

A Diversidade De Versões E A Objetividade Jornalística: A Distinção Entre Fato E Opinião E Credibilidade Da Notícia¹

Heitor Costa Lima da ROCHA²

Acsa Roberta Macena da SILVA³

Marília Gabriela Silva RÊGO⁴

Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE

RESUMO

O presente artigo discute uma das mais presentes reflexões no âmbito do jornalismo: a distinção entre fato e opinião, observando, para isso, a formação do conceito de objetividade jornalística. Estão dispostos o conceito bakhtiniano de dialogismo (BAKHTIN, 2011) e as reflexões, entre outros, de Schudson (2010), Motta (2017) e Nelson Traquina (2000; 2016). A reflexão evidenciou a concepção construtivista de que o fato não representa a realidade, da qual é a posição do consenso majoritário, mas não uma unanimidade (SCHUDSON, 2010). Assim, desmistifica a noção de que a qualidade do jornalismo está associada à isenção de opinião, propondo, ao contrário, como critérios fundamentais de credibilidade a diversidade significativa de versões, a transparência e a autonomia do jornalista na produção da notícia.

PALAVRAS-CHAVE: Objetividade; Fato; Opinião; Credibilidade; Jornalismo.

INTRODUÇÃO

No campo de estudo do jornalismo ainda permanece, de forma majoritária, a tendência tributária do modelo norte-mericano e da concepção epistemológica positivista, de pressupor a possibilidade de o texto noticioso refletir perfeitamente a realidade. Com algumas variações, dos cursos superiores de jornalismo à prática cotidiana da profissão, existe uma espécie de compreensão discursiva geral da distinção completa entre o que se concebe como ‘fato real’, puro e absoluto, e o juízo de valor/opinião como expressão paradigmática do conceito de objetividade jornalística. Identifica-se essa tradição a partir

¹ Trabalho apresentado no GP Teorias do Jornalismo, XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Pós-Doutor pela Universidade da Beira Interior (UBI, Portugal), Doutor em Sociologia e Professor Associado do Departamento de Comunicação e Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), Recife, Pernambuco, Brasil. E-mail: hclrocha@gmail.com.

³ Mestranda pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM- UFPE), e-mail: acsa.macena@ufpe.br.

⁴ Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) e Mestra em Comunicação. Recife, Pernambuco, Brasil. E-mail: marilia.rego@ufpe.br.

do padrão de jornalismo americano, fortalecido principalmente depois da Segunda Guerra Mundial, quando os EUA se consolidaram como principal potência mundial, até os dias de hoje. O modelo jornalístico americano é caracterizado estruturalmente pela pirâmide invertida, com a formação do lead (primeiro parágrafo da notícia onde constam as principais informações do acontecimento, respondendo às perguntas: o que? Quando? Onde? Como? Quem? E por que?), e ideologicamente pelo compromisso simulado de uma postura imparcial e objetiva.

Esse processo de americanização alcançou boa parte do mundo, principalmente os países da América do Sul e da Europa (HALLIN; MANCINI, 2010), constituindo um modelo de sistema de mídia liberal. Neste modelo descrito por Hallin e Mancini, os jornais partidários, aqueles de posicionamento explícito, dão lugar aos jornais comerciais movidos pelo capitalismo e grande fluxo de informações. A linha editorial desses veículos comerciais passa a defender o discurso de ‘isenção de opinião’ e fidelidade à realidade, sem intervenção subjetiva, mas somente restrita ao acontecimento cujo conhecimento é tido como preexistindo a qualquer esforço cognitivo do jornalista para interpretar a realidade. No Brasil, essa herança tem sido percebida mais fortemente a partir da década de 1950 quando começou a se desenvolver uma concentração de jornais dos grupos empresariais.

Apesar de parecer ter sido superada nas discussões teóricas/epistemológicas acadêmicas, a questão da objetividade tem se mantido de forma estratégica na famosa dicotomia entre fato e opinião. O artigo, então, visa refletir teoricamente sobre essa oposição tendo como base as reflexões de Schudson (2010), Traquina (2000; 2016) e Motta (2017). Também recorreremos ao dialogismo em Bakhtin (2011) para compreender a natureza do discurso e, assim, contemplar as múltiplas interações entre jornalistas, fontes, veículos e contextos que torna possível contemplar a marca de ideologias e opiniões na notícia, derrubando, assim, a tese objetivista e a sua frequente associação ao jornalismo tido como credível. Distante de somente apontar uma crítica à objetividade, o trabalho propõe também outros aspectos relevantes a serem observados quanto à credibilidade jornalística, são eles: a transparência, autonomia editorial e diversidade de vozes.

2. Entre fatos e opiniões

Um dos maiores embates e/ou reflexões dentro das concepções sobre o jornalismo é a distinção entre fatos e opiniões. Concepções conservadoras da área julgam que a notícia precisa corresponder à realidade e ser isenta da opinião do jornalista (Teoria do Espelho). Neste entremeio existe uma espécie de “limbo” no qual de um lado está a defesa do jornalismo imparcial e, do outro lado, o jornalismo posicionado, como se essa conceitualização particular restringisse o primeiro como a produção jornalística objetiva, real, e a segunda aquela tendenciosa e distorcida pela subjetividade do jornalista. Essa demarcação tem forte tendência positivista por não reconhecer a possibilidade de o discurso jornalístico espelhar ou reproduzir a verdade única de um fato tido como “o” real e absoluto.

É tarefa necessária visualizarmos a palavra fato e o significado a ela atribuído no dicionário da língua portuguesa como “Acontecimento, feito, o que é real, o que existe” (AMORA, 2009, p. 309). No jornalismo, esse significado ganha mais força porque presume que a tarefa do jornalista é expor a verdade sobre o acontecimento relatado. Schudson descreve que, nessa perspectiva, fatos “são declarações sobre o mundo abertas a uma validação independente. Eles se colocam além das influências distorcedoras de quaisquer preferências pessoais” (SCHUDSON, 2010, p. 16). Essa relação com o fato (nestes termos) é tão recorrente que as emissoras têm afirmado constantemente esse posicionamento. A Rede Globo, por exemplo, tem transmitido em seus comerciais que o seu jornalismo assegura o “fato”. Recentemente, em agosto de 2020 divulgaram que o jornalismo constrói “uma ponte segura entre fatos e pessoas⁵”. Antes mesmo, em 2019, o comercial apresentava que no Jornal Nacional, principal telejornal da emissora, que naquele ano completava 50 anos de exibição, na voz do âncora William Bonner que: “Se deu no JN, é fato!”⁶. Ainda atual, em 2020, com a pandemia do novo Coronavírus (COVID-19), há uma campanha “Fato ou Fake” contra as notícias falsas, reforçando que a emissora se dedica aos fatos (a verdade) e combate a fake news⁷.

⁵ Ver em: <<https://www.youtube.com/watch?v=sn6smTCxcQ4>>.

⁶ Ver em: <<https://www.youtube.com/watch?v=vRx8W5yfmVg>>.

⁷ Ver em: <<https://g1.globo.com/fato-ou-fake/>>.

A opinião, por outro lado, tem um espaço à parte no jornalismo, porque é compreendida como um parecer pessoal. Dentro da percepção jornalística positivista, a opinião corresponde a “predisposições conscientes ou inconscientes de um indivíduo sobre o conceito de mundo; em última análise, eles são vistos como subjetivos e, portanto, sem sustentação legítima sobre outras pessoas” (SCHUDSON, 2010, p. 16). Há, porém, um espaço “permitido” e delimitado no jornalismo para a exposição das opiniões, os gêneros opinativos, são eles: Editorial, Comentário, Artigo, Resenha, Coluna, Caricatura, Carta e Crônica (MARQUES DE MELO, 2016). São gêneros específicos onde o jornalista “avalia os acontecimentos” (MARQUES DE MELO, 2016, p. 47), mas defenderemos que, nestes casos, a opinião aparece de forma explícita, mas mesmo no jornalismo dito informativo, em tese isento de opiniões, está, na verdade, envolto por elas.

Essa reflexão entre fato e opinião, ao nosso ver, deve ser encarada sob a ótica de que os discursos jornalísticos são narrativas fruto de múltiplas interações entre o jornalista, o veículo (o formato, mas também a gestão da empresa de mídia) e os leitores/telespectadores/ouvintes. O jornalista constrói o texto noticioso a partir da leitura de mundo vislumbrada pelo seu pano de fundo social (que envolve aspectos familiares, sociais, históricos, religiosos), em diálogo com suas fontes e personagens. Tudo isso é enfeixado em enredos coerentes que seguem um roteiro. A notícia inicia situando o acontecimento em um “Quem”, “Quando”, “Onde”, “Como” e “Por que”, dentro de um tempo e espaço determinado. Motta (2017) descreve a narrativa jornalística como uma experimentação da realidade (e não uma reprodução da realidade) porque é constituída deste contato com a complexidade do mundo que forma referências e cria modelos de ordenamento.

Se recorrermos à natureza do discurso, fica exatamente claro a impossibilidade de entender a notícia como uma leitura neutra da realidade. Bakhtin (2011) descreve que todo discurso é por natureza dialógico, ou seja, é sempre constituído por outro discurso, fruto do diálogo não explícito do locutor (neste caso, o jornalista) com o passado, presente e pressuposição do futuro, suas relações culturais, sociais, políticas, além da intencionalidade para com seu público. O dialogismo esclarece que, como discurso que é, a notícia não tem a possibilidade de isenção de opinião. Schudson (2010) também observa que o fato é, antes, formado neste panorama cultural, social, histórico, por um

juízo predominante sobre o acontecimento, distinguindo-se da opinião apenas por uma questão de gradação de interpretação.

A inevitabilidade da opinião nos leva a contemplar também a carga ideológica do discurso. Ideologia é um conceito complexo e historicamente visto de maneira negativa⁸. Van Dijk traz uma grande contribuição neste sentido porque descreve a ideologia como “a base das representações sociais compartilhadas pelos membros de um grupo (VAN DIJK, 1998, p. 21), ou seja, as ideologias possibilitam a organização da complexidade de crenças sociais nos orientando a agir sobre determinada questão. Abandona-se a suposta ausência de ideologia como uma qualidade do jornalismo, assumindo-se que todos somos seres ideológicos, portanto, o jornalismo não poderia ser diferente. A própria ideia de objetividade, inclusive, se constitui como uma ideologia dentro do jornalismo que determina a “confiança nos ‘fatos’, uma desconfiança dos ‘valores’, e um compromisso com a segregação de ambos” (SCHUDSON, 2010, p. 16).

Assim, a tensão entre fato x opinião posiciona pelo menos três reflexões relevantes a serem mencionadas:

(a) A valorização do fato como verdade e a crítica à opinião pretendem reduzir a subjetividade a algo hierarquicamente inferior à objetividade. Essa visão decorre da influência positivista no jornalismo, numa tentativa de desprezo às emoções por entender que são fraquezas humanas e que comprometem o conhecimento como ciência. Discordando dos termos positivistas, aqui apontamos, inclusive, que a inclusão da subjetividade é uma forma de aproximação com o público porque é feita em moldes humanizantes, característica que, essencialmente, como pessoas humanas todos possuímos: “A subjetividade não pode ser entendida como algo meramente interno, pessoal, do campo da vida privada – a subjetividade é também formada por um ambiente histórico dado, objetivo” (MORAES, 2019, p. 209).

(b) A objetividade pressupõe a compressão de um posicionamento inferior do jornalista, subestimando a sua atuação profissional e minimizando sua interpretação de mundo. O jornalista, então, não poderia expressar opinião e deve se restringir a apenas ‘reproduzir

⁸ Historicamente, ideologia carrega uma conceitualização negativa, associada à dominação e alienação, principalmente dentro do Marxismo.

a realidade’, como um simples transmissor da realidade pura (TRAQUINA, 2016). Por outro lado, o extremo oposto desta concepção não é razoável: se o jornalista não pode ser colocado na posição passiva e inerte, tampouco é sozinho o ator exclusivo do processo jornalístico. Ele possui papel fundamental porque interpreta e reúne as informações, mas o percurso, como já mencionado, envolve diversos atores e ele mesmo é envolvido por questões diversas.

(c) Nesta perspectiva levantada no final do item anterior, a discussão sobre fatos e opinião deve ser refletida na concepção da intersubjetividade jornalística. Isso pressupõe que, se a notícia envolve sempre as relações humanas, a presença do outro é inevitável (assim como afirma Bakhtin sobre o discurso). Mesmo aquela narrativa jornalística mais factual corresponde à intersubjetividade, que, necessário falar, não compromete o rigor jornalístico. Pelo contrário, garante um papel ativo do

o jornalista em sua responsabilidade ética. Como assegura Karl Popper, pretender negar ao cientista social, como ao jornalista ou qualquer outro ser humano, o seu direito a emitir juízo é negar a sua humanidade:

Nós não podemos roubar a parcialidade do cientista sem roubar a sua humanidade. De maneira bem parecida, nós também não podemos proibir ou destruir os seus julgamentos. (...) O cientista objetivo e sem valores não é o cientista social. Sem paixão, não funciona, e na ciência pura não funciona mesmo (POPPER, 1993, p. 114, *apud* SPONHOZ, 2009, p. 172).

Assim, Líriam Sponhoz observa que a ausência de juízo de valor não produz uma aproximação maior da realidade, pois “uma pessoa ‘objetiva’ no sentido de ‘sem julgamentos de valores’ não existe. Desta maneira, não se pode exigir liberdade de juízos de valor do sujeito em um processo de conhecimento. Por isso, **Popper define “objetivo” consequentemente como intersubjetivo**” (SPONHOZ, 2009, p. 172, grifo nosso).

3. Credibilidade em pauta

Afinal, se não é pela isenção ou distanciamento dos fatos, o que torna a atividade jornalística credível e digna da confiança do público a qual se destina? As reflexões teóricas que têm sido tecidas acerca da credibilidade do campo jornalístico, considerada um dos maiores patrimônios da profissão (GUERRA, 2010), costumam estar atreladas às

noções de objetividade, verdade, imparcialidade e isenção, aspectos conclamados, inclusive, na maioria dos manuais de jornalismo nacionais e internacionais. Nas discussões teóricas, em geral, a presença da “objetividade” no jornalismo costuma ser tomada como uma condição para regular a) o distanciamento da realidade a fim de que o jornalista não tome o partido de algum dos lados em questão; e de uma b) responsabilidade com a integridade dos fatos como uma maneira de se obter o prestígio do público (GUERRA, 2008; SPONHOLZ, 2009). Para alguns pesquisadores do campo, a objetividade no tratamento noticioso enquadraria “o modo como o jornalismo é socialmente aceito, e regulam, pelo menos retoricamente, as ações profissionais e as expectativas do público” (GOMES, 2006, p. 5).

Nesse sentido, as reflexões sobre credibilidade e objetividade caminham juntas como uma condição necessária ao afastamento e indiferença do jornalista em relação aos relatos sobre o real. Conforme Traquina (2000, p. 143), a objetividade “não é a negação da subjetividade, mas uma série de procedimentos que os membros da comunidade interpretativa utilizam para assegurar uma credibilidade como parte não interessada, e se protegerem contra eventuais críticas ao seu trabalho”. Além disso, Christofolletti e Laux (2008, p. 34) situam esses conceitos como “fundadores do jornalismo, e desde então essa atividade vem se erigindo muito apoiada neles”, posição também compartilhada por Guerra (2008) que considera a objetividade como o imperativo ético fundante da instituição jornalística: “trata-se do compromisso que a imprensa assume, por solicitação da própria sociedade, de ater-se ao real acontecimento dos fatos, ou seja, de pautar o seu discurso a partir da realidade” (GUERRA, 2008, p. 34).

Por outro lado, as contribuições das teorias sobre a construção social da notícia, amparadas no paradigma científico construtivista, que se caracterizam pela postura crítica sobre o conhecimento produzido como espelho do real e pelo reconhecimento da centralidade dos processos sociais para formação da nossa maneira de enxergar o mundo (GILL, 2002), apontam importantes reflexões sobre as ações desempenhadas pelo campo jornalístico sobre a própria realidade social. No sentido diametralmente oposto ao determinismo objetivista, que anula a interpretação do jornalista e estigmatiza a sua intencionalidade e o seu direito a emitir juízo sobre os acontecimentos, se posiciona Manuel Chaparro (1994, p. 17-18). Segundo ele, o jornalismo é um processo social de ações conscientes, controladas ou controláveis – portanto, fazeres combinados com

intenções e porque as ações são conscientes, controláveis e intencionadas, cada jornalista é responsável moral pelos seus afazeres. Assim, se uma intenção se refere unicamente à execução de um fazer, então as intenções dos fazeres jornalísticos estão necessariamente vinculadas aos motivos éticos próprios do jornalismo. A âncora ética do jornalismo, da qual deriva a responsabilidade moral de cada jornalista pelo seu fazer, é o direito individual e universal de investigar, receber e difundir informações e opiniões. Nesse sentido, o jornalismo está imerso numa luta pela interpretação e definição da realidade social e ao mesmo tempo integra o real, constituindo-se como um órgão político, carregado de intencionalidades.

Os próprios aspectos que caracterizaram o surgimento da imprensa são incompatíveis com as noções de isenção e distanciamento da realidade, defendidos em algumas reflexões que apesar de se colocarem dentro de uma perspectiva construtivista, incorrem na tomada da objetividade no jornalismo, demonstrando uma incoerência teórica. Na verdade, a imprensa se constituiu como um espaço universalista e crítico sendo inspirada nos pressupostos iluministas em prol da autonomia e da razão que atingiu maturidade na esfera pública do século XVIII. Nesse sentido, as noções de credibilidade da imprensa perante o público estavam relacionadas com o aparecimento de uma atividade que “confere aos seus destinatários o suporte necessário para o exercício de uma opinião crítica” (CORREIA, 1998, p. 26), a partir da exigência pelo melhor desempenho das instituições políticas, relação que, inclusive, se posicionou em conflito com o poder absoluto da época.

Segundo Correia (1998), apesar do jornalismo ter se tornado uma indústria mediante ao avanço da modernização e das implicações trazidas pelo desenvolvimento econômico para o setor, dois elementos foram imprescindíveis para sua constituição: a crítica e a reflexão. Com base nisso podemos perceber que a credibilidade do campo jornalístico estava imbricada com a sua capacidade de interpretar, amplificar, divulgar e partilhar significados sobre os acontecimentos da realidade social, e não por se omitir ou se desassociar das versões construídas sobre o real, conforme têm defendido grande parte dos estudos no campo.

Além disso, o teórico ainda observa que o esvaziamento da função social dos *media*, que deveria promover uma melhor compreensão sobre os acontecimentos do

espaço público, foi acompanhada pela exigência de normas que impunham uma “simplicidade estilística”, assim como a “objetividade reduzida à mera descrição”, e que serviram para camuflar “uma vontade de produzir uma escrita conforme uma opinião julgada dominante” (CORREIA, 1998, p. 12), descomprometida com a promoção do debate e de questionamentos acerca das relações dominantes.

Tal indicativo é também observado mais tarde por Schudson (2010), que, com base no contexto do jornalismo norte-americano, verifica que antes de 1830 a objetividade não era tomada como um princípio crucial para a profissão. Por outro lado, era esperado que a imprensa “apresentasse um ponto de vista partidário, em vez de uma posição neutra” (SHUDSON, 2010, p. 16). Conforme o teórico, esta percepção foi se modificando historicamente com a necessidade verificada na década de 1930 de se invocar a objetividade como artifício para superar a desconfiança do público em relação ao que tinha se transformado na indústria das notícias:

(...) a objetividade no jornalismo, considerada como antídoto para a parcialidade, passou a ser encarada como a parcialidade mais insidiosa, dentre todas. Porque a reportagem “objetiva” reproduzia uma visão da realidade social que se recusava a examinar as estruturas básicas do poder e do privilégio. Ela não era apenas incompleta, como sustentavam os críticos dos anos 1930, mas distorcida (SCHUDSON, 2010, p. 188).

Tais reflexões nos fornecem indicativos importantes acerca da necessidade de pensarmos a credibilidade jornalística a partir da demonstração da responsabilidade social do jornalismo para o fortalecimento dos anseios democráticos, sobretudo no que diz respeito a análise da realidade social e o reconhecimento da autoridade do público sobre as suas práticas. Dito de outra forma, o principal aspecto que torna o jornalismo credível e digno de confiança é a honestidade no tratamento das informações ao permitir que o público desenvolva a sua compreensão dos assuntos tratados através da pluralidade de perspectivas, inclusive, a colocada pelo próprio jornalista que deve assumir “o compromisso de realizar também ‘uma interpretação causal, uma avaliação moral’, ou seja, necessita fazer um juízo moral sobre os acontecimentos, permitindo à opinião pública orientar a atuação das instituições democráticas” (ROCHA; GRADIM, 2020, p. 98). Diante disso, a credibilidade da instituição jornalística pode ser fortalecida, na prática, através da manifestação de determinados elementos:

1) **Transparência no tratamento noticioso:** O estímulo de uma cultura voltada à prestação de contas ao público pode ser um importante caminho tanto para o fortalecimento da responsabilidade social da mídia quanto de uma melhor percepção do público sobre a sua atuação. Paulino (2010) observa que a transparência do veículo de comunicação em relação aos erros, às escolhas das fontes de informação e a presença do *ombudsman* podem incentivar um maior debate entre as redações e seus leitores, ouvintes e telespectadores. Os meios destinados a participação da sociedade para manifestação de críticas, elogios e sugestões de pautas são capazes de contribuir para o fortalecimento de espaços públicos democráticos de discussão, agregando credibilidade à organização jornalística por possibilitar a participação cidadã na fiscalização e incremento das suas práticas profissionais.

2) **Autonomia editorial:** A construção de sentidos, isto é, o processo de interpretação social realizado pelo jornalista é na maioria das vezes interceptado pelas políticas editoriais dos veículos de comunicação, sobretudo quando direcionada pelo lucro proveniente dos anunciantes, o que gera resultados “insuficientes para as mais vastas necessidades democráticas” (BREED, 2016, p. 231). Por outro lado, Warren Breed (2016) observa que a fonte de recompensa do jornalista, isto é, a construção da sua credibilidade, deve se localizar no seu principal cliente que é o público. Além do mais, a política editorial do veículo precisa permitir que o profissional defenda os interesses da coletividade, uma vez que se a sociedade perceber que há censura nos conteúdos, a credibilidade do veículo também é ameaçada.

3) **Diversidade de vozes:** A manifestação da pluralidade de vozes presentes na sociedade é crucial para a verificação do espaço conferido pelo veículo de comunicação à diversidade de versões que existem sobre a realidade. Além do mais, “o jornalismo é o elo que, nos processos sociais, cria e mantém as mediações viabilizadoras do direito à informação” (CHAPARRO, 1994, p. 23). Assim, seu espaço discursivo deve reunir a multiplicidade de versões significativas (HERMAN, 2016) sobre os acontecimentos sociais a fim de permitir que o seu público elabore conclusões a partir da diversidade de fontes de informação e perspectivas sobre os assuntos abordados.

4) **Juízo de valor e posicionamento:** Visto que não é possível haver imparcialidade em qualquer produção de natureza humana, uma vez que são atravessadas de

intencionalidades e exercem uma ação sobre o próprio mundo real (CHAPARRO, 1998), compreende-se que o jornalismo deve se posicionar a partir de uma colocação explícita sobre sua leitura das questões que afetam a coletividade. Ainda segundo Rocha e Gradim (2020, p. 99), o jornalista deve elaborar um “juízo respaldado no conjunto de princípios morais para que a sociedade possa formar uma vontade política em que a opinião pública se constitua em tribunal da honra capaz de coordenar o desempenho das instituições democráticas”.

Uma contribuição significativa para valorização da ação consciente do jornalista na produção da noticiosa é prestada por Herbert Gans, que observa a impossibilidade da exclusão efetiva dos juízos de valores na produção da notícia, assim como da ideologia. Para ele, as notícias não consistem apenas na “descoberta de investigação empírica, mas também nos conceitos e métodos que entram em sua investigação, suposições (...) que tratam principalmente da natureza da realidade externa. Eu os chamo de julgamentos de realidade” (GANS, 1979, p. 39, tradução nossa).

Neste sentido, Gans salienta que ninguém pode agir socialmente sem valores, pois os julgamentos da realidade nunca estão totalmente divorciados dos valores:

Os valores nas notícias raramente são explícitos e devem ser encontrados nas entrelinhas - em que atores e atividades são relatados ou ignorados e em como são descritos. Se uma notícia lida com atividades que geralmente são consideradas indesejáveis e cujas descrições contêm conotações negativas, a história expressa implicitamente um valor sobre o que é desejável. Nesse processo, a notícia também assume um consenso sobre valores que podem não existir, pois lembra o público sobre valores que estão sendo violados e pressupõe que o público compartilhe esses valores. Quando uma história relata que um político foi acusado de corrupção, sugere que a corrupção é ruim e que os políticos devem ser honestos (GANS, 1979, p. 39-40, tradução nossa).

Como a notícia sempre inclui valores, Gans (1979, p. 68, tradução nossa) destaca que sempre contém ideologia, definindo-a como um “agregado de valores apenas parcialmente pensados que não são nem totalmente consistentes nem bem integrados”. Assim, os jornalistas elaboram o julgamento das notícias como profissionais e como indivíduos, mas

não são, de forma alguma, agentes totalmente livres e, em qualquer caso, raramente tomam decisões de seleção com base em pressupostos abertamente ideológicos; em vez disso, eles trabalham em organizações

que lhes fornecem apenas uma quantidade limitada de margem de manobra nas decisões de seleção, que é ainda mais reduzida por sua fidelidade a valores compartilhados profissionalmente (GANS, 1979, p. 79, tradução nossa).

Com uma compreensão construtivista, ao reconhecer a grande contribuição de pesquisadores com inclinações fenomenológicas, Gans assegura que, qualquer que seja a natureza da realidade externa, o ser humano só pode percebê-la com seus próprios conceitos e, portanto, está sempre a “construir” a sua noção da realidade. Neste sentido, diverge do determinismo econômico que Stuart Hall (2016, p. 340) assume, sob influência do marxismo estrutural de Louis Althusser, ao considerar que os jornalistas, “embora involuntariamente através das suas próprias vias ‘autônomas’, tornaram-se efetivamente num aparelho do próprio processo de controle – um aparelho ideológico do Estado”.

Herbert Gans, ao contrário, como Warren Breed e Manuel Chaparro, reconhece a possibilidade do jornalista, a despeito de sua condição de funcionário de uma organização empresarial, empreender uma atividade de resistência, com apoio da autoridade do público, contra os limites da política editorial dos veículos capaz de abrir brechas através de uma negociação que se configura como “um cabo de guerra” e conferir mais sentido e legitimidade social a sua produção noticiosa, com a introdução do que classifica de jornalismo de perspectivas múltiplas, incluindo versões e fontes tradicionalmente excluídas das notícias.

(...) o público não é apenas um receptor de informações, mas uma fonte de receita para a empresa de notícias; e, na medida em que sua lealdade deve ser mantida, seu comportamento de ver e ler até afeta, até certo ponto, em certa medida, a escolha de fontes pelos jornalistas. Com efeito, então, fontes, jornalistas e público coexistem em um sistema, embora esteja mais perto de ser um cabo de guerra do que um organismo funcionalmente inter-relacionado.

Os cabos de guerra, no entanto, são resolvidos pelo poder; e é, entre outras coisas, “o exercício do poder sobre a interpretação da realidade”. O poder é exercido por todos os participantes na transmissão de informações; está também em evidência dentro da organização noticiosa, que é hierarquicamente organizada. Mesmo os leitores e telespectadores têm algum poder, expresso pelo protesto e recusa em aceitar o que lêem e veem, razão pela qual os jornalistas costumam se preocupar com sua credibilidade (GANS, 1979, p. 81-82, tradução nossa).

CONCLUSÃO

Tecer reflexões sobre a natureza do discurso jornalístico e a sua credibilidade é fundamental para contemplarmos o estado ‘pré-notícia’, ou seja, o processo anterior ao produto final do texto jornalístico, compreendendo as relações sociais, políticas, históricas, situacionais, com o veículo em que o jornalista está inserido, mas também com a recepção (seus públicos), que nos leva a refutar a compreensão de uma reprodução da realidade e a valorizar a intersubjetividade jornalística. Em um campo onde ainda há uma fronteira rígida para determinar a ausência ou presença de juízo de valor explícito com relação a diferenciação entre jornalismo informativo e opinativo, respectivamente, torna-se fundamental identificar que, independente do gênero, é própria da constituição da narrativa jornalística revelar a presença do outro (dialogismo).

Essa dicotomia entre fato e opinião é ainda um impasse percebido tanto na prática profissional como no ensino do jornalismo, bastante influenciados pela noção de profissionalismo neutro proposto pelo modelo de jornalismo americano (HALLIN; MANCINI, 2010). Inclusive, essa oposição aparece não somente dentro da distinção dos gêneros jornalísticos, como citamos, mas na própria constituição dos sistemas de mídia: enquanto a mídia tradicional hegemônica tende a manter o discurso a favor da isenção (ou a aparência de uma isenção), o jornalismo independente, comunitário e público é posto como aquele de posicionamento declarado.

Deste modo, buscamos romper com a insistente noção de que um jornalismo de qualidade e credível não pode conter traços de opinião, refém, portanto, da noção da objetividade. Ao contrário, evidenciamos critérios que caracterizam a credibilidade jornalística de acordo com a transparência no tratamento noticioso, autonomia editorial, a diversidade de vozes e o juízo de valor nos posicionamentos. Esses quatro ‘pilares’ levam a percepção, em geral, de que a credibilidade deve estar associada à transparência, boa apuração, a uma perspectiva pluralista, com diversidade significativa das versões existentes sobre o acontecimento e, distante de enxergar o posicionamento como algo negativo, defende-o em prol do esclarecimento e manutenção de pontos de vistas explícitos. O esforço teórico deste escrito, assim, contribui para contemplarmos as diferentes questões envolvidas na produção e recepção da notícia e a nos desprender das amarras da maquinaria ideológica da concepção da objetividade.

REFERÊNCIAS

BAKHTIN, M. M. **Estética da criação verbal**. 6ª ed. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2011.

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

CHAPARRO, Manuel. **Pragmática do jornalismo: buscas práticas para uma teoria da ação jornalística**. São Paulo: Summus, 1994.

CHRISTOFOLETTI, R.; LAUX, A. P. F. **Confiabilidade, credibilidade e reputação: no jornalismo e na blogosfera**. Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação. Volume 31, Número 1, 29-49. (2008). Disponível <<http://www.portaldemidia.ufms.br/wp-content/uploads/2011/03/4809-12999-1-PB.pdf>>. Acessado em 30 de julho de 2020.

CORREIA, J. C. **Jornalismo e espaço público**. Estudos em Comunicação. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 1998.

GANS, Herbert. **Deciding what’s news: a study of Evening News, NBC Nightley News, Newsweek and Time**. New York: Pantheon Books, 1979.

GUERRA, J. L. **O percurso interpretativo na produção da notícia: verdade e relevância como parâmetros de qualidade jornalística**. São Cristóvão: Editora UFS; Aracaju: Fundação Oviêdo Teixeira, 2008.

_____. Monitoramento de Cobertura e Produção Experimental Monitorada: Pesquisa aplicada voltada para a qualificação de produtos e processos jornalístico. In: CHISTOFOLETTI, R. (org.). **Vitrine & vidraça: Crítica de Mídia e Qualidade no Jornalismo**. Covilhã: LabCom Books, 2010.

GILL, Rosalind. Análise de discurso. In: Martin W. Bauer, George Gaskell (editores). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis/RJ: Vozes, 2002.

GOMES, I. M. M. **Telejornalismo de qualidade: pressupostos teórico - metodológicos para análise**. E-Compós, v. 6 (2006). Disponível em: <http://www.compos.org.br/data/biblioteca_517.pdf>. Acesso em 17 de julho de 2020.

HALL, Stuart et al. A produção social das notícias: o *mugging* nos *media*. In TRAQUINA, Nelson (ORG). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Florianópolis: Insular, 2016.

HALLIN, D.C; MANCINI, PAOLO. **Sistemas de Media: Estudo Comparativo – Três Modelos de Comunicação e Política**. Lisboa: LIVROS HORIZONTE, LDA, 2010.

HERMAN, Edward. A diversidade de notícias: marginalizando a oposição. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Florianópolis: Insular, 2016.

MOTTA, L. G. Narrativas jornalísticas e conhecimento de mundo – representação, apresentação ou experimentação da realidade? In PEREIRA, F.; MOURA, D.; ADGHIRNI, Zélia (Orgs). **Jornalismo e Sociedade**. Florianópolis: Insular, 2017, p. 223-246.

PAULINO, F. O. De “Ouvinte” a “Ouvidor”: Responsabilidade Social da Mídia e parâmetros para atuação da Ouvidoria das Rádios da Empresa Brasil de Comunicação (EBC). In:

CHISTOFOLETTI, R. (org.). **Vitrine & vidraça**: Crítica de Mídia e Qualidade no Jornalismo. Covilhã: LabCom Books, 2010.

ROCHA, H, C, L. Verdade e rigor no Jornalismo: A intersubjetividade como referência na construção da notícia. Estudos em Comunicação, V. 01, p. 171-183, **Revista da Universidade da Beira Interior**, Covilhã/Portugal, 2007.

_____; GRADIM, A. Autonomia do jornalista, ética e política editorial: as implicações do enquadramento da notícia. **Estudos em Jornalismo e Mídia**. Vol. 17 Nº 1, Jan-Jun de 2020. ISSN 1984-6924.

MORAES, Fabiana. **Subjetividade**: ferramenta para um jornalismo mais íntegro e integral. Revista Extraprensa, São Paulo. V. 12, n.2, p. 204-219, 2019.

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

TRAQUINA, N. **O poder do jornalismo**: análise e textos da teoria do agendamento. Coimbra: Minerva, 2000.

TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo**: questões, teorias e ‘estórias’. Florianópolis: Insular, 2016.