, e mais especificamente os estudos de jornalismo, a Teoria do Espelho foi duramente atacada e logo mostrou-se como uma fonte esvaziada para explicar como se processa a redação da notícia. No

1. Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste realizado de 7 a 9 de junho de 2012.

² Mestranda do Curso de Comunicação da UFMS, email: michellerossi2001@yahoo.com.br

³ Orientador do trabalho. Professor Doutor do Curso de Comunicação da UFMS, email: marioamires@uol.com.br



entanto, o senso comum e inclusive a classe jornalística, ainda tendem a apoiar as explicações sobre os procedimentos jornalísticos para apreensão das realidades como ferramenta para reprodução fidedigna dos fatos.

Em agosto de 2011, as Organizações Globo, emissora de maior audiência no Brasil, divulgou documento normativo intitulado “Princípios Editoriais das Organizações Globo”, uma espécie de tratado e acordo público entre direção, jornalistas e audiência sobre as regras para a conduta jornalística. O primeiro princípio a ser seguido, como indicador máximo de qualidade é a isenção, “palavra-chave em jornalismo”, segundo o documento, que alerta: “sem isenção, a informação fica enviesada, viciada, perde qualidade”.

Os profissionais de jornalismo lidam com o conceito de isenção diariamente na produção de cada matéria. Sabem que para o produto notícia receber o selo de qualidade é preciso, antes de qualquer rótulo, ser definido como conteúdo isento. A cobrança é feita pelos donos de jornais, editores, fontes que oferecem as notícias e também pela audiência; embora a bandeira da imparcialidade para cada um dos grupos citados possa assumir diferentes significados.

Mas, será que os jornalistas que atuam no mercado levam em consideração, no seu cotidiano, as discussões sobre o conceito de objetividade jornalística e adotam isso como critério de produção? Os conteúdos produzidos por aqueles que têm consciência da dicotomia objetividade/subjetividade estariam mais próximos da boa qualidade jornalística do que os conteúdos produzidos por jornalistas que atuam intuitivamente, ignorando a discussão intelectual sobre idealismo e realismo?

A própria TV Globo admite que “diante, porém, da pergunta eterna – é possível ter 100% de isenção? – a resposta é um simples não. Assim como a verdade é inexaurível, é impossível que alguém possa se despir totalmente do seu subjetivismo”.

Um dos procedimentos recomendados pelas Organizações Globo para alcançar a isenção é “buscar os diversos ângulos que cercam os acontecimentos”. Mais adiante, indica o texto: “isso não quer dizer que o relato e/ou a análise de fatos serão sempre uma justaposição de versões. Ao contrário, o jornalista deve se esforçar para deixar claro o que realmente aconteceu, quando isso for possível”.

APONTAMENTOS SOBRE IMPARCIALIDADE NO JORNALISMO

As discussões acerca da objetividade e seu contrário, a subjetividade, datam da Grécia antiga, e até hoje alimentam acaloradas discussões: é um dos problemas centrais



da filosofia. Para os realistas, a verdade deve ser interpretada como a correspondência com a realidade (objetividade); para os idealistas, a verdade é aquilo que é vantajoso para nós crermos (subjetividade).

Para Aristóteles o ser existe diferentemente na inteligência e nas coisas: a inteligência capta nas coisas o que elas têm de inteligível e estabelece-se desta forma um plano de homogeneidade. O realismo prevaleceu nas crenças teórico-filosóficas dominantes da Idade Média e se fez presente, entre outras doutrinas, no positivismo de Augusto Comte, que até hoje exerce influência no Brasil (símbolo na bandeira “Ordem e Progresso”).

Já a subjetividade foi ressaltada na filosofia ocidental moderna por René Descartes, no século 17. O filósofo, físico e matemático francês aponta a existência do sujeito, ou seja, para haver dúvida é preciso haver uma consciência (“Penso, logo existo”).

No século 19, Karl Marx tenta provar a falácia de um conhecimento puro e objetivo ao introduzir o elemento social-econômico na configuração da realidade. Para ele conhecer não é contemplar, é lidar com as coisas. Assim, criamos o mundo na medida em que agimos sobre ele e o conhecimento é sempre impuro e condicionado pela configuração sócio-econômica da época.

AMARAL (1996) observa que tal como na filosofia, o conceito de objetividade e subjetividade coloca jornalistas em campos teóricos diferentes até hoje. Enquanto alguns profissionais identificam a construção da notícia a partir de valores pré-estabelecidos e sendo o texto final apenas uma versão, um discurso sobre o acontecimento; outros acreditam estar relatando à audiência a realidade, por meio do uso de técnicas jornalísticas como a multiplicidade de fontes acerca do fato – ferramenta mais difundida na busca pela isenção.

Alcançar a objetividade significaria então ser isento, imparcial em sua descrição sobre o acontecimento. No entanto, o conceito de objetividade foi adotado pelo jornalismo no século 19 quando notou-se a necessidade de distribuição da notícia para alimentar os mais diferentes mercados: político, econômico e social, mas também que tivesse alcance geográfico mais extenso. Era preciso então, criar conceitos que tratassem as notícias – veiculadas até aquele momento em jornais partidários, e portanto explicitamente parciais, – como se elas pudessem obedecer uma lógica de neutralidade e assim penetrar nas mais diversas esferas da sociedade.



Sob a bandeira da imparcialidade, as notícias poderiam ser distribuídas mais facilmente às massas que cada vez mais se interessava e precisava ser alimentada por notícias de massa. Com o desenvolvimento industrial, os jornais até então partidários transfiguraram-se para jornais que ampliaram seus negócios e assim o mecanismo de mudança foi simples: ficou decidido que a notícia guardaria isenção e apareceria em sua forma crua, natural, sem interpretação. Um espaço, no entanto, ficou reservado para a opinião: o editorial.

Com o advento das agências de notícias: em meados do século 19, como a Havas, France Presse, Associated Press, entre outras, outro pilar era erguido para sustentar a objetividade como qualidade do produto jornalístico. As agências foram criadas para vender notícias, por atacado, a governos, banqueiros, diplomatas, negociantes, corretores, transportadores, portanto, era preciso oferecer um produto capaz de atender às necessidades específicas de cada cliente, levando em conta seus interesses, valores e preconceitos. Passaram a vender notícias “uniformes, neutras e imparciais” a jornais politicamente diversos.

A mecânica do funcionamento de empresas dentro do sistema capitalista é, para muitos autores que escrevem sobre a objetividade jornalística, a grande barreira na tentativa de alcançá-la. Os jornalistas são trabalhadores assalariados dos meios de comunicação e escrevem em benefício dos empresários. Assim como qualquer concorrência do capital, a única coisa que tem importância na produção de notícias é a maximização do lucro (KUNCZIK, 1997).

Ao redefinir conceituações acerca da objetividade jornalística, GENRO FILHO (1987) enumera a independência e imparcialidade da imprensa como pressupostos de que o capitalismo desenvolvido é a sociedade normal e deve ser mantida; a exatidão, a submissão do jornalista às fontes oficiais e a responsabilidade, o respeito às leis e preceitos gerais da ordem estabelecida. Valores notícia são apontados como variáveis a serem seguidos como normativos para construção da notícia.

DISCURSO OFICIAL TOMADO COMO IMPARCIAL

Ao analisar o caso Celso Pitta, Marconi Oliveira da Silva considera: “Todo fato é percebido e construído constantemente na recategorização dos objetos de discurso. (...) o mundo real depende dos nossos valores e vice-versa”, (SILVA, 2006, p.15).

Além de admitir as discussões, em especial da filosofia, acerca da conceituação sobre a realidade, os estudos de jornalismo também preocupam-se com as significações



acerca da objetividade associadas à prática da atividade. Um exemplo é a associação do conceito de imparcialidade ao discurso oficial. Os obstáculos do horário de fechamento dos produtos jornalísticos são mais facilmente vencidos pois os repórteres ganharam assim um relacionamento seguro com o executivo, organizado e manipulado (SCHUDSON, 1978). Com o advento da publicidade e das relações públicas, no século passado, e hoje conhecidos como assessores de imprensa, os repórteres ganharam outras fontes e assim uma versão da realidade (AMARAL, 1996).

O discurso da fonte oficial é comumente aceito como versão oficial do fato, e assim ganha status de verdade, ou daquilo que mais pode estar associado à verdade no momento. Com a pressão do tempo, a rotina produtiva imposta de forma ditatorial nas redações e o compromisso de “fechar” matérias, as notícias apresentam, frequentemente, apenas uma versão do acontecimento e na maioria das vezes essa versão vêm de fontes oficiais: basta dar uma rápida olhada nos jornais.

São elas as mais credíveis pela audiência, e muitas vezes, as mais interessadas em dar suas versões sobre os acontecimentos, como por exemplo, formas de mediar conflitos expostos na mídia. Portanto, também são as mais acessíveis e as primeiras a serem lembradas.

Por outro lado, a notícia também apresenta mais chance de ser publicada se o discurso oficial sobre o fato a ser relatado for incluso no conteúdo por conta de os governos, as empresas, as instituições, terem obrigação de explicar o que se passa “dentro de sua própria casa”.

A doutrina da objetividade jornalística (CHILLÓN, 1998) vem sendo cada vez menos defendida por conta de ter crescido a consciência sobre seu caráter sofisticado, sobre o fato de que se trata na verdade de um ritual estratégico. Mas, o que vem acontecendo é a propagação da retórica da objetividade em manuais e normativas das redações que ainda condenam muitos estudiosos do jornalismo:

No existe um estilo o lenguaje periodístico inocente ni transparente, especie de herramienta neutra apta para captar las cosas, sino muy diferentes estilos de la comunicación periodística, cada uno de los cuales tienden a construir su propia realidad representada. (CHILLÓN, 1998, p.91)

LIPPMAN (2008) ilustra a necessidade de recolocar as questões de subjetividade relacionadas aos processos de produção jornalística para tomada de consciência dos profissionais e das audiências ao entender que na medida em que nossa



mente é consciente do seu próprio subjetivismo, o método objetivo torna-se cada vez mais prazeroso.

GENRO FILHO (1987) discute o jornalismo imerso na funcionalidade capitalista, mas que este pode extrapolar o modo de produção:

Embora o jornalismo expresse e reproduza a visão burguesa do mundo, ele possui características próprias enquanto forma de conhecimento social e ultrapassa, por sua potencialidade histórica concretamente colocada, a mera funcionalidade do sistema capitalista. (GENRO FILHO, 1987, p.47).

CONCLUSÕES: A ERA DO ESPELHO É PARADIGMA ATUAL

Ressignificados, os conceitos de objetividade aplicados ao jornalismo permitem às audiências a sensação de que ainda estabelecem, com os conteúdos jornalísticos, expectativa de captação e transcrição da realidade tal como ela está exposta. A notícia só será confiável se os fatos forem reproduzidos exatamente da maneira como eles são e para isso, as audiências acreditam haver técnicas jornalísticas que consigam extrair a verdade dos fatos.

Não obstante a qualidade da notícia estar associada principalmente ao conceito de imparcialidade e esta relação estar disseminada também no meio jornalístico, os reforços de empresas de comunicação, como o recente normativo “Princípios Editoriais das Organizações Globo”, reforçam a possibilidade de apreensão da realidade fazendo uso de técnicas jornalísticas.

Embora a dicotomia objetividade/subjetividade lance luz sobre a relação humana com o sentido de realidade, as práticas jornalísticas atravessadas pela imediaticidade imposta para o relato dos fatos nas redações, distanciam ainda mais as tentativas do profissional de buscar neutralidade do conteúdo ao ouvir vários discursos sobre o acontecimento.

Os próprios jornalistas apontam que a imparcialidade é conceito primordial na redação sobre os acontecimentos e demonstram confusão ao tentar explicar o conceito mencionando que é possível fazer o relato puro da informação ao trabalhar para uma empresa que preze e estimule a imparcialidade nos relatos jornalísticos de seus profissionais.

A realidade por si só, como vimos, não é algo puro. O real só existe quando estabelecemos interações com os acontecimentos e, como há condicionamentos sociais,



histórico-culturais, econômicos, psicológicos cada interpretação do que é real, dá-se de forma diferenciada para cada indivíduo.

No entanto, as convenções acerca do que é a realidade ou a conjuntura real, auxiliam o senso comum na interpretação do mundo de forma decodificada. O jornalismo preenche cada vez mais essa necessidade do homem contemporâneo em adquirir informação por meio de convenções acerca do que é real. O perigo é que disfarçado sob a bandeira do imparcial, o real é muitas vezes o discurso oficial; expressa o interesse de determinados grupos no jogo do capital; ou faz propaganda de ideologias.

Continuar assimilando a Teoria do Espelho, resignificando que a realidade pode ser transmitida pela simples transcrição de fatos é instrumento de alienação da classe de profissionais da área e da opinião pública e assim perde-se a chance de avanço no processo de compreensão do jornalismo enquanto forma social de conhecimento.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AMARAL, L. **A objetividade jornalística**. Porto Alegre: Ed. Sagra-D.C. Luzzatto, 1996.
- SHUDSON, M. **Discovering the news**. Nova Iorque: Ed. Basic Books, 1978.
- KUNCZIK, M. **Conceitos de jornalismo**. São Paulo: Ed. USP, 1997.
- LIPPMANN, W. **Opinião pública**. São Paulo: Ed. Vozes, 2008.
- SILVA, M. O. **Imagem e verdade: jornalismo, linguagem e realidade**. São Paulo: Ed. Annablume, 2006.
- WOLF, M. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Ed. Presença, 1995.
- GENRO FILHO, A. **O segredo da pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo**. Porto Alegre: ED. Tchê!, 1987.
- CHILLÓN, A. El “giro lingüístico” y su incidência em el estudio de la comunicación periodística. **Anàlisis**, v.22, p.63-98, 1998.
- Princípios Editoriais das Organizações Globo podem ser acessados no endereço: <http://g1.globo.com/principios-editoriais-das-organizacoes-globo.pdf>, acessado em 26/04/2012.