



Jornalismo de Princípios¹

Allan Soljenítsin Barreto RODRIGUES²
Grace Soares COSTA³

Universidade Federal do Amazonas, Manaus, AM
Faculdades Martha Falcão, Manaus, AM

RESUMO

O princípio justificador do jornalismo, apesar de todos os avanços tecnológicos, permanece vinculado ao ideal iluminista de dar informações às pessoas para que estas possam se autogovernar. O artigo trata desta função social do jornalismo com objetivo de refletir teoricamente a sua finalidade nos regimes democráticos com base em princípios que vem norteando a atividade jornalística ao longo dos anos.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo; Democracia; Função Social; Princípios do jornalismo.

JORNALISMO E DEMOCRACIA

Nos os regimes democráticos, a prática jornalística assumiu o conceito de serviço público, cabendo a ela, neste regime político, fornecer aos cidadãos as informações necessárias ao exercício da cidadania (TRAQUINA, 2005a). Neste artigo, trataremos desta função social do jornalismo com objetivo de refletir teoricamente sobre sua função social, finalidades nos regimes democráticos e os princípios norteadores das atividades jornalísticas relacionados às suas funções e finalidades em regimes democráticos.

Para tanto, faz-se necessário retomar alguns princípios e conceitos sobre o jornalismo. A imprensa deve atuar como um elo indispensável entre a opinião pública e as instituições governamentais (BOYCE, 1978). Logo, o jornalismo adquire legitimidade na Teoria Democrática, cujos teóricos o concebem em uma postura clara

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte realizado de 17 a 19 de maio de 2012.

² Mestre em Sociedade e Cultura na Amazônia na Universidade Federal do Amazonas (Ufam), professor do Curso de Jornalismo da Ufam, email: allan_soljenitsin@yahoo.com.br

³ Mestre em Sociedade e Cultura na Amazônia na Universidade Federal do Amazonas (Ufam), coordenadora do Curso de Jornalismo da Faculdade Martha Falcão email: gracesoares@yahoo.com.br



de desconfiança em relação ao poder (TRAQUINA, 2005a). As raízes desta concepção do jornalismo a partir da Teoria Democrática parecem estar no século XVIII, quando a elaboração de uma nova teorização de governo recebe contribuições de escritores como Charles-Louis de Secondet, o Barão de Montesquieu, em seu livro *The Spirit of Laws*, publicada em 1748. A obra exprime meio século antes das ideias da Revolução Francesa as bases de alguns direitos consagrados apenas no século XX com a Declaração dos Direitos do Homem.

Montesquieu considerava a liberdade de expressão fundamental para a República, a qual lhe parecia a melhor forma de governo. O autor defendia que a criação de boas leis seria uma garantia para o triunfo da justiça e da liberdade, no entanto, a fim de evitar o surgimento de ditaduras ele defendia a importância de dois fatores: a educação e a divisão do poder, ou melhor, o poder controlando o poder. Para entender esse controle proposto por Montesquieu sob o ponto de vista do papel da imprensa, é preciso levar em conta os postulados de Jean-Jacques Rousseau, cujo livro, *O Contrato Social*, publicado em 1762, contribui ao avançar no conceito de interesse público. Rousseau considera que a vontade geral tem sempre razão, mas o julgamento que a guia nem sempre está informado.

Outro escritor contemporâneo de Rousseau, François-Marie Arouet de Voltaire, contribui com a formulação de três conceitos básicos em sua obra de mais de 50 volumes: o conceito da tolerância; a autoridade da lei; e a importância da liberdade de opinião. Estes conceitos serviram de inspiração para as revoluções americana (1776) e francesa (1789), cenários onde a liberdade torna-se um princípio sagrado. Reza o artigo 11 da Declaração do Homem e do Cidadão, aprovada em agosto de 1789: “A livre circulação do pensamento e opinião é um dos direitos mais preciosos do Homem. Todos os cidadãos podem tanto falar, escrever e publicar livremente, exceto quando foram responsáveis pelo abuso dessa liberdade em casos bem determinados por lei”.

Neste contexto, emerge pela primeira vez a designação de “quarto poder” para a imprensa, no século XIX, cujo autor foi um deputado do Parlamento inglês chamado McCaulay (BOORSTEIN, 1971). O parlamentar certo dia apontou para a galeria onde se assentavam os jornalistas e os apelidou *Four Estate* (quarto poder). A afirmação do deputado tinha como referência os três poderes (*états*) estabelecidos após a Revolução Francesa: o clero, a nobreza e o *troisième état* (que englobava a burguesia e o povo). Retomando o ideário de Montesquieu, com seu princípio do “poder controlar poder” (*Power checks powers*) e aplicando-o a forma moderna da democracia, a imprensa (os



Media) seria o “quarto” poder em relação aos outros três: executivo, legislativo e judiciário.

Traquina (2005a) observa que o novo designado “quarto poder”, a imprensa, o jornalismo, necessitava de uma legitimidade para justificar o seu lugar na sociedade, e dar cobertura a um negócio rentável. Essa legitimidade, segundo o autor, se deu por meio de intérpretes convincentes e influentes da teoria da opinião pública, fruto das filosofias liberais dos finais dos séculos XVII e XVIII.

Segundo Bentham, a opinião pública era uma parte integrante da teoria democrática do Estado. A opinião pública era importante como instrumento de controle social. Numa opinião pública esclarecida, podíamos encontrar um tribunal que reunia “toda a sabedoria e toda a justiça da nação” (TRAQUINA, 2005a, p.47);

A função social do jornalismo e sua legitimidade nas democracias surgem da resposta aos seguintes questionamentos decorrentes do posicionamento de Bentham: como é que esta opinião pública pode ser alimentada com os ingredientes necessários para que pudesse tomar suas decisões? Como podia esta opinião pública exprimir-se? Para Jeremy Bentham, a resposta era simples: a imprensa. Essa afirmação nos leva a conclusão de que o jornalismo só é possível e, conseqüentemente, capaz de cumprir com sua missão de informar os cidadãos em um ambiente de liberdade. Como demonstrado, historicamente, a prática jornalística e a democracia desenvolveram uma relação simbiótica:

É difícil, olhando retrospectivamente, separar o conceito de jornalismo do conceito de criação de uma comunidade e mais tarde da democracia. O jornalismo é tão fundamental para essa finalidade que as sociedades que querem suprimir a liberdade devem primeiro suprimir a imprensa. (KOVACK, ROSENSTIEL, 2003, p. 31).

JORNALISMO E SERVIÇO PÚBLICO

A democracia necessita de pessoas bem informadas assim como um jornal depende de confiança pública. Antes de ser tratado como uma atividade lucrativa, o jornalismo precisa ser visto como um serviço público e como tal deverá orientar suas atividades (NOBLAT, 2002). Entendido desta forma, os noticiários devem transmitir entendimento, pois é do conhecimento que deriva o poder, e na democracia o poder é dos cidadãos. “A principal finalidade do jornalismo é fornecer aos cidadãos as



informações de que necessitam para serem livres e se autogovernar”. (KOVACH; ROSENSTIEL, 2003, p. 31).

O estado democrático consagra o direito de informar e de receber informações. Na verdade, pode se dizer que esse direito é o elemento primordial da vida democrática (MELO, 2009). Para Traquina (2005a), o jornalismo, inicialmente identificado apenas com a imprensa, deve ser um veículo de informação para equipar os cidadãos com as ferramentas vitais ao exercício dos seus direitos e voz na expressão das suas preocupações.

Figurando na história da humanidade como inovação que alterou profundamente a marcha civilizatória, a imprensa instaurou a cidadania e criou condições indispensáveis para a emergência das sociedades democráticas (MELO, 2009, p.57);

A teoria democrática, inspirada pelas ideias de Montesquieu, reserva também ao jornalismo “num quadro de *checks and balances* (a divisão do poder entre poderes), a responsabilidade de ser o guardião (*watchdog*) do governo” (TRAQUINA, 2005a, p.23). Partindo deste princípio, o jornalismo contemporâneo é uma instituição da cidadania e as democracias procuram preservá-lo por se tratar de uma vitória da ética que busca o bem comum para todos, a emancipação capaz de construir cidadania e a crença na verdade e nas leis justas (BUCCI, 2000). A liberdade de imprensa precisa ser um bem inegociável, pois existe para beneficiar a sociedade democrática informando a todos sem privilegiar os poderosos ou mais abastados e dando voz às diversas correntes de opinião.

A democracia não pode ser imaginada como sendo um sistema de governo sem liberdade e o papel central do jornalismo, na teoria democrática, é de informar o público sem censura (TRAQUINA, 2005a, p.22);

Habermas (1984) identifica a crescente importância dos jornais, a partir do século XVII, na formação de uma nova modalidade de espaço público: a Esfera Pública burguesa. Uma esfera da vida social que não poderia ser considerada nem estatal e nem privada. Espaços de sociabilidade burguesa em que indivíduos reunidos buscavam o esclarecimento sobre questões envolvendo negócios, religião e o Estado por meio do debate público. Espaços em que os interesses, pretensões e visões de mundo deveriam



ser expressas discursivamente, valendo-se do uso público e livre de argumentos na busca do consenso. Logo, Habermas aponta uma redefinição dos espaços públicos e privados na sociedade moderna.

Traquina (1997, p. 123) estabelece a função do jornalismo dentro da Esfera Pública:

A teoria democrática dá aos meios de comunicação o papel de “mercado de ideias”. Cabe à imprensa atuar como elo entre a opinião pública e as instituições governantes e a abrir a possibilidade para haver conflitos discursivos no âmbito das matérias jornalísticas.

JORNALISMO E NOVAS TECNOLOGIAS

O processo de desenvolvimento das Tecnologias da Informação e da Comunicação (TIC's) torna ainda mais importante o papel do jornalismo nos regimes democráticos. A possibilidade de obter informações rapidamente e o processo acelerado de globalização, fez com que o homem se informe menos pelos relatos feitos por amigos, vizinhos, colegas de trabalho e outros, e mais “pelo que os mediadores no novo espaço público (jornalistas) trazem até ele. Daí a nossa responsabilidade” (PENA, 2005, p.31). Lippmann (1922), no início do século passado já constatava que os meios de comunicação são a principal ligação entre os acontecimentos no mundo e as imagens que as pessoas têm na cabeça acerca desses acontecimentos.

Isso nos remete a Teoria da Agenda Setting. De acordo com Wolf (2001), essa teoria da comunicação parte dos seguintes pressupostos: os meios de comunicação de massa (*Mass Media*), onde o conteúdo jornalístico é amplamente difundido, não têm o poder persuadir, mas indica ao público sobre o que é necessário debruçar-se para ter uma opinião. Logo, a influência da mídia não se dá em torno do conteúdo, e sim na capacidade de incluir preocupações na agenda dos cidadãos. Portanto, uma vez que se constituem em um instrumento mediático, os *Mass Media* fornecem às pessoas, por meio do jornalismo, a compreensão de grande parte da realidade social.

Essa agenda corresponderia, também, à necessidade dos meios de comunicação de oferecer regularmente ao seu leitor, ouvinte ou telespectador assuntos considerados “importantes” e “interessantes” em situação de concorrência. Deste modo:

Na sua sempre anunciada pretensão de transparência do social e de todos os seus campos, emergidos na modernidade clássica ou tardia, os media expõem seu próprio cerne, em seu aspecto mais



essencial: o ato de publicizar. Dom de tornar as coisas comuns, compartilhadas, públicas. Publicizar ou não, eis então um dos momentos em que se instaura uma relação de poder: um dos poderes dos media para além das mensagens. (RUBIN, 1994, p.68);

O agendamento e a sua duração seguem o ritmo da produção industrial de notícias e, também, o interesse mais ou menos imediato do público-leitor pelos temas selecionados. É muito comum o seu esgotamento, depois de alguns dias ou semanas em evidência, se não for reativado, constantemente, por fatos ou personagens novos. Grande parte da luta política (de poder) se dá, justamente, pelo agendamento de certos temas ou pelo seu deslocamento da agenda (GIRARDI JR, 2007). Essa luta política é uma luta pelo poder de representação, pelo reconhecimento das formas de representação legítima e pelo controle simbólico do Agendamento. Ela é, então, a luta pelo poder de nomeação, de classificação e categorização (acusação pública) desses temas. Logo:

As relações de comunicação são, portanto, relações de poder que dependem, na forma e no conteúdo, do poder material ou simbólico acumulados pelos agentes ou pelas instituições envolvidas nessas relações. (BOURDIEU, 1998, p. 11)

Pode-se dizer, portanto, que o campo da política e o campo dos meios de comunicação de massa estabelecem um complexo jogo pela obtenção de reconhecimento e legitimidade de suas ações por meio de uma espécie de poder mágico que é o poder simbólico: “O poder simbólico é um poder (econômico, político, cultural ou outro) que está em condições de se fazer reconhecer, de obter reconhecimento” (BOURDIEU, 2000, p.61). Neste sentido, a cobertura da questão ambiental é um problema social, na medida em que ela se torna parte desta luta pelo poder, entendida, nos termos de Bourdieu (1998), “enquanto relações de força entre as posições sociais que garantem aos seus ocupantes um quantum suficiente de força social – ou de capital” (p.28).

Esse poder de agendamento cresce na medida em que o público depende da mediação, pois, o material veiculado é previamente selecionado pela função de *Gate Keeper* (filtro) – desempenhada pela imprensa, estabelecendo uma lacuna entre o que ocorre e o que se torna notícia (McCOMBS & MAXWELL, 2009). Podemos citar como exemplo, o fato de entidades ambientalistas, percebendo a influência dos meios de comunicação sobre a opinião dos públicos, buscarem o apoio da imprensa. Agindo deste



modo, eles almejam que o assunto ecologia, que pode estar latente na “agenda do público”, de repente venha à tona através das notícias veiculadas pelos *Mass Media*. Podemos deduzir, conforme nos demonstra a teoria da Agenda Setting, que a mídia possui o poder de elevar à categoria de agenda dos públicos os diversos fatos latentes em nossa sociedade.

PRINCÍPIOS DO JORNALISMO

Ao longo do tempo o jornalismo incorporou uma série de princípios ou valores que passaram a nortear o exercício da profissão a fim de garantir a qualidade da informação transmitida à sociedade (TRAQUINA, 2005a). Essa aglutinação de princípios e valores tornou o jornalismo o que Hymes (1980) define como comunidade interpretativa. O conceito de comunidade interpretativa é definido como um grupo unido pelas suas interpretações partilhadas da realidade.

Zelizer (1993), afirma que os jornalistas possuem um “enquadramento de referência compartilhado para trabalhar” (p.402). Bourdieu (1998) defende que a prática jornalística é baseada numa “série de assunções e crenças compartilhadas” (p.47) e que os jornalistas partilham “estruturas cognitivas, perceptivas e avaliativas” (TRAQUINA, 2005b, p.36). Embora não fossem normas canonizadas, esses princípios e valores foram adotados pelos profissionais e pelas escolas de jornalismo em diferentes partes do mundo (inclusive em códigos de ética).

Por mais que em determinados momentos esses valores não tenham sido fortemente observados, contudo eles sempre estiveram presentes e continuam a ser aperfeiçoados. Apesar de começarem a existir em fins do século XIX, as preocupações deontológicas no jornalismo são principalmente um fenômeno registrado com mais intensidade no século XX (TRAQUINA, 2005). Vale ressaltar, que adoção de valores e princípios com objetivo de estabelecer uma ética profissional do jornalismo não ocorreu de forma autossuficiente. As suas origens estão nas correntes filosóficas que trataram da ética para dar conta dos dilemas cotidianos da sociedade (BUCCI, 2000).

Existem duas principais correntes que subsidiam as discussões éticas do jornalismo contemporâneo (BUCCI, 2000). A primeira delas leva em conta as consequências dos atos, ou seja, ao analisar suas possíveis condutas o jornalista deve escolher aquela que trará benefícios para o maior número de pessoas. Lambeth (2006) classifica essa corrente como utilitarista, sem, no entanto, confundi-la com a máxima segundo a qual os fins justificam os meios. A segunda corrente é menos flexível e não



exige de seus adeptos capacidade de adivinhação. Ela tem como base a ideia de Immanuel Kant (1724-1804) de imperativo categórico, ou seja, uma norma de conduta só poderá ser eticamente aceita se for universal – ter validade tanto para o agente como para todos os outros seres racionais.

Essa corrente, denominada deontológica, considera que a consequência do ato já não importa. O ato se torna relevante desde que revestido das características de um imperativo categórico universal, ou melhor, que o ato esteja amparado em princípios de mesma validade para todos. Como exemplo, podemos citar que dizer a verdade é um imperativo categórico kantiano, pois corresponde a um princípio possível de universalização. “Se ninguém mentir, tanto melhor. Pois bem, para o jornalista, dizer a verdade é um imperativo categórico fundador. Azar das consequências” (BUCCI, 2000, p.22). Para o autor, nas redações atuais não existem adeptos puros de uma ou de outra corrente, mas uma mescla das duas com uma preferência sutil para aquela que estabelece a responsabilidade dos agentes sobre seus atos e consequências deles.

Ao jornalismo cabe perseguir a verdade dos fatos para bem informar o público, que o jornalismo cumpre uma função social antes de ser um negócio, que a objetividade e o equilíbrio são valores que alicerçam a boa reportagem (BUCCI, 2000, p.30);

Elencar os princípios do jornalismo e as discussões éticas que os permeiam não é tarefa fácil, pois estão em constante mutação e não há consensos construídos formalmente entre a categoria. Em razão disso, adotaremos a proposta de Kovach & Rosenstiel (2003), que após 300 entrevistas com jornalistas organizaram uma lista com nove princípios capazes de permitir ao jornalismo alcançar sua finalidade. Ao trabalho dos autores acrescentamos outras contribuições teóricas de pesquisadores brasileiros do campo da comunicação.

Compromisso com a verdade:

O primeiro compromisso do jornalismo deve ser com a verdade (PENA, 2005). Antes de discorrer propriamente sobre este princípio, faz necessário esclarecer que trabalhamos com o conceito de Kovack e Rosenstiel (2003) no qual a verdade jornalística é diferente da verdade filosófica, pois a primeira é construída paulatinamente, matéria a matéria, visando o entendimento do fato no todo. A verdade almejada pelo jornalismo é, portanto, um processo contínuo na busca pela construção da



realidade. As pessoas não necessitam de mais contexto e interpretação no relato jornalístico, “elas carecem de síntese e verificação, ou seja, de informações claras, diretas e exatas (verdadeiras), que conduzam a um entendimento do fato” (p.125).

Segundo Schudson (1983), as profissões que são levadas mais a sério ou olhadas como mais respeitáveis são as que têm uma conexão evidente com assuntos de preocupação fundamental – a medicina trata da vida e da morte, o direito analisa a liberdade e a justiça. O Jornalismo tem ligação histórica com a liberdade e a verdade. Como linguagem, ambiente e processo, do jornalismo se exige a virtude da confiabilidade, sem a qual fracassará. “Para ser e persistir confiável, terá de atuar com independência e liberdade. E por independência e liberdade é preciso lutar, em todos os momentos e circunstâncias” (CHAPARRO, 2001, p.11).

Lealdade ao interesse público:

Esse princípio nos leva a uma pergunta inicial: para quem trabalham os jornalistas? Uma resposta calcada no modo capitalista de produção indica que são empregados do capital, ou seja, das empresas privadas que enxergam a produção e circulação de informações como negócio rentável. A resposta não está incorreta, mas convém fazer uma ponderação relacionada ao compromisso com a verdade, visto no item anterior. Essa obrigação social do jornalista o leva além dos interesses imediatos de seus patrões e essa mesma obrigação pode ser alavancadora do sucesso financeiro desses mesmos patrões. Chamamos de independência jornalística o fato de o jornalismo ser financiado pelo setor privado, mas servir aos interesses públicos (KOVACH & ROSENSTIEL, 2003).

Bucci (2000) preocupa-se com a questão dos interesses dos conglomerados de comunicação sobrepondo-se aos interesses do cidadão na mídia contemporânea. Como saída, aponta para a necessidade de limitar a propriedade dos meios de comunicação para resguardar o regime da livre concorrência entre as empresas e, conseqüentemente, um ambiente de multiplicidade de opiniões e pontos de vista. O autor cita o exemplo dos Estados Unidos da América (EUA), onde vários limites da concentração de propriedade dos meios de comunicação estão sendo revistos e “afrouxados”, no entanto, mantendo o princípio de manter a diversidade continua intocado.

A disciplina da verificação:



Aproximar-se da verdade é servir ao interesse público e para isso faz-se necessária uma disciplina de verificação das informações publicadas. Para Kovach & Rosenstiel (2003), essa disciplina da verificação separa o jornalismo do entretenimento, da propaganda, da literatura ou da arte. “Os repórteres devem ser obstinados em sua missão, além de disciplinados na luta para ir além de sua própria perspectiva dos fatos (p.142). Chaparro (2001), alerta que tem ocorrido com certa frequência no atual jornalismo, inundado de acontecimentos planejados e controlados por agentes tão competentes quanto interessados, a renúncia dos repórteres à sua função investigativa e crítica.

Sem investigação jornalística não há como atribuir significados e sentidos éticos, intelectualmente honestos, ao que acontece e é relatado – e esse é o papel que o jornalismo está deixando de cumprir, embora noticie cada vez mais. [...] Ora, quando o jornalismo se acomoda, preguiçoso, no aconchego das fontes oficiais, e foge dos maus cheiros que atormentam os desprotegidos, ele próprio começa a cheirar mal. (CHAPARRO, 2001, p.19)

O autor, novamente, demonstra preocupação com a capacidade das fontes de agendar o jornalismo. Para eles, as fontes estão cada vez mais competentes em seduzir as redações com acontecimentos que já nascem com recheios elaborados para o relato jornalístico. Isso tem tirado a autonomia do jornalismo, pois em vez de agendar ele termina sendo agendado, sem cumprir seu principal “dever de casa”, a verificação dos fatos. Chaparro (2001) aponta como saída a recuperação da vontade e do hábito de investigar, assumir rotas e razões éticas, garantir precisão e veracidade às revelações, ser criativo e confiável. Em suma, produzir informações que expliquem.

A falta de verificação acarreta também em erros capazes de assassinar reputações, induzir os cidadãos a erro e outras consequências igualmente lamentáveis. Bucci (2000) considera esse tipo de assassinato um dos pecados capitais do jornalismo, que ocorre por distorção deliberada ou inadvertida (verificação deficiente). Essa disciplina de verificar os fatos nos remete a questão polêmica, no jornalismo, da objetividade jornalística, pois esta se apresenta como meio de garantir métodos capazes de diminuir os erros no processo de produção jornalístico.

Independência das fontes:

Para Chaparro (2001), a organização e a capacitação discursiva das fontes foi a mais importante modificação ocorrida nos processos jornalísticos nos últimos quarenta



anos. Segundo o autor, as fontes (interessadas, produtoras e controladoras de conhecimento, revelações e falas que alteram, explicam ou desvendam a atualidade) produzem e controlam as informações de interesse do jornalismo:

Na perspectiva da cultura e da democracia, a capacitação das fontes representa importante evolução. Só o será, todavia, se a mediação dos discursos particulares, sempre interessados, for feita por um jornalismo crítico e criativo, independente e livre. Há que acolher e tirar proveito da competência das fontes. Mas há também que resistir à sedução dessa competência, cujo efeito danoso é a preguiça para o trabalho indispensável de investigar, comparar, aferir, conferir, aprofundar, em benefício da veracidade e da informação plena. Esse, o papel cultural e político do jornalismo e dos jornalistas. (CHAPARRO, 2001, p.18)

A preocupação da influência das fontes na agenda jornalística se aplica também ao campo da opinião. Kovach & Rosenstiel (2003) analisam que proibições rigorosas não garantirão que um jornalista permaneça livre de engajamentos pessoais ou intelectuais. Trata-se de uma questão de bom senso e de um compromisso inabalável com o princípio da lealdade com a população, em primeiro lugar, que irá evitar a dependência das fontes e, portanto, separar o jornalismo do partidarismo.

Ser um monitor independente do poder:

O princípio de guardião do interesse público do jornalismo se aplica tanto às ações do governo quanto as demais instituições poderosas da sociedade (KOVACH & ROSENSTIEL, 2003). Cabe os jornalistas romperem com a concepção de bipolarização (jornalismo *versus* governos) dos conflitos do poder, pois há sempre um terceiro polo que precisa ser levado em consideração e ganhar identidade: o povo. Medina (*apud* CHAPARRO, 2003) chama esse processo de trialética, um estágio além da dialética. Na trialética do poder, o terceiro polo está no povo, que oscila entre situação e oposição atraído ora para um, ora para outro dos polos dominantes, por habilidades de sedução ou por imposição de medos:

Apesar de quase não entrar na pauta jornalística, o povo produz acontecimentos, e com eles conflitos, cultura – fatos, falas, artes e saberes que precisam ser captados, compreendidos, narrados. Onde estão os sujeitos falantes do povo? O que eles sofrem, fazem e dizem? – perguntas raras nas redações. (CHAPARRO, 2001, p.38)



O fazer jornalístico referenciado no princípio do guardião independente significa, definição de Kovack e Rosenstiel (2003), vigiar os poucos poderosos da sociedade em nome dos muitos na luta contra a tirania. Para Noblat (2004), “não basta a um jornal ser independente. Os leitores esperam que ele sirva à comunidade onde circula atuando como um implacável fiscal dos atos dos poderes público e privado” (p. 15). Historicamente, a imprensa sempre teve esse papel de guardião. Como demonstrado em tópicos anteriores, de certa forma, essa função contribuiu para que a liberdade de imprensa fosse conquistada de forma legal em muitos países, pois outorgou ao jornalismo legitimidade para agir em nome da sociedade na vigília do poder.

Promover um fórum para a crítica e o comentário público:

Por esse princípio, o jornalismo deve despertar a atenção da sociedade para assuntos que mereçam sua avaliação, funcionando como um fórum do debate público. O jornalismo deve contribuir para a formação da opinião pública sobre o fato em questão. Essa função da imprensa possibilitaria a criação de sociedades democráticas, pois encoraja a conciliação, o alicerce da democracia (KOVACH & ROSENSTIEL, 2003). Para que a discussão pública alcance o fim esperado, é importante que ela seja construída sobre os mesmos princípios do resto do jornalismo – começando com a veracidade e disciplina de verificação, pois um fórum sem respeito pelos fatos acaba falhando.

Mas não basta só obedecer aos princípios do jornalismo, é necessário que esse fórum esteja voltado a toda a comunidade, atingindo todas as classes sociais e não fique restrito a um público seletivo. Um elemento importante do princípio de fórum do debate público refere-se aos argumentos elencados. Segundo Kovach & Rosenstiel (2003), os convém evitar abordar os lados extremos de um assunto, pois exclui a maioria dos cidadãos e dificilmente são conciliatórios. Os pesquisadores analisam também a influência da tecnologia nesse papel do jornalismo. Para eles, a tecnologia propicia maior participação da sociedade na discussão dos temas públicos, e aumenta a responsabilidade do jornalismo.

Apresentar o significativo de forma interessante e relevante:

Esse princípio refere-se a dois aspectos do trabalho jornalístico: a escolha das notícias (o que é significativo) e a produção do texto (tonar as histórias interessantes). Em relação ao primeiro aspecto, Pena (2005) considera que revelar o modo como as



notícias são produzidas é mais do que a chave para compreender seu significado, é contribuir para o aperfeiçoamento democrático da sociedade. “O fato é que os jornalistas se valem de uma cultura própria para decidir o que é ou não é notícia. Ou seja, têm critérios próprios, que consideram óbvios, quase instintivos” (p.71). A despeito desses critérios, Wolf (2001) afirma que os jornalistas baseiam-se muito mais na capacidade dos fatos de virar ou não notícia, a qual denomina de noticiabilidade, do que num instinto imponderável. O autor afirma ainda, que os jornalistas definem o grau de noticiabilidade de um fato levando em conta outro elemento por ele denominado como valores-notícia.

Os valores-notícia, por sua vez, subdividem-se em categorias distintas (PENA, 2005). A primeira, e mais óbvia, é a substantiva, que hierarquiza as informações de acordo com o grau de importância dos indivíduos nelas envolvidos e o interesse público. Como exemplo, podemos citar que uma informação sobre o presidente da República é mais valorizada de que outra, de mesmo tom, sobre um vereador. Já a categoria relacionada ao produto (subdividida em critérios de brevidade, atualidade, qualidade e equilíbrio), valora a informação com base em conceitos já abordados do jornalismo, como a objetividade. A categoria relativa ao meio de informação (subdividida em graus de acessibilidade às fontes/locais e em possibilidade/limites de produção da notícia) refere-se aos veículos. A televisão, por exemplo, tende a tornar notícias os fatos onde é possível produzir imagens para ajudar a contar as histórias.

As categorias levam em conta também o público, a concorrência e sistema de produção jornalístico. A categoria relativa ao público considera elementos como a prestação de serviço e a proteção do público alvo das informações, deixando, por exemplo, de divulgar suicídios. A concorrência acirrada dos veículos de comunicação entra no roll das categorias na procura das notícias exclusivas e do furo de reportagem.

O jornalista tem um dever com sua consciência:

O último, porém não menos importante, princípio preconiza que todos os jornalistas – da redação à sala da diretoria – devem ter um sentido pessoal de ética e responsabilidade – uma bússola moral (KOVACH & ROSENSTIEL, 2003). O profissional da notícia deve perceber que tem uma responsabilidade de dar voz, bem alta, a sua consciência e permitir que outros ao seu redor façam a mesma coisa:



Para que isso aconteça, uma redação aberta é essencial para pôr em prática todos os princípios. [...] Inúmeras barreiras dificultam a tarefa de produzir notícias exatas, justas, equilibradas, dirigidas ao cidadão, independentes e corajosas. O esforço, porém, começa mal quando não existe uma atmosfera que permita às pessoas desafiar as ideias em circulação, as percepções e preconceitos. É preciso que os jornalistas se sintam livres, até mesmo encorajados, a falar alto e dizer: ‘esta matéria me parece racista’, ‘chefe você está tomando uma decisão errada’. (KOVACH & ROSENSTIEL, 2003, p.274)

Chaparro (2000) lembra que a sociedade espera do jornalismo o relato verídico dos acontecimentos e a explicação isenta dos fatos e contextos. Para isso, o comportamento dos jornalistas precisa estar vinculado, não a algum interesse particular em jogo, mas ao interesse público:

O jornalismo não sobreviverá como atividade séria se não for iluminado pela convicção de que, quando age, a agressão a valores fundamentais da sociedade humana, como o da privacidade e o do acesso à informação, só é aceitável se estiver em causa, como decorrência, a conquista ou a preservação de ganhos sociais significativos para o aperfeiçoamento da cultura e da vida. E isso, além de exigir lucidez, coragem e sabedoria, só se resolve no plano da consciência, diante da responsabilidade de tomar decisões que produzem efeitos imediatos e irreversíveis. (CHAPARRO, 2001, p. 73)

A TÍTULO DE CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os postulados de McCombs & Maxwell (2009) e Wolf (2001) fortalecem a perspectiva de Kovach & Rosenstiel (2003) de que, na democracia, a finalidade do jornalismo não é definida pela tecnologia pelas novas técnicas de disseminação e conteúdos pelas mídias digitais. Para os autores, ela é definida pela função exercida pelas notícias na vida das pessoas. “As pessoas precisam de informação por causa de um instinto básico do ser humano, que chamamos de Instinto de Percepção. Elas precisam estar a par de fatos que estão além de suas experiências” (p.32). Logo, o conhecimento do desconhecido, lhes dá segurança, permiti-lhes planejar e administrar suas vidas. Para que isso ocorra, um dos caminhos é a observância da série de princípios ou valores que passaram a nortear o exercício da profissão a fim de garantir a qualidade da informação transmitida à sociedade.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. **Dialética do Esclarecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1985.



- BABBIE, Earl. **The practice of social research**. 5 ed. Belmont/Ca: Wadsworth, 1989.
- BELTRÃO, L; QUIRINO, N. de O. **Subsídios para uma Teoria da Comunicação de Massa**. São Paulo: Summus Editorial, 1986.
- BOURDIEU, P. **Sobe a televisão**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1997.
- _____. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2000.
- _____. **O poder simbólico**. 2ª edição. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998.
- _____. **A economia das trocas linguísticas: o que falar que dizer**. São Paulo: Companhia das Letras: 1996a.
1996c.
- BUCCI, Eugênio. **Sobre Ética e Imprensa**. São Paulo: Cia da Letras, 2000.
- CHAPARRO, Manoel Carlos. **Linguagem dos Conflitos**. Editora Minerva: Coimbra, 2001.
- KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Elementos do Jornalismo**. São Paulo: Geração Editorial, 2003.
- GENRO FILHO, A. **O segredo da pirâmide**. Rio de Janeiro: FENAJ, 2007
(www.adelmo.com.br).
- GIRARDI JR, Liráucio. **Pierre Bourdieu: questões de sociologia e Comunicação**. São Paulo: Annablume; FAPESP, 2007.
- HABERMAS, Jürgen. **Mudança Estrutural da Esfera Pública**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.
- MEDINA, Cremilda. **Notícia, um produto à venda: Jornalismo na Sociedade Urbana e Industrial**. 4ª ed. São Paulo: Summus, 2003.
- MEDINA, Cremilda. **Ciência e jornalismo: da herança positivista ao diálogo dos afetos**. São Paulo: Summus, 2008.
- MEDITSCH, E. B. V. (Org.). **Jornalismo e conhecimento**. Florianópolis: PosjorUFSC/Insular, 2005.
- MELO, José Marques. **Teoria do Jornalismo: identidades brasileiras**. São Paulo: Paulus, 2006.
- MORETZSONH, Sylvia. **Pensando contra os fatos**. Rio de Janeiro: Revan, 2007
- McCOMBS, Maxwell. **A Teoria da Agenda – a mídia e a opinião pública**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.
- NOBLAT, Ricardo. **Arte de fazer um Jornal Diário**. São Paulo: Contexto, 2002.
- SOUSA, Jorge Pedro. **As notícias e os seus efeitos**. Coimbra, Minerva, 2000.
- TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: Questões, teorias e “Estórias”**. Lisboa, Vega, 1997.
- TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo – porque as notícias são como são**. 2ª. Ed. Florianópolis: Insular, 2005a.
- TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo: A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional**. Florianópolis: Insular, 2005b.
- WEBER, Max. **Sociologia da Imprensa: um programa de pesquisa**. In: Revista Acadêmica Semestral – Programa de Pós-Graduação em Jornalismo e Mídia da Universidade Federal de Santa Catarina. v.2, n.1, julho 2005.
- WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. São Paulo: Editora Presença: 1995.
- WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. 6ª ed. Lisboa: Presença, 2001.
- ZELIZER, Barbie (1993). **Journalism as Interpretive Community**. Critical Studies in Mass Communication, Vol. 10.