

---

## A Ideologia Do Profissionalismo Jornalístico Na Televisão Pública<sup>1</sup>

Acsa Roberta Macena da SILVA<sup>2</sup>  
Heitor Costa Lima da ROCHA<sup>3</sup>  
Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE

### RESUMO

O presente artigo discute os aspectos que caracterizam a ideologia do profissionalismo jornalístico 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; SOLOSKI, 2016; 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).

**PALAVRAS-CHAVE:** Profissionalismo jornalístico. Objetividade. Telejornalismo público.

### 1. Objetividade jornalística e lacunas teórico-epistemológicas

De maneira geral, pode-se observar o desafio de aprofundamento do estado da arte nas abordagens teóricas sobre o campo jornalístico, e não só no telejornalismo público, para uma maior compreensão das implicações do conceito de objetividade jornalística para o processo de construção da notícia. A ideia de separar fato e opinião/juízo de valor tem trazido inúmeras consequências sociais e profissionais a partir da imposição de um método jornalístico inspirado de forma metafísica na obscuridade da epistemologia positivista: “O esforço para estabelecer um fato absoluto é simplesmente uma tentativa de alcançar o que é humanamente impossível; tudo o que posso fazer é lhe dar a minha interpretação dos fatos” (SHUDSON, 2010, p. 159).

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Teorias do Jornalismo, XXI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

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

<sup>3</sup> 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.

---

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 do 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: “(...) os jornalistas invocam a sua objetividade quase do mesmo modo que um camponês mediterrâneo põe um colar de alhos à volta do pescoço para afastar os espíritos malignos” (TUCHMAN, 2016, p. 112).

Outros estudiosos como Soloski (2016) avançaram na compreensão teórica trazendo uma visão mais aprofundada ao identificar a existência de uma dualidade na questão da objetividade. Segundo o pesquisador, a objetividade jornalística pode estar relacionada a pelo menos duas facetas: 1) pode ser utilizada pela organização jornalística para controlar o comportamento dos seus profissionais, uma vez que enquanto técnica eminentemente prática, impede que os jornalistas elaborem um juízo de valor explícito sobre os acontecimentos; assim como também 2) pode ser utilizada pelos jornalistas para “frustrar a forte influência da direção nas atividades” (SOLOSKI, 2016, p. 139), a partir da ameaça de incorrer no tabu ético como conclamação da autoridade do público e, conseqüentemente, da possível perda de credibilidade do veículo se for percebida uma continuada intervenção da direção na produção noticiosa:

Um *publisher* que intervenha continuamente na cobertura jornalística correrá o risco de minar o profissionalismo dos seus jornalistas e, se a intervenção resultar numa reportagem tendenciosa, a reputação do jornal será potencialmente afetada. A continuada intervenção na produção jornalística pela direção torna-se um tabu devido ao profissionalismo jornalístico (SOLOSKI, 2016, p. 144).

Ainda sobre a existência deste tabu relacionado ao profissionalismo do jornalismo, Gans (2003) também afirma que, embora quando regido pela lógica comercial, o veículo de comunicação não pode transparecer que defende só os interesses do grande capital: “(...) todas as empresas noticiosas sentem-se na obrigação de demonstrar sua dedicação ao serviço público, especialmente porque tais demonstrações também mantêm sua reputação e posições competitivas, e fornecem-lhes boa vontade adicional” (GANS, 2003, p. 25).

---

O que há de instigante nesse bojo de discussões é o reconhecimento da existência de uma ambiguidade e contradição que evidenciam uma guerra travada no âmbito da ideologia do profissionalismo jornalístico que, pelo seu significado principal atrelado à epistemologia da positivista da presunção da objetividade jornalística como distinção entre fato e opinião (entendendo fato como a interpretação da ideologia dominante hegemônica que, geralmente, consegue desautorizar e excluir todas as demais interpretações e perspectivas almejadas pelos jornalistas e pelo público), não permite manter a noção de uma comunicação imparcial no jornalismo (SOLOSKI, 2016; HACKETT, 2016; CORREIA, 2005). A partir disso, chama a atenção para a necessidade de aprofundar o estado da arte nos estudos da área sobre os embates existentes contra a orientação estruturada da política editorial da organização jornalística e quais são as suas relações com os ditames da “camisa de força” da objetividade.

Na maioria das vezes a organização 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 seus profissionais: “a objetividade é um conjunto de convenções concretas que persistem, porque **reduzem o grau** em que os próprios repórteres podem ser responsabilizados pelas palavras que escrevem” (SCHUDSON, 2010, p. 216, grifo nosso).

Assim como Soloski (2016) reconhece a linha tênue trazida pelas normas profissionais do jornalismo para a qualidade da atividade, em especial a objetividade jornalística, o pesquisador Edward Herman (2010) também observa que tais normas podem ser eficazes na manutenção de uma perspectiva particular e monolítica sobre os acontecimentos, podendo então desfavorecer a manifestação de uma diversidade significativa de vozes na produção noticiosa: “A autocensura, as forças do mercado e **as normas das práticas noticiosas** podem produzir e manter uma perspectiva particular tão eficazmente como uma censura formal do Estado” (HERMAN, 2016, p. 296, grifo nosso).

Nesse sentido, o presente trabalho salienta que existe uma certa tendência teórica de investigações voltadas à análise do controle organizacional exercido especificamente em veículos comerciais (BREED, 2016; SOLOSKI, 2016; GANS, 1979), muito embora tais estudos reconheçam a possibilidade de o jornalista poder abrir brechas dentro da política editorial dessas organizações. Por outro lado, nota-se poucas investigações voltadas 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 do telejornalismo público (GUREVITCH; BLUMER, 2016; HALLIN; MANCINI, 2016).

Sendo assim, diante do dever adquirido pelo telejornalismo 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 televisão pública.

## **2. A ideologia da objetividade e o surgimento do profissionalismo jornalístico**

Os desdobramentos da Primeira Guerra Mundial aprofundaram a efervescente desconfiança do público sobre a atividade do jornalismo e até mesmo nos fatos. Tal falta de crença passou a imperar até mesmo entre os jornalistas: “(...) durante e após a guerra, os jornalistas passaram a considerar qualquer coisa como ilusão, já que, tão evidentemente, tudo era produto de artistas da ilusão conscientes de si” (SHUDSON, 2010, p. 167). Dessa forma, os jornalistas temiam a interpretação do público a respeito de sua atividade como algo que estaria criando ou inventando histórias sobre a realidade social.

Segundo Traquina (2005), a perda de fé nos fatos por parte da comunidade jornalística teve razões que se relacionam a 1) experiência negativa da propaganda na Primeira Guerra Mundial (1914-1918); e 2) o nascimento de uma nova profissão – relações públicas, causando desconfiança sobre seus reais propósitos (TRAQUINA, 2005). Então na tentativa de garantir a credibilidade da profissão jornalística 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), o que buscava fortalecer o reconhecimento do público acerca da relevância social dos jornalistas, “como sendo os únicos capazes de fornecer os serviços profissionais” (SOLOSKI, 2016, p. 136).

Assim como 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 na pesquisa de Hallin e Mancini (2010). Os autores apontaram a forte influência dos EUA como potência mundial tanto na política quanto na cultura e economia (imperialismo cultural), o que obrigou a imitação de um padrão jornalístico respaldado na difusão da formação acadêmica de concepção liberal de liberdade de imprensa e a ideia de profissionalismo neutro (teoria do espelho):

Isto estava muitas vezes ligado ao desenvolvimento de uma imprensa comercial, cujo objetivo era mais fazer dinheiro do que servir uma causa política, e que era financiada mais pela publicidade do que por subsídios dos agentes políticos. Também estava muitas vezes ligado ao desenvolvimento do **profissionalismo** jornalístico (HALLIN, MANCINI, p. 40).

Por outro lado, Schudson (2010, p. 16) relata que antes dos anos de 1830, “esperava-se que os jornais norte-americanos apresentassem um ponto de vista partidário, em vez de uma posição neutra”. Mas com o enfraquecimento da crença no mercado, a objetividade no jornalismo passou a ser proposta como antídoto para a parcialidade, quando na verdade seria “a mais insidiosa das parcialidades”, pois, “a reportagem ‘objetiva’ reproduzia uma visão da realidade social que se recusava a examinar as estruturas básicas do poder e do privilégio” (SCHUDSON, 2010, p. 188). Ainda segundo observa o pesquisador, a objetividade jornalística não era apenas incompleta, mas também distorcida, pois “representava uma convivência com instituições cuja legitimidade era contestada” (SCHUDSON, 2010, p. 188).

As consequências da imposição desse padrão jornalístico comercial são explicadas por Hallin e Mancini (2010) como resultantes de uma tendência de jornalismo insuficiente 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” (HALLIN; MANCINI, 2010, p. 260). Sendo 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 (HALLIN; MANCINI, 2010), assim como b) reduzir o envolvimento da sociedade nos processos políticos, uma vez que a objetividade revelava o objetivo de camuflar as relações de poder e os privilégios (SCHUDSON, 2010).

### **3. Fenomenologia social e objetividade: em busca da intencionalidade da notícia**

A fenomenologia social do sociólogo e filósofo australiano Alfred Schutz fornece importantes fundamentos para uma compreensão epistemológica sobre a insuficiência da objetividade jornalística. Segundo Correia (2005), a partir de uma leitura da teoria da comunicação de Schutz, a objetividade acerca dos acontecimentos do mundo da vida é construída, isto é, fundada através da comunicação de significados intersubjetivamente partilhados. Em outras palavras, a própria objetividade é resultante de uma construção intersubjetiva que só se manifesta a partir da transformação pela linguagem:

A linguagem e a comunicação desempenham um papel fundamental na construção da realidade social. Esta só existe na medida em que a comunicação permite que exista um mecanismo de relação (de interação) entre os indivíduos” (CORREIA, 2005, p.124).

Sendo assim, é a comunicação que “assegura a estruturação de contextos de significados objetivos que são tidos por independentes da experiência subjetiva dos agentes sociais” (CORREIA, 2005, p.106). Nesse sentido, Schutz 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 em suas pretensões e ações:

(...) 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 discussões que Correia (2005) defende uma teoria da notícia que reconhece 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” (CORREIA, 2005, p.137). 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) 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).

#### **4. A construção do profissionalismo no jornalismo da 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 um comprometimento 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 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).

A partir dos traumas trazidos pelos regimes totalitários depois da Segunda Guerra Mundial para o campo da comunicação, o clima de incertezas sobre a função do jornalismo em alguns países europeus não permitiu a presença de forças comerciais e governamentais na mídia eletrônica. Diferente do que ocorreu na América, que permitiu a intensificação da atividade comercial da mídia, 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 adquiriu neste momento, cuja caracterização da atividade aponta para a diferenciação do modelo pretensamente neutro e imparcial desenvolvido pela lógica do jornalismo comercial norte-americano. Sendo assim, na contramão da noção de objetividade, o jornalismo da televisão pública assumiu a responsabilidade de se posicionar e catalisar a diversidade de vozes presentes na sociedade:

Os sistemas públicos de rádio e TV, em especial, puseram sempre em evidência o objectivo de dar voz aos grupos sociais e aos padrões culturais que definem a identidade nacional, “sustentando e renovando o capital e o cimento culturais característicos da sociedade (BLUMLER, 1992; AVERY, 1993; TRACEY, 1998 apud HALLIN, MANCINI, 2010, p. 284).

Sendo assim, 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.

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). Já a partir do estudo de Hallin e Mancini (2016), é possível identificar as diferenças presentes na produção noticiosa da televisão pública italiana (propriedade do Estado, financiada pelo público) e da privada estadunidense (operada com fins lucrativos pelas corporações comerciais).

Os autores observaram que o telejornalismo público italiano interpretava os assuntos políticos a partir da presença demarcada de comentários realizados pelos jornalistas e, sobretudo, foi capaz de fortalecer a esfera pública através do engajamento trazido na participação de representantes de organizações sociais e dos movimentos políticos, tais como partidos, sindicatos e associações industriais. Sendo assim, os teóricos argumentam que o noticiário público italiano buscou a) centralizar a audiência como participante do processo político e b) apresentar uma diversidade de interpretações alternativas dos acontecimentos, pois não oferecia uma interpretação monolítica, mas enviava “o espectador noutra direção: fornece uma revista, uma lista de interpretações oferecidas pelos atores políticos fora do jornalismo” (HALLIN; MANCINI, 2016, p. 421).

Já no noticiário televisivo comercial norte-americano, foi constatado um distanciamento do jornalista em relação à interpretação dos assuntos que afetavam o público, como também um abandono do seu papel de expressão da opinião pública. Para Hallin e Manici (2016, p. 426), essa postura se deu pelo desenvolvimento dos jornais enquanto atividade voltada “para o divertimento como mais ligados ao ideal de um jornalismo profissional politicamente neutro e objetivo”.

Dessa maneira, expostas as deficiências do modelo de jornalismo objetivista, ainda é importante situar que, embora o telejornalismo em si seja formado por um discurso visual que impõe uma impressão realista, que, conforme observa Hackett (2016, p. 179), “procura transmitir uma sensação de imediatismo, uma sensação de que ‘você está ali’ vendo os acontecimentos narrados a desenrolarem-se perante os seus próprios

olhos”, existe um trabalho ideológico através da imposição das regras de imparcialidade, equilíbrio e isenção que busca se camuflar através da defesa da separação entre fatos e opiniões (SCHUDSON, 2010).

Além disso, tal dissimulação do processo de construção da notícia apresentada enquanto “correia de transmissão neutra” pode ser capaz de esconder “um sistema de ideias, valores e proposições que é característico de uma classe social específica, e/ou expressa os interesses políticos e econômicos dessa classe” (HACKETT, 2016, p. 171). 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).

Além disso, pode-se reconhecer o quanto tal modelo da ideologia profissional do jornalismo dominado pela epistemologia positivista da objetividade é insuficiente para o fortalecimento da compreensão crítica do cidadão acerca dos acontecimentos do mundo da vida. Schudson (2010) registra que a efervescente complexidade do mundo passou a exigir do jornalismo mais aprofundamento e mais interpretação sobre os acontecimentos. Sendo assim, se tornou importante “dar consistência” à notícia: “(...) os Estados Unidos estiveram despreparados para compreender a I Guerra Mundial, porque as agências de notícias e os jornais haviam relatado apenas o que acontecia, não **uma interpretação do porquê de isso estar acontecendo**” (SCHUDSON, 2010, p. 173, grifo nosso).

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:

A inclusão de mais opiniões entre os espectros ideológicos e outros forneceria ao público ideias que, de outra forma, eles não poderiam encontrar. Ampliar o leque e o número de opiniões é, em última análise, tão importante por ser a única maneira de a mídia de notícias alcançar o equilíbrio de que precisa para ser percebida como livre de preconceitos (GANS, 2003, p. 102).

Além disso, Gans (2003) argumenta 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:

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) 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” (GANS, 2003, p. 102), completamente coerente com os princípios da proposta de jornalismo da TV pública, que “deveriam ter como premissa e/ou promessa promover uma melhor compreensão da realidade, tornando mais próximo e efetivo, seu entendimento e apropriação pelos telespectadores” (COUTINHO, 2013, p. 29).

Por isso, se reconhece a necessidade de o telejornalismo público ser capaz de ir além do telejornalismo comercial e diversificar as interpretações sobre as problemáticas do mundo da vida: “a ideia de uma agenda do cidadão seria uma quase revolução copernicana, implicando uma deslocação do ponto de vista da notícia enquanto produto e enquanto consumível para uma visão centrada no cidadão” (CORREIA, 2005, p.138). 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) Não é uma crença compartilhada nem pelos jornalistas da mídia 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.

(...) 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). Assim, a mesma percepção sobre o consentimento dos jornalistas com a imposição das normas profissionais e a política editorial das organizações é observado por Soloski (2016):

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 (SOLOSKI, 2016, p. 144).

Por outro lado, 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.

#### **b) Impossibilita a execução de um 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, grifo nosso), 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) Reduz A Autonomia Jornalística Dos Profissionais.**

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.

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

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.