

A Deontologia do jornalismo na Televisão Pública¹

Acsa Roberta Macena da Silva² | Heitor Costa Lima da Rocha³

RESUMO

O presente artigo discute os aspectos que caracterizam a deontologia do jornalismo na televisão pública, comumente vinculado à epistemologia positivista de objetividade, como núcleo duro a partir da distinção entre fato e opinião, mas também, de forma secundária e periférica, ao ideal pluralista de democracia deliberativa, com as noções de imparcialidade, neutralidade e equilíbrio (SCHUDSON, 2010; HALLIN; MANCINI, 2010). Para isso, reconhece, na perspectiva epistemológica construtivista, a intencionalidade da atividade jornalística (CORREIA, 2005; SCHUTZ, 1982), o papel político-ideológico do telejornal na construção de sentidos sobre a realidade (HACKETT, 2016) e a necessidade de um jornalismo multiperspectiva (GANS, 2003), para além do praticado no âmbito das TVs privadas.

PALAVRAS-CHAVE:

Profissionalismo jornalístico. Objetividade. Telejornalismo público.

ABSTRACT

This article discusses the aspects that characterize the ideology of journalistic professionalism in public television, commonly linked to the positivist epistemology of objectivity, as a hard core based on the distinction between fact and opinion, but also, in a secondary and peripheral way, to the pluralist ideal of democracy. deliberative, with the notions of impartiality, neutrality and balance (SCHUDSON, 2010; SOLOSKI, 2016; HALLIN; MANCINI, 2010). For this, he reaffirms, from a constructivist epistemological perspective, the intentionality of journalistic activity (CORREIA, 2005; SCHUTZ, 1982), or the political-ideological role of the television news in the construction of meanings about reality (HACKETT, 2016) and the need for multi-perspective journalism (GANS, 2003).

KEYWORDS:

Journalistic professionalism. Objectivity. Public television journalism.

¹ Trabalho publicado nos anais do XXI 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, GP Teorias do Jornalismo e como capítulo do livro Mídias, Cultura e Comunicação: Sociedade e Memória. 1ed. Formiga (MG): MultiAtual, 2022.

² Jornalista, Mestra e Doutoranda pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco (PPGCOM/UFPE), e-mail: acsa.macena@ufpe.br.

³ Professor Associado da Universidade Federal de Pernambuco, Jornalista, Mestre em Ciência Política, Doutor em Sociologia e Pós-Doutor em Comunicação pela Universidade da Beira Interior, e-mail: hclrocha@gmail.com.

OBJETIVIDADE JORNALÍSTICA E LACUNAS TEÓRICO-EPISTEMOLÓGICAS

Na televisão brasileira, o jornalismo pode ser desenvolvido em pelo menos três sistemas de comunicação, previstos no Art. 223 da Constituição Federal de 1988: o privado ou comercial, geralmente sustentado por receitas publicitárias e anunciantes em busca de lucro; o estatal, direcionado à prestação de contas sobre as ações dos poderes Legislativo, Judiciário e Executivo; e o público, que é gerido pelo Estado, mas possui a missão de fortalecer a cidadania, a consciência crítica e o debate sobre questões que afetem a coletividade.

Ainda que os sistemas de comunicação apresentem suas distinções, existe um aspecto em comum que rege a deontologia da profissão jornalística e ultrapassa barreiras presentes na ordem da regulamentação, da razão de existir e da influência dos seus mantenedores. Trata-se das implicações do aspecto normativo que supostamente tem regido a profissão: a objetividade jornalística enquanto separação entre fato e opinião/juízo de valor, que tem trazido inúmeras consequências sociais e profissionais com a imposição de um método jornalístico inspirado de forma metafísica na obscuridade da epistemologia positivista.

Na verdade, a discussão sobre o conceito de objetividade jornalística está envolto numa esforçada controvérsia de argumentações teóricas buscando justificar: a) a necessidade do jornalista se distanciar da realidade para não tomar o partido de algum dos lados em questão – servindo então supostamente como um “antídoto à parcialidade” (SCHUDSON, 2010); b) o compromisso com a veracidade dos fatos, a partir de um conjunto de técnicas que garantiriam uma correspondência fiel com a própria realidade (GUERRA, 2008; TRAQUINA, 2005); e c) um escudo para os

jornalistas que têm a presunção de, sem fundamentação científica, se resguardar de acusações sobre a tomada e defesa de posições (TUCHMAN, 2016).

Outros estudiosos como Soloski (2016) avançaram na compreensão teórica trazendo uma visão mais aprofundada ao identificar uma dualidade na objetividade jornalística: 1) quando é utilizada pela organização para controlar o comportamento dos seus profissionais, funcionando na prática como impedimento à elaboração e juízo de valor explícito pelos jornalistas; mas que também 2) pode ser utilizada pelos jornalistas para “frustrar a forte influência da direção nas atividades” (SOLOSKI, 2016, p. 139). Isso sob a ameaça à direção de incorrer no tabu ético ao transparecer censura à produção noticiosa e provocar perda de credibilidade do veículo diante da autoridade do público.

O que há de instigante na discussão é o reconhecimento de que essas ambiguidades e contradições evidenciam uma guerra travada no complexo ideológico que envolve a deontologia do jornalismo. No âmbito das TVs comerciais, há uma definida tendência em tratar o fato como essência revelada metafisicamente pela própria realidade e não a interpretação da ideologia dominante hegemônica, para desautorizar e excluir todas as demais interpretações e perspectivas almejadas pelos jornalistas e pelo público. Já na TV pública, a forte influência dos seus gestores, geralmente indicados pelo governo em vigor, costuma ameaçar o pluralismo imprescindível ao caráter público e ao fortalecimento da democracia (SILVA, 2021).

A partir disso, evidencia-se a necessidade

de aprofundar o estado da arte nos estudos da área sobre os embates existentes nas redações contra a orientação da concepção objetivista estruturada na política editorial da organização empresarial como uma “camisa de força” que oprime os jornalistas. Na maioria das vezes, a organização noticiosa tenta exercer controle no comportamento dos profissionais através da defesa acentuada de regras que pretendem negar a autoria dos jornalistas sobre o seu trabalho, intimidando o posicionamento e até mesmo ameaçando a autonomia dos profissionais (SCHUDSON, 2010).

Nesse sentido, o presente trabalho salienta que existe uma certa tendência teórica de investigações voltadas à análise do controle organizacional exercido especificamente nas TVs comerciais, muito embora tais estudos reconheçam a possibilidade de o jornalista poder abrir brechas dentro da política editorial dessas organizações (BREED, 2016; SOLOSKI, 2016; GANS, 1979). Por outro lado, nota-se poucos estudos voltados diretamente para a compreensão das condições de produção da notícia na televisão pública e o reconhecimento da insuficiência teórica-

epistemológica da objetividade para o fortalecimento do profissionalismo jornalístico na TV pública (GUREVITCH; BLUMER, 2016; HALLIN; MANCINI, 2016).

Assim, diante do dever adquirido pelo noticiário público de possibilitar a pluralidade de opiniões sobre quaisquer assuntos e o fortalecimento da participação das camadas sociais desprivilegiadas (ROTHBERG, 2011; COUTINHO, 2013), o presente estudo se propõe a aprofundar a discussão teórica acerca de parâmetros normativos que admitam a incompetência teórica-epistemológica da noção de objetividade enquanto critério metafísico para validação dos significados construídos pelo profissionalismo do jornalismo da televisão pública, que deve ter como referência somente aquilo que pode ser reconhecido como válido intersubjetivamente pelo consenso pragmático do público como comunidade de comunicação. Para isso, apontamos outros caminhos que possam corresponder à efetivação da função social do jornalismo da TV pública.

A IDEOLOGIA DA OBJETIVIDADE E O PROFISSIONALISMO JORNALÍSTICO

Os desdobramentos da Primeira Guerra Mundial aprofundaram a efervescente desconfiança do público sobre a atividade do jornalismo. Tal falta de crença passou a imperar até mesmo entre os jornalistas (SHUDSON, 2010, p. 167) que temiam a interpretação do público a respeito de sua atividade como algo voltado à criação de histórias sobre a realidade social. Segundo Traquina (2005), a perda de fé nos fatos por parte da comunidade jornalística se relacionou à 1) experiência negativa da propaganda na Primeira Guerra Mundial (1914-1918); e 2) ao nascimento de uma nova

profissão – relações públicas, causando desconfiança sobre seus reais propósitos.

Então, na tentativa de garantir a credibilidade da profissão nos anos de 1920 e 1930, a ideologia da objetividade emergiu como “uma fidelidade às regras e aos procedimentos criados para um mundo no qual até os fatos eram postos em causa” (TRAQUINA, 2005, p.138). E, assim, iniciou-se uma construção voltada às normas que deveriam guiar o profissionalismo jornalístico, desenvolvendo-se uma tendência que obrigava a comunidade jornalística a separar os “fatos”

dos valores pessoais através da ideia de objetividade. Para isso, foi de suma importância o surgimento de escolas profissionais com o ensino de um “conjunto de conhecimentos esotéricos e suficientemente estáveis relativamente à tarefa profissional” (SOLOSKI, 2016, p. 136).

Também o estudo de Schudson (2010) analisa o contexto do jornalismo comercial norte-americano enquanto estruturante da crença de um profissionalismo neutro, impondo-o como o principal padrão do conjunto das normas profissionais. O mesmo aspecto foi constatado por Hallin e Mancini (2010), que apontaram a forte influência dos EUA como potência mundial, tanto na política quanto na cultura e economia (imperialismo cultural), impondo um padrão jornalístico respaldado na difusão da formação acadêmica de concepção liberal com as noções de liberdade de imprensa e a ideia de profissionalismo neutro (teoria do espelho).

FENOMENOLOGIA SOCIAL, OBJETIVIDADE E A INTENCIONALIDADE DA NOTÍCIA

A fenomenologia social de Alfred Schütz fornece importantes fundamentos para uma compreensão epistemológica sobre a insuficiência da objetividade jornalística. Segundo Correia (2005), a partir da teoria da comunicação de Schütz, a objetividade acerca dos acontecimentos do mundo da vida é construída através da comunicação de significados intersubjetivamente partilhados. Em outras palavras, a própria objetividade é resultante de uma construção intersubjetiva que

A imposição desse padrão jornalístico comercial é considerada por Hallin e Mancini (2010, p. 260) como causa de uma tendência de jornalismo incapaz de contribuir para o fortalecimento da democracia: “Os estilos polêmicos de escrita declinaram a favor das práticas 'anglo-saxônicas' da separação das notícias do comentário e da ênfase dada à informação, narrativa, sensação e entretenimento, mais do que às ideias”. Assim, os teóricos argumentam que o desenvolvimento da atividade comercial da mídia, ancorada na ideia de um profissionalismo impedido de realizar uma interpretação causal sobre os acontecimentos foi capaz de a) enfraquecer o elo social entre a mídia e os acontecimentos do mundo, assim como b) reduzir o envolvimento da sociedade nos processos políticos, uma vez que a objetividade representa o intuito de camuflar as relações de poder e os privilégios das elites (SCHUDSON, 2010).

só se manifesta a partir da transformação pela linguagem.

Nesse sentido, garante que toda comunicação possui uma margem da vida privada de outrem, mas é a partir da intersubjetividade que a realidade se torna partilhada. Além disso, todo processo de comunicação se dá de forma intencional, não podendo desta maneira ser neutro ou imparcial:

(...) o comunicador espera, através da pessoa a quem se dirige, tomar um certo tipo de posição. Ele não se limita a esperar a compreensão, mas uma conduta que é condicionada por essa compreensão e orientada para ela. A comunicação é sempre finalista: espera sempre produzir um determinado efeito na pessoa a quem se dirige” (SCHUTZ, 1982, p.167 apud CORREIA, 2005, p.111).

É com base em tais reflexões que Correia (2005, p. 137) defende uma teoria da notícia que reconheça a atividade desempenhada pelo jornalismo como um processo de “construções apreendidas na realidade e que refletem o significado subjetivo que os agentes atribuem a ações praticadas nos eventos em que se encontram envolvidos”. Além disso, o pesquisador centraliza a particularidade inerente a cada jornalista, assim como a incoerência da sustentação teórica sobre uma atividade puramente objetiva: “O jornalista, tal como sociólogo, é um mesmo observador que partilha o mesmo mundo que o observado. Como será possível construir um relato objetivo sobre um determinado número de ações sendo todas elas revestidas de um significado subjetivo?” (CORREIA, 2005, p.137).

Nesse sentido, Correia (2005) assume que existe um confronto na definição do que vai ser noticiado pelo jornalista, e esse embate transpassa a) os gerentes da organização noticiosa (geralmente através de embates entre a administração e a publicidade), b) os valores que guiam a comunidade interpretativa (a defesa da objetividade, embora seja um mito)

O PROFISSIONALISMO JORNALÍSTICO E A TV PÚBLICA

Conforme relata Nelson Traquina (2005, p. 126), o século XIX foi palco da luta travada entre dois polos dominantes no campo jornalístico moderno: “A comercialização da atividade (notícia enquanto mercadoria) X a centralidade do jornalismo público ('as notícias são o alimento de que os cidadãos precisam para exercer os seus direitos democráticos')”.

Dessa forma, diante da necessidade de se estabelecer o compromisso com o interesse público, que não poderia ser garantido com o avanço da atividade jornalística voltada ao lucro, e também na busca pelo equilíbrio na

e c) o interesse das audiências (que é entendido como o assunto que vende mais publicidade). Segundo o teórico, tais fatores são levados em conta pelo jornalista ao longo do processo de construção dos sistemas de relevância, isto é, do “dispositivo pelo qual se elege o que é importante para um ator ou para um grupo ou sistema social” (CORREIA, 2005, p. 127).

Além da centralidade do jornalismo para construção de sentidos e identidades sobre a multiplicidade de realidades existentes no mundo social (SCHUTZ, 2004), é importante situar que “os *media* dispõem de um amplo leque de experiências que são definidas de acordo com uma lógica institucional, organizativa, e profissional que lhes é própria” (CORREIA, 2005, p.124). Por isso se torna crucial compreender de que maneira tais lógicas operam na construção de uma pretensa objetividade no jornalismo, já entendida como meta inatingível e como uma amarra para defesa de interesses específicos, a exemplo, dos interesses das classes dominantes (SCHUDSON, 2010).

propagação de interesses comerciais no campo da comunicação, a solução encontrada pelo Estado de alguns países europeus foi a implantação das primeiras emissoras públicas de rádio e depois as de televisão ao longo do século XX, sendo a British Broadcasting Corporation (BBC) de Londres a primeira experiência de televisão pública do mundo, inaugurada em 1936 (ROTHBERG, 2011).

Diferente do que ocorreu na América, que permitiu a intensificação da atividade comercial da mídia no período pós-guerra, o cenário europeu seguiu uma lógica diferente ao

priorizar a existência das primeiras televisões públicas, cujo intento era o de promover o interesse público e garantir a “simetria entre as múltiplas vozes e os múltiplos olhares que têm lugar no espaço público” (BUCCI, 2015, p. 85).

Para isso, os valores característicos das primeiras experiências de TVs públicas se basearam “na noção de serviço público e de independência. Sem esses dois elementos, haveria apenas inconsistência e incoerência” (OTONDO, 2008, p. 45). Já Hallin e Mancini (2010) observaram a centralidade que o jornalismo da televisão pública, na contramão da noção de objetividade, assumiu com a responsabilidade de se posicionar e catalisar a diversidade de vozes presentes na sociedade.

O serviço público de comunicação dos países europeus se ergueu a partir da constatação de falhas encontradas nos mercados de comunicações, geralmente guiados pela defesa de um “conteúdo editorial a favor de suas próprias visões dos assuntos, ou de seus aliados, que em geral são anunciantes ou governos” (ROTHBERG, 2010, p. 9). Nesse sentido, tais falhas do modelo comercial de jornalismo se sustentaram na inconsistência da defesa de uma objetividade jornalística, propensa a reproduzir a realidade factual conforme a ideologia dominante.

O resultado seria uma opinião informada, e se repórteres com diferentes perspectivas e valores fossem solicitados a fornecê-la, e suas diferenças fossem explicadas, o público noticioso se beneficiaria com a diversidade resultante (GANS, 2003, p. 100).

Assim, Gans (2003, p. 102) reconhece a necessidade do estabelecimento de um jornalismo multiperspectiva, que, na prática, “significa dar lugar às notícias para pontos de vista não representados, fatos não relatados e partes da população não representadas ou raramente relatadas”. Por isso, se reconhece a necessidade de o telejornalismo público ser capaz de ir além do telejornalismo comercial e

Nesse sentido, o diferencial do profissionalismo do noticiário televisivo público poderia ser demonstrado na prática a partir do a) confronto das principais posições trazidas nas reportagens; b) aprofundamento na abordagem dos assuntos e c) explicação das principais problemáticas envolvidas (GUREVITCH; BLUMER, 2016). Desta maneira, o noticiário televisivo pode desempenhar o papel de instituição política e ideológica, e a apropriação da objetividade pode ser utilizada para ocultar algumas relações sociais dominantes: “pode ser que as próprias formas através das quais as notícias televisivas transmitem a sua imparcialidade e neutralidade sirvam para disfarçar (ou esconder) as pressuposições ideológicas subjacentes” (HACKETT, 2016, p. 174).

Nessa perspectiva, Gans (2003) defende a importância de o jornalista poder oferecer uma interpretação opinativa sobre os acontecimentos, a fim de fortalecer a diversidade de ideias para o público, argumentando que a atividade jornalística já traz uma série de opiniões velada pelos ditames da objetividade, que anula a explicitação de opiniões, cujos resultados poderiam beneficiar uma diversidade de vozes:

diversificar as interpretações sobre as problemáticas do mundo da vida. Este é, portanto, o fundamento do telejornalismo público, cuja razão de existir não poderia se sustentar nas amarras de uma pretensa neutralidade, incapaz de realizar uma interpretação causal sobre os acontecimentos do mundo da vida.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base na discussão teórica-epistemológica levantada ao longo do presente artigo, podemos considerar que a concepção da objetividade jornalística é completamente insustentável e sem possibilidade de aplicação racional para a ideologia do profissionalismo do jornalismo na televisão pública sob três perspectivas.

(...) a “objetividade” não é uma forte convicção dos jornalistas. Não é nem mesmo, conforme já retratei em relação aos anos de 1920 e 1930, uma crença precária num processo em que não se pode esperar o acordo sobre a realidade substancial dos fatos e valores. No lugar disso, é uma prática, ao invés de uma crença (SCHUDSON, 2010, p. 216).

Por outro lado, também nessa mesma perspectiva, Schudson (2010) observa, a partir do estudo de Tuchman, o motivo pelo qual os jornalistas se submetem a essa “camisa de força”: “eles querem se proteger dos ferimentos auto infligidos. Não desejam cometer erros que ameaçariam seus empregos ou carreiras” (SCHUDSON, 2010, p. 217-216). Desta maneira, segundo Soloski (2016, p. 144), contribuindo para a conformação dos jornalistas, “tanto o profissionalismo jornalístico como a política editorial são utilizados para minimizar o conflito dentro da organização jornalística. Isto é, as normas profissionais e as políticas editoriais das organizações jornalísticas são aceitas pelos jornalistas”.

Portanto, a partir da sociologia de inspiração fenomenológica se torna possível “vislumbrar o jornalista como alguém que fala a partir de uma dada situação, que participa de um universo partilhado do qual é **observador**, mas no qual é **também agente social**” (CORREIA, 2005, p.137, grifo nosso). Isso nos permite reconhecer a contribuição que esse agente-jornalista pode fornecer à sociedade, sem estar preso aos ditames da objetividade.

a) Não é uma crença compartilhada sequer no telejornalismo comercial.

A crença na objetividade é até mesmo insustentável na percepção dos profissionais da mídia comercial. O estudo de Schudson (2010) mostra que os jornalistas da imprensa norte-americana já haviam manifestado inconformismo com tal prática.

b) A objetividade inviabiliza o jornalismo multiperspectiva.

Para que os jornalistas da TV pública possam cumprir o seu papel de “lançar uma nova luz sobre as questões da comunidade” (GANS, 2003, p. 97), se torna necessário que se diferencie do modelo de jornalismo objetivo que comumente é realizado pela mídia comercial. Para isso, Gans (2003) explica que ele deve ir além do jornalismo convencional, privilegiar a controvérsia e, sobretudo, as pautas de interesse do cidadão. Para isso, não pode ser aliado do Estado nem das forças econômicas que movem o grande capital, mas fornecer “explicações teóricas e obstinadas de porquê instituições políticas, econômicas e outras e seus líderes agem como agem” (GANS, 2003, p. 98). Além disso, Correia observa que para recolher novos pontos de vista, é necessário que o jornalista deixe as fontes habituais e mantenha “uma perspectiva crítica relativamente às rotinas institucionalizadas” (CORREIA, 2005, p.138).

c) A objetividade compromete a Autonomia Jornalística.

Gans (2003, p. 23) observa que a comercialização do jornalismo contribuiu para o controle do grande capital na produção da notícia e a imposição de técnicas capazes de ameaçar a autonomia dos profissionais: “pressões de lucro e reduções de orçamento na mídia de notícias também afetaram o controle

dos jornalistas sobre as notícias e sua autonomia profissional para moldá-las”. A situação também é descrita por Hallin e Mancini (2010), que reconhecem a importância da autonomia jornalística enquanto mecanismo para o atendimento das demandas de vários grupos sociais presentes na sociedade. Nesse sentido, a autonomia e diversidade de vozes andam juntas:

Todos os sistemas modernos de rádio e de TV exigem profissionais para os conduzir e nenhum sistema pode funcionar adequadamente se esses profissionais não usufruírem de algum grau de independência, estando, no entanto, também sujeitos a pressões políticas do governo, e num sistema político pluralista todos têm de dispor de mecanismos que respondam às exigências dos vários grupos sociais e políticos (HALLIN; MANCINI, 2010, p. 45-46).

Tais pressões exercidas pela política editorial da organização em busca de lucro não deveria ser uma realidade do jornalismo da TV pública, que não precisa estar voltada aos índices de audiência numa corrida frenética por mais publicidade. Assim, já que o telejornalismo público não se move em direção

do lucro e da venda de anúncios publicitários, não faz sentido que se guie pelos ditames de técnicas impostas pelo modelo de jornalismo comercial, sendo a principal delas a do mito objetividade. Mas deve atender às necessidades democráticas do cidadão.

REFERÊNCIAS

BREED, Warren. **Controle social na redação: uma análise funcional**. In: TRAQUINA, Nelson (org.). *Jornalismo, questões e “estórias”*. Florianópolis: Insular, 2016.

COUTINHO, Iluska. **A informação na TV pública**. Florianópolis: Insular, 2013.

CORREIA, João Carlos. **A Teoria da comunicação de Alfred Schutz**. Lisboa: Livros Horizonte, 2005.

GANS, Hebert J. **Democracy and the news**. Oxford University Press, 2003.

GUREVITCH, Michael; BLUMER, Jay G. **A construção do noticiário eleitoral: um estudo de observação na BBC**. In: TRAQUINA, Nelson (org.). *Jornalismo, questões e “estórias”*. Florianópolis: Insular, 2016.

HACKET, Robert. **Declínio de um paradigma? A parcialidade e à objetividade nos estudos dos media noticiosos**. In: TRAQUINA, Nelson (org.). *Jornalismo, questões e “estórias”*. Florianópolis: Insular, 2016.

HALLIN, Daniel; MANCINI, Paolo. **Sistemas de Media – Estudo Comparativo: três modelos de comunicação e política**. Lisboa: Livros Horizonte, 2010.

ROTHBERG, Danilo. **Jornalismo público: informação, cidadania e televisão**. São Paulo: Editora Unesp, 2011.

SOLOSKI, In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Florianópolis: Insular, 2016.

SCHUDSON, Michael. **Descobrimo a notícia**. Petrópolis: Vozes, 2010.

SCHUTZ, Alfred. **El problema de la realidad social**. Madrid, Amorrortu, 200.

TRAQUINA, Nelson, **Teorias do Jornalismo, porque as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, 2 ed., 2005.