

## Texto em contexto – Objetividade, Ideologia e Técnica na linguagem jornalística contemporânea<sup>1</sup>

Adham Fillipe MARIN<sup>2</sup>

Daniela Pereira BOCHEMBUZO<sup>3</sup>

Universidade do Sagrado Coração, Bauru, SP

### RESUMO

A ascensão do capitalismo, a profissionalização da prática jornalística e a influência da filosofia positivista durante o século XIX deixaram marcas no discurso jornalístico que resvalam até hoje sobre as práticas das redações, como os conceitos de objetividade e a imparcialidade. Ante a isso, técnicas foram se criando ao longo do tempo, fundamentando no pensamento dos pares a necessidade destes conceitos para a existência do bom jornalismo. Uma dessas técnicas é a recusa ao uso da primeira pessoa na composição do texto jornalístico, com o objetivo de distanciar o jornalista-autor do objeto reportado. Este trabalho visa, a partir de uma perspectiva interdisciplinar, discutir a relação entre este tipo de orientação técnica e o conceito objetividade, tão buscada no interior das redações.

**PALAVRAS-CHAVE:** jornalismo impresso; objetividade; técnicas; história; linguagem.

### INTRODUÇÃO

“Comunicar é viver.” Assim disse Wolton (2011) em *Informar não é Comunicar*, o mesmo livro no qual o sociólogo francês discute a dificuldade em se estabelecer uma única teoria da comunicação, dada a grande diversidade existente nos polos de emissão e recepção das mensagens. O ponto de convergência no pensamento de autores contemporâneos que debatem as dimensões da comunicação humana, dos quais consideramos Thompson (1998), Defleur (1993), Briggs (2006) e Wolton (2006 e 2011), se funde no entendimento do processo comunicacional como um exercício de alteridade, ou seja, indissociável da presença do Outro no processo de troca e intercâmbio de informações e conteúdos simbólicos, que produz interação social.

Comunicar é ser, isto é, buscar sua identidade e sua autonomia. É também *fazer*, ou seja, reconhecer a importância do outro, ir ao encontro dele. Comunicar é também agir. Mas é igualmente admitir a importância do

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ 01 – Jornalismo do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 17 a 19 de junho de 2016.

<sup>2</sup> Estudante de graduação do 7º semestre do curso de Jornalismo da Universidade do Sagrado Coração, membro do Grupo de Pesquisa Comunicação, Mídia e Sociedade (GPECOM/USC). E-mail: afmarin@icloud.com.

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Mestre em Comunicação pela Unesp-Bauru, professora do curso de Jornalismo da Universidade do Sagrado Coração, membro do Grupo de Pesquisa Comunicação, Mídia e Sociedade (GPECOM/USC). E-mail: daniela.bochembuzo@usc.br.

outro, portanto aceitar nossa dependência em relação a ele e a incerteza de ser compreendido por ele. (WOLTON, 2006, p.15).

Como complemento à necessidade do Outro neste processo, Thompson (1998) também entende a comunicação como uma ação pela qual os indivíduos estabelecem e reinventam suas relações interpessoais. A comunicação é parte de um contexto mais amplo que aqui chamaremos de vida social – desta forma, as análises dos processos de comunicação devem partir de uma análise do contexto social no qual o processo encontra-se circunscrito.

Porém, Marcondes Filho (2008) alerta para a necessidade de se aprofundar as discussões sobre comunicação calcadas nos paradigmas das Ciências Sociais. Para o autor, o modelo de comunicação vicejado pelas ciências físicas e naturais, que reduz o processo ao ato de transmitir uma mensagem, por meio de um canal e de um código, de um alguém para outro alguém, trata a comunicação baseado em modelos explicativos não humanos.

Durante muito tempo pensou-se que a comunicação era [...] Que eu levaria as mensagens de um lado (emissor) para outro lado (receptor), da mesma maneira como um ônibus leva passageiros de um bairro para outra cidade. Pensava-se que a comunicação era uma coisa, um objeto [...] Mas nós não somos pedras, fios elétricos nem líquidos. Somos seres humanos. (MARCONDES FILHO, 2008, p. 15).

O autor propõe um modelo ideal de comunicação fundamentado no diálogo, que define como *espaço comum* ou *palavra que atravessa*. E nesse espaço comum deve haver, necessariamente, mudança em relação às percepções que o emissor e o receptor possuíam sobre a coisa tratada. Para Marcondes Filho, só há diálogo e, portanto, comunicação, quando há novidade e estranheza – e transformação. “O novo que me muda; o conhecido apenas me reforça.” (MARCONDES FILHO, 2008, p.19).

Parte importante no entendimento do processo de comunicação na visão dos autores citados é, sem dúvida, o papel ativo do receptor da mensagem. Tanto Marcondes Filho (2008) quanto Wolton (1996), Thompson (1998) e Defleur (1993) reforçam a necessidade de superação das teorias hipodérmicas do século XX, e da compreensão dos receptores como passivos a todo o tipo de informação que lhe fica disponível, para o avanço na compreensão dos processos comunicacionais. Marcondes Filho (2008) ainda reforça que, senão pelo processo de ressignificação do receptor, a emissão de mensagens fica fadada a um emaranhado de dados e informações unidirecionais e que não produziriam comunicação. Completa Wolton (1996):

A comunicação é um processo muito complexo de negociação entre as ideologias e as representações do receptor, que lhe permitem filtrar o que vem do exterior. Sim, o receptor é sempre ativo, esteja ele lendo, escutando, assistindo ou usando seu computador. Sim, o receptor é o grande enigma da comunicação, um enigma cujo interesse é crescente com a globalização da informação e da comunicação. (WOLTON, 1996, p. 33).

Como defendido por Marcondes Filho (2008), grande parte destas rúrgas nos estudos da comunicação nasceram do fato, já citado, do surgimento dos primeiros estudos do processo comunicacional em centros de ciências exatas, em que se comparava o processo comunicacional à comunicação física que acontecia entre cabos elétricos para transmitir uma quantidade de energia. Essa condição já era paradigma dos estudos em linguística há, pelo menos, 40 anos, quando Jakobson (1969) e Malberg (1969) propuseram complementações aos esquemas de comunicação desenvolvidos pela teoria da informação (modelo de Shannon), baseado em estudos dos desdobramentos físicos das tecnologias de telecomunicação, em que se reduziam os seres humanos a “caixas” e as mensagens a “setas”.

Mesmo que ainda sem usar este termo, a *alteridade* passa a integrar o processo comunicacional nos modelos lineares de comunicação que emergem nos estudos americanos da década de 50, especialmente nas considerações de Bateson (1950) e Goffmann (1950), que cunham uma teoria da nova comunicação já considerando o *feedback* e a realimentação do processo. A partir destes estudos, em que a comunicação deixa de ser entendida como um processo de mão única – unilateral entre emissor e receptor –, mas como um sistema interacional e dialógico, passam a ser considerados não só mais os efeitos que o processo comunicacional produz no receptor da mensagem, mas também os efeitos que essa comunicação produz no sujeito que emite a mensagem.

Benveniste (1966), em seus estudos sobre a categoria de pessoa, aponta a reversibilidade quando afirma que “O *eu*, ao dizer *eu*, instala o *tu* como destinatário, mas esse destinatário pode, por sua vez, tomar a palavra e dizer *eu*, colocando agora o outro como *tu*” (Benveniste *apud* Fiorin, p. 42). Para estes autores, o diálogo é condição sem a qual a comunicação humana não pode existir.

Desse contexto, surgem os estudos, principalmente nas escolas norte-americanas, sobre a interação entre sujeitos em situações de comunicação. Bakhtin (1981), em seus estudos sobre o diálogo entre interlocutores, procurou mostrar que a interação verbal é a realidade fundamental da comunicação; dos estudos bakhtinianos surgem as perspectivas

ontológicas da sociologia da comunicação, que levou em conta os contextos sociais, a partir da qualificação do poder, para entender as diferenças nos enunciados.

É a partir dos pressupostos que os autores elencam como necessários para que a comunicação se efetive que nasce o jornalismo tal qual se conhece hoje. Além de emergir de uma revolução, a Revolução Francesa (1789), o jornalismo vem atrelado à simbologia da liberdade, promovida pela queda dos regimes Absolutistas e pela difusão dos conceitos da filosofia Iluminista, e por isso alguns autores (MARCONDES FILHO, 2000; EMERY, 1969; TRAQUINA, 2005) atribuem ao nascimento dos jornais grande parte das evoluções sociais que marcaram a transição da Idade Moderna para a Idade Contemporânea no Ocidente.

Para Marcondes Filho (2000), o jornalismo deu luz à sombra deixada pela Idade das Trevas porque permitiu que o conhecimento, antes reservado a uma pequena parcela da população, habitualmente o clero e a nobreza, circulasse de forma mais ou menos livre entre a população europeia.

E em se tratando da evolução do jornalismo até chegar ao seu estado atual, Traquina (2005) elenca as mudanças das sociedades pós-modernas, como alfabetização e a urbanização, como fatores determinantes para propagação do ofício jornalista, tidos como produtor de conhecimento e divulgador do saber ao longo do século XX.

Partindo deste aspecto, a obtenção de liberdades individuais durante a transição contemporânea e a consolidação da democracia como forma de governo também encontraram no jornalismo um aliado para as garantias conquistadas, principalmente no que diz respeito a tornar públicos os abusos, mazelas e injustiças sociais. A partir destas narrativas que o jornalismo ganha a alcunha de quarto poder, figurando como aliado da democracia e alçado à credibilidade que possuiu ao longo do século XX (SODRÉ, 1998, p. 94).

## **DESENVOLVIMENTO**

Até chegar à conjectura que possui, o exercício jornalístico passou por algumas fases que influenciaram sua caminhada até chegar ao que é hoje. Marcondes Filho (2000) as divide em primeiro, segundo, terceiro e quarto jornalismo. Dando especial atenção à linguagem jornalística, o autor afirma que o texto jornalístico – durante sua primeira fase (século XVIII) – surge com forte influência da política e da literatura, e somente passa a

tecer as primeiras mudanças em meados do século XIX, com a profissionalização da profissão jornalística ante as exigências da Revolução Industrial para com as recém-nascidas empresas de imprensa. Até então, os jornais não se diferenciavam muito de colunas opinativas e divulgadoras de programas políticos partidários.

Desde o advento da imprensa de Gutenberg, o jornal impresso passou a se consolidar como um veículo de informações relacionadas às ideias e negócios de grupos intelectuais e aristocráticos. Até o século XIX, as opiniões das altas elites ditas revolucionárias haviam tomado conta das páginas dos jornais (SILVA, 2011).

Para Habermas (1984), somente a partir de meados de 1800, quando as redações jornalísticas passam gradativamente a se profissionalizar, sob influência da publicidade, a Imprensa começa a se organizar em grandes empresas capitalistas. O sonho romântico da primeira fase do jornalismo se transforma em uma grande esteira fordista de produção de notícias em larga escala. O ideário de que o jornalismo fornece informação pura e não propaganda tratou de convencionar seu produto – a notícia – como um recorte baseado estritamente em fatos e alheio à opinião, padrão que exerceu forte influência no tratamento da notícia como mercadoria. É dessa rotina empregada na produção de notícias que Bordieu (1997) afirma que o jornalismo tende a tornar-se permissivo e fazer concessões de acordo com as lógicas do mercado capitalista.

Ao ressaltar os caminhos históricos percorridos pelo jornalismo até chegar ao modelo que conhecermos – objetivo e imparcial -, preso à verdade dos fatos, e ver que este modelo adotado praticamente por todas as organizações jornalísticas do Ocidente durante o século XX, levantamos a questão de “por que foi tão fácil a adoção da objetividade como essência do fazer jornalístico?”.

Segundo Silva (2011), durante o século XVIII, o empirismo buscou na percepção das coisas o fundamento de todo conhecimento. Entendia a significação e a verdade como um produto da realidade (mundo exterior) e via, na linguagem, sua tradução. A consolidação destas teorias de correspondência ‘viralizou’ no pensamento científico a ideia de que a palavra corresponde ao objeto do mundo real, tal qual um espelho refletiria o mundo. A linguagem passa a ser um sistema referencial e o significado está na realidade.

Com a adoção do postulado da casualidade – da causa e efeito -, ou do pressuposto positivista, pelo jornalismo é que os relatos jornalísticos passam a assumir valor de verdade porque são entendidos como resultados de causas percebidas e descritas da realidade. A proposição jornalística sobre um fato, portanto, se for verdadeira, passa a ser igual a este

determinado fato. Essas ideias estão sintetizadas em Condillac (*apud* SILVA, 2011), comparando o signo linguístico (significante) a seu significado (conceito) (SAUSSURE, 2006).

Cada proposição que faço, sobre este metal, se for verdadeira, é idêntica. Como esta: o ouro é maleável, pois ela significa *um corpo que observei ser maleável e que denomino ouro é maleável*, proposição onde a mesma ideia está afirmada em si própria. Assim também, quando o jornalismo seleciona objetos do seu mundo (ideias, pensamentos, fatos) e os apresenta de forma organizada, esses objetos são idênticos à proposição que os afirma. (CONDILLAC *apud* SILVA, 2011, p. 59).

A consideração a que chegamos é que a adaptação da metodologia científica à prática jornalística é entender a notícia e a reportagem como o mundo em texto e imagem. É a própria realidade que o leitor encontra ao abrir um jornal ou ler uma revista. Para confirmar esta ideia, diretores de empresas jornalísticas inculcam um conceito de credibilidade que ao mesmo tempo traz consigo o conceito de ética e, em outros termos, editores e repórteres são meros instrumentos para que a realidade chegue – tal qual ela é – até seus leitores.

Embora aqui tratado como um fenômeno derivado das relações naturais de comunicação, Beltrão (2006) define o jornalismo como um conjunto de técnicas, saber e ética, mas, antes disso, o autor afirma que estas características que compõem o jornalismo tal qual o conhecemos hoje dependem de elementos políticos, sociais, antropológicos, econômicos e culturais e por isso trata-se de uma construção histórico-social.

Silva (2011) completa afirmando que a função primeira do jornalismo é narrar as violações do mundo institucional. Para o autor, a narrativa jornalística traz sempre, implícitos ou explícitos, todos os elementos que compõem os fatos institucionais, tais quais seus atos de fala, personagens e objetos. E dessa perspectiva pode-se entender que, ao passo que narra a transgressão das relações simbólicas de estabilidade social, também reforça seus valores e a aparente estabilidade que as sustenta. Dialeticamente, o jornalismo está sempre reproduzindo discursivamente as estruturas e formas de controle social que constitui as relações no mundo do capital.

Aqui, tratamos o termo “instituições” a partir das perspectivas de Gehler (1984) e como o estabelecimento de relações mútuas e formas figuradas de comportamento que tipificam moldes de convivência dentro de uma estrutura limitada de liberdade. Assim, o homem, que é “livre”, tem em suas relações simbólicas o direito e a possibilidade de “ser” e

“agir”, desde que dentro da ordem, da estabilidade e da direção das instituições. Essas relações morais orientam o homem e o jornalismo, operado pelos homens, tem sua narrativa guiada pela lógica das regulamentações institucionais.

Do nascimento à morte, o sujeito é conduzido pelas instituições. Só o surgimento de uma disfunção ou inadequação entre os indivíduos e instituições, dependendo da maior ou menor extensão ou grau de intensidade, provocará um fato institucional com possibilidade de tornar-se fato noticioso. (SILVA, 2011, p. 12).

E, dessa forma, a concepção de que o sujeito só pode ser compreendido dentro do contexto social em que foi formado ganha corpo nas narrativas jornalísticas e as relações de alteridade passam a não ser apenas entre “eu” e o “outro”, mas entre o “outro” e “eu” e entre “eu” e “eu mesmo”, dando a garantia de que pertencemos todos ao mesmo mundo. Para Merleau-Ponty (2003), as instituições – e também o critério principal de noticiabilidade narrativas jornalísticas –, podem ser entendidas como:

[...] os acontecimentos de uma experiência dotada de dimensões duráveis, em relação à qual toda uma série de outras experiências terão sentido, formarão uma continuidade pensável ou uma história -, ou ainda os acontecimentos que depositam em mim um sentido, não a título de sobrevivência e de resíduos, mas como apelo a uma continuidade, exigência de um futuro. (MERLEAU-PONTY, 2003, p. 123).

É a partir destas perspectivas teóricas que desejamos discutir o jornalismo: da presença incessante de evidências de que seu discurso não é, em nenhuma forma ou contexto narrativo, objetivo e imparcial.

Para Habermas (1984), no início da profissionalização do jornalismo – em meados de 1800 –, até mesmo o lucro dos primeiros conglomerados empresariais que tinham suas atividades voltadas para a produção de notícias era colocado de lado ante a busca incessante de uma narrativa circundada de intencionalidades políticas e pedagógicas. Influenciado pela atividade de homens doutos que se consideravam propagadores das luzes sobre as trevas, o jornalismo, logo após a Revolução Francesa, foi ponto de inflexão entre interesses de foro político e sua divulgação pública. Para Sodré (1998), o espaço dos impressos era uma área em que o jornalismo e a literatura se misturavam, dando espaço para jovens escritores conseguirem alguma notoriedade, prioritariamente e, por sorte, algum dinheiro. Este espaço destinado à divulgação literária nos jornais se articulava de forma a ser atração principal nos impressos e dando ao jornalista também um pouco da função de literato.



Até então, os jornais não se diferenciavam muito de colunas opinativas e divulgadoras de programas políticos partidários. Sem pretensão de explorar técnicas que pressupunham a objetividade, suas páginas serviam para fins pedagógicos e políticos e, a partir da organização de pequenos clubes de políticos, nasciam jornais em demasia, em que os jornalistas eram os próprios políticos, advogados e escritores.

Somente a partir de meados de 1800, quando as redações jornalísticas passam gradativamente a se profissionalizar e sob influência da publicidade, a Imprensa começa a se organizar em grandes empresas capitalistas.

Com a profissionalização do ofício de jornalista, evoluíram também as técnicas, que Bahia (2009, p. 97) define como “[...] convenções de estilo criadas pela ordenação de critérios básicos, a fim de evitar abusos e vícios de imprecisão que comprometam irremediavelmente a compreensão da mensagem”. O autor ainda completa que estas (as técnicas) não devem servir como uma camisa de força para a atividade criativa do jornalista; antes disso, seu aparecimento e aplicação se fundam na necessidade de critérios que estabeleçam diretrizes para garantir a inteligibilidade do texto jornalístico, evitando abusos e vícios de linguagem.

Erbolato (1979) vê no uso da terceira pessoa para as narrativas jornalísticas um suporte para distanciar o jornalista do objeto que visa reportar – o fato -, impingindo-lhe a ideia de isenção. O mesmo autor orienta a escrita jornalística narrada em terceira pessoa, como maneira de garantir a objetividade do texto.

Bahia (2009) define a objetividade do texto jornalístico como

[...] a informação objetiva é a informação fiel ao que relata, precisa no que diz. Em sentido mais amplo, objetividade significa apurar corretamente, ser fidedigno, registrar as várias versões do acontecimento. É também ser criterioso, honesto e impessoal (BAHIA, 2009, p. 23-24).

Para autores como Silva (2011) e Barros Filho (2008), a questão da objetividade desliza em sua conceituação justamente pela definição vaga de quem se propõe a discuti-la, sejam sociólogos, historiadores, jornalistas, deontólogos ou geógrafos da comunicação. Não se define se a objetividade é conceito, categoria, paradigma ou ideologia e, assim, deixa aberta uma lacuna que permite resvalar sobre as discussões percepções orientadas pelo senso comum.

Barros Filho (2008) acrescenta que a objetividade surgiu circunscrita em um determinado período histórico da evolução do jornalismo. Para o autor, seu conceito faz parte de uma representação do jornalismo ideal, fortemente influenciada pelas discussões



positivistas que marcaram um momento histórico que permitiu a difusão do jornalismo enquanto prática. Para Glasser (*apud* Barros Filho, 2008, p. 13), “[...] a objetividade é apenas uma visão possível do jornalismo” e sua adoção como regra e procedimento deve ser questionada tanto por estudiosos da comunicação quanto por consumidores de produtos informativos.

Grande parte dos autores, como Marcondes Filho (2000), Barros Filho (2008) e o próprio Bahia (2009), aponta a quarta parte do século XIX como o momento do surgimento da objetividade como parte integrante da atividade jornalística. Entende-se que o momento em questão foi o auge do positivismo filosófico, alçado à categoria de cultura dominante e influenciando amplamente não só o jornalismo, mas grande parte das correntes científicas, ideológicas e até religiosas surgidas no período. Há características marcantes da filosofia positivista nas ciências sociais, como a antropologia, a sociologia e a comunicação.

Para Barros Filho (2008), o grande equívoco do alinhamento da filosofia positivista às demandas das ciências sociais foi entender como científico apenas o empiricamente verificável.

Mas, para Maffesoli (1998), grandes sistemas explicativos, como o freudismo e o positivismo, só assumem sentido no período em que surgem, perdendo sua legitimidade com a sequência de novas descobertas que passam a assumir significado através de novas concepções teóricas e metodológicas. A busca positivista do “que realmente é” (ou do que realmente são as coisas) errou por oferecer soluções aos problemas sociais baseadas em soluções tão incontestáveis como os das ciências exatas. Daí, todas as manifestações vindas da liberdade criativa dos homens passariam a ser entendidas como sem fundamento e irracionais.

Especificamente no nosso campo de estudo, o positivismo traz a distinção entre o que pode ser considerado “fato” e “juízo de valor” e entre o “acontecimento” e a “opinião sobre o acontecimento”. Para Barros Filho (2008, p. 14), “Essa distinção foi um divisor de águas em outras ciências humanas, como o direito, a sociologia, a história, a ética e, conseqüentemente, o jornalismo”.

Bourdieu (1994), aplicando seu conceito de “campo”, define o jornalismo como um campo – ou um espaço social -, em que são estruturados encadeamentos simbólicos que assumem sentido [entre] e são defendidos por seus membros. Entre estes conteúdos simbólicos, culturalmente sedimentados, está a objetividade.

O campo jornalístico se constituiu como tal no século XIX em torno da oposição entre jornais que ofereciam *nouvelles*, de preferência “sensacionalistas”, e jornais que propunham análises e comentários, preocupados em marcar sua distinção enfatizando com vigor os valores da objetividade. O campo jornalístico é o lugar de uma oposição entre duas lógicas e dois princípios de legitimação: o reconhecimento pelos pares, acordado entre aqueles que reconhecem de forma mais completa os “valores” e os princípios internos, e o reconhecimento pelo maior número, materializado pelo grande número de entradas, de leitores, de ouvintes ou espectadores, ou seja, o índice de venda e o lucro monetário, um sansão inseparável do veredito do mercado. (BORDIEU, 1994, p. 4).

Os discursos profissionais da época evidenciavam os pormenores dessa cultura jornalística – que deixou resquícios no cotidiano redacional até hoje –, defendendo do conceito de objetividade possibilitado pelo domínio da técnica jornalística. A declaração de Lincoln Steffens (*apud* Barros Filho, 2008), editor do *New York Evening Post* em 1890, ajuda a entender essa questão.

Os repórteres tinham de se informar sobre a notícia que ocorria, fazendo-o como máquinas sem preconceitos, cor ou estilo. O humor ou qualquer traço de personalidade em nossos artigos era detectado, refutado e suprimido. (BARROS FILHO, 2008, p. 15).

É neste momento que surge o lide e a pirâmide invertida como técnicas de redação que sintetizavam as informações tidas como “mais relevantes” no primeiro parágrafo do texto, facilitando a redação e a edição, que acontecia mesmo sem necessidade de conhecer o texto, cortando-se os parágrafos finais. Outro mito do jornalismo emerge neste mesmo momento: a imparcialidade, que para os postulados do positivismo era garantida por técnicas utilizadas até hoje nas redações, como a ausência de qualitativos, a atribuição das informações às fontes – e sua comprovação por meio de declarações textuais colocadas entre aspas –, a presença de discursos conflitantes – com objetivo de aparentar a inexistência de enviesamento e a busca de fontes “especialistas” para garantir a legitimidade do discurso empregado.

Para Barros Filho e Bortolazzi (1996), essas características – intimamente ligadas ao contexto histórico em que surgiram –, estariam submetidas aos rígidos ditames do ideário positivista e representam uma ruptura simbólica com um ‘jornalismo do passado’: sujo e sensacionalista, atendendo, assim, a interesses específicos. É o que Silva (2011) entende como a narrativa da aparente estabilidade das instituições a partir da narrativa das rupturas,

já que quando se determina o que é sensacionalista, tem-se no imaginário a imposição do que representa um “jornalismo ideal”.

A partir da sistematização desta ideologia como dominante, e influenciando fortemente não só a práxis, mas também os estudos empreendidos no campo do jornalismo, a defesa da objetividade como procedimento necessário ao seu exercício passou a integrar manuais de redação e de introdução ao jornalismo, nos estudos e nos códigos de ética. Os estudantes passaram a aprender como deveriam a atuar como jornalistas, dando atenção à objetividade e fugindo dos “deslizes de subjetividade”.

A deontologia da objetividade é ampla; outorga o respeito à verdade, a expectativa do receptor e a imparcialidade, tornando a descrição do fato com a presença de valores inaceitável.

## **CONSIDERAÇÕES**

Mesmo com todo o conhecimento academicamente produzido e a cediça necessidade de se alinhar esse conhecimento com a prática profissional, a evolução das técnicas jornalísticas, na pós-modernidade, tornou-se uma cartilha que indica ações textuais passíveis de proibição dentro das redações, em vez de atenderem à sua função original de ser um parâmetro para garantir a inteligibilidade e fácil compreensão do texto, como postula Bahia (2009) sobre função da utilização de técnicas. Entre essas ‘proibições’ encontra-se o uso da primeira pessoa na escrita de textos jornalísticos, que é desencorajado como técnica no mercado de trabalho, para que se promova a imparcialidade.

Para Genro Filho (2012, p. 193), as reflexões científicas que versam sobre o aspecto conceitual da objetividade não costumam tocar o cerne da questão. O autor afirma ainda que os estudos se resumem aos aspectos sociológicos e psicológicos que garantem a impossibilidade de uma construção textual desprovida totalmente de opinião. Para ele, este caminho metodológico traçado pelos estudiosos de comunicação deixa aberta uma lacuna que permite, a partir destas mesmas perspectivas críticas, buscar maior objetividade ou imparcialidade – até onde for possível -, dos textos, sem tocar no aspecto ontológico e epistemológico do problema.

Os principais autores que trazem na sua obra sobre jornalismo a impossibilidade de uma mediação comunicacional objetiva e imparcial deixam esta lacuna aberta para sua existência como uma possibilidade metafísica necessária para nortear o exercício do

jornalismo. É o caso de Marcondes Filho (*apud* Genro Filho, 2012, p. 194), que em sua tese de Livre Docência diz que “[...] a busca de uma objetividade possível (enquanto meta) só pode ser possível com a busca da informação que evita a denúncia de sofismas”.

Barros Filho (2008), em seu livro *Ética na Comunicação*, define este conceito da objetividade como “objetividade ideal-típica”, evidenciando seu caráter subjetivo a partir das acepções de seus defensores. Para o autor, essa ótica da objetividade como utopia trata-se de uma visão idealista que visa retirar as contribuições interdisciplinares, criando um caução deontológico que impede a objetividade informativa de desaparecer dos estudos em comunicação por falta de objeto.

As críticas ao conceito de objetividade variam e vão de acordo com a linha de formação de seus autores. Enquanto jornalistas relatam obstáculos em relação ao fato, à fonte ou ao produto, filósofos, antropólogos e linguistas indicam problemas intransponíveis em relação à linguagem, aos signos e aos processos de codificação.

Mesmo que hoje o jornalismo esteja desprovido de seu caráter heroico, de portador inquestionável da verdade, acreditamos que as técnicas jornalísticas auxiliaram na formação do pensamento errôneo de que o texto jornalístico não possui um autor, mito ainda muito sedimentado no imaginário dos leitores. Embora se saiba que é impossível a total objetividade e imparcialidade, já que o texto tem por trás um jornalista, cujas visões de mundo, ideologias, preconceitos levam a escolhas semânticas que inconscientemente influenciam na composição do texto, ainda há até entre profissionais de imprensa e entre os meios de comunicação o conceito de objetividade relacionado à prática jornalística, principalmente no que diz respeito ao uso da terceira pessoa no relato jornalístico.

Parte dessa discrepância entre o senso-comum, a prática e o conhecimento produzido no interior das universidades acerca da teoria e da técnica jornalística é prejudicial à construção da democracia, uma vez que o leitor depende do veículo jornalístico para se informar e tem formado no seu imaginário que a informação trazida por esse meio é isenta de impressões pessoais do autor do texto.

Isto confirma a análise de que os entendimentos acumulados até agora justificam o discurso da objetividade como um recurso comercial utilizado para garantir que o leitor (ou interlocutor) tenha no relato jornalístico uma imagem do próprio fato da vida real, o que não tem amparo nas considerações teóricas acerca do uso da linguagem, que é, de fato, um produto de interações sociais, históricas e ideológicas.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAHIA, Juarez. **Jornal, história e técnica: As técnicas do Jornalismo**. Volume 2. 5ed. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009.

BAKHTIN, Mikhail. **Le principe dialogique**. Paris: Seuil, 1981.

BARROS FILHO, Clóvis; BARTOLOZZI, Pedro Lozano. **Ética na comunicação: Da informação ao receptor**. São Paulo, Moderna: 1995.

BELTRÃO, Luiz. **Teoria e prática do jornalismo**. Adamantina: Edições Omnia, 2006.

BENVENISTE, Émile. **Problemas de linguística geral**. São Paulo: Nacional/EdUSP, 1976.

BOURDIEU, Pierre. **A influência do jornalismo**; Posfácio In: Sobre a Televisão. Rio de Janeiro: Jorge Zahar. 1997.

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma história social da mídia – De Gutemberg à Internet**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

EMERY, Edwin. **A história da imprensa nos Estados Unidos**. Rio de Janeiro: Lidador, 1965.

GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide: Por uma teoria marxista no jornalismo**. Florianópolis: Insular, 2011

GOFFMAN, Erving. **Ritual de interacción**. Buenos Aires: Editorial Tiempo Contemporáneo, 1967.

GOODE, Willian Josiah. HATT, Paul K. **Métodos em pesquisa social**. São Paulo: Editora Nacional, 1979.

HABERMAS, Jurgên. **Mudança estrutural na esfera pública: Investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

JACKOBSON, Roman. **Linguística e comunicação**. São Paulo: Cultrix, 1969.

MALBERG, Bertil. **Linguística estructuraly e comunicaci3n humana**. Madri: Gredos, 1969.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Comunicação e jornalismo**. A saga dos cães perdidos. São Paulo: Hacker Editores, 2000.

SILVA, Marconi Oliveira. **Era tudo mentira – A verdade Jornalística**. São Paulo: Intermeios, 2011.

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da Imprensa no Brasil**. 4ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna – Teoria Social Crítica nas Era dos Meios de Comunicação de Massa**. Petrópolis: Vozes, 1998.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**. Volume 1. Porque as notícias são como são. 2ed. Florianópolis: Insular, 2005.

WOLTON, Dominique. **É precisa salvar a comunicação**. São Paulo: Paulus, 2006.

WOLTON, Dominique. **Informar não é Comunicar**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

WOLTON, Dominique. **Pensar a Comunicação**. Brasília: UnB, 1996.