



Na Superfície da Neutralidade: uma análise das representações sociais dos repórteres do Diário do Pará e de O Liberal sobre o conceito de neutralidade jornalística¹

Bianca LEÃO²

Netília Silva dos Anjos SEIXAS³

Universidade Federal do Pará, PA

Resumo

Falar sobre neutralidade jornalística é adentrar em um campo controverso e cheio de armadilhas. O termo divide opiniões de teóricos e profissionais e delinea uma discussão sempre presente, dos primórdios das Teorias do Jornalismo à rotina contemporânea das redações de jornal. Longe de apresentar uma visão completa do conceito, este trabalho busca fazer um levantamento de alguns trajetos que o termo atravessou no campo das pesquisas em Comunicação. A proposta é fazer uma retrospectiva sucinta da história dos jornais impressos, ressaltando os momentos em que a discussão sobre a questão da neutralidade veio à tona, ainda que de forma indireta. Será feita uma breve apresentação da fundação dos primeiros jornais brasileiros, paraenses e das origens dos jornais Diário do Pará e O Liberal, além de uma discussão sobre como os jornalistas das duas redações paraenses veem seu fazer jornalístico quanto a neutralidade.

Palavras-chave

Neutralidade; Representação Social; Jornalismo Impresso; Diário do Pará; O Liberal.

1. As origens do conceito de neutralidade

1.1 As raízes da ideia de neutralidade

Conforme Thompson (2001), as primeiras formas de papel e de impressão surgiram na China onde, desde o século III d. C, o papel era utilizado com diversas finalidades, dentre elas, servir de base para a escrita. Na Europa, porém, foi apenas a partir do século XVIII que ele passou a ser produzido de forma significativa. Em 1440,

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte realizado de 01 a 03 de maio de 2014.

² Recém graduada no Curso de Jornalismo da UFPA, email: biancacleao@gmail.com.

³ Orientadora do trabalho, professora da Faculdade de Comunicação e do Programa de Pós-Graduação, Comunicação, Cultura e Amazônia da UFPA.



Johann Gutenberg inicia suas primeiras experiências com a impressão, que culminou na utilização de tipos alfabéticos, em detrimento dos ideográficos chineses, e na invenção da máquina impressora. E foi a partir da expansão das técnicas de impressão pelos centros urbanos da Europa que as indústrias da mídia despontaram como novas bases de poder simbólico (THOMPSON, 2011, p. 83-85).

Embora as primeiras publicações periódicas tenham surgido na Europa na segunda metade do século XVI, é atribuído ao século XVII o debute dos jornais modernos, uma vez que foi nessa época que os primeiros periódicos regulares de notícias consideradas confiáveis surgiram. O período entre 1641 e 1660, na Inglaterra, foi considerado um marco na história da imprensa, já que pela primeira vez as publicações periódicas exerceram alguma influência nos negócios do Estado ao apresentar um fluxo contínuo de informações sobre os fatos correntes e mostrar diversos pontos de vista, muitas vezes conflitantes, sobre matérias de interesse público (THOMPSON, 2011, p. 99-101).

As origens do conceito de neutralidade jornalística se confundem com as do conceito de objetividade e imparcialidade jornalísticas. Isso porque quando o Jornalismo adquiriu autonomia social, no século XVIII, com a Revolução Burguesa ou Revolução Liberal, o Jornalismo na Europa assume duas vertentes: a *opinativa* – predominante na França – e a *objetiva* – majoritária na Inglaterra. De acordo com a vertente objetiva, a informação – entendida como um relato de ocorrências – deve ter um caráter de *neutralidade e imparcialidade*. As inclinações do repórter não deveriam, portanto, influenciar na captação e na narração dos fatos (MELO, 1986, p. 95).

A questão da objetividade nasce, portanto, com o próprio Jornalismo. Reproduzir o real, através da lente de aumento da imprensa, significa ser *fiel* aos acontecimentos, permitir que eles ganhem repercussão pública exatamente como ocorreram. Isso não exclui a possibilidade de o jornalista expressar seus próprios *pontos de vista* (julgamento, valoração) sobre os fatos, em espaço apropriado no jornal (MELO, 1986, p. 95-6, grifo do autor).

É, possivelmente, nesse contexto que a ideia abstrata do conceito de neutralidade jornalística começa a assumir consistência de realidade por meio do processo de objetivação. De acordo com Moscovici (2012, 71), “transformar a palavra que substitui a coisa na coisa que substitui a palavra” é um dos processos mais misteriosos do pensamento humano. Neste sentido, esta pesquisa não tem a pretensão de desvendar o



processo de objetivação do conceito de neutralidade jornalística ao longo de cada momento histórico. Conforme assinalado anteriormente, as representações sociais não são imagens estáticas de objetos, mas têm um gradual movimento graças ao seu caráter sócio-genético, ou seja, pelo fato de serem socialmente elaboradas e coletivamente compartilhadas (WAGNER, 1998, p.9-11). A proposta deste capítulo é mostrar que a discussão sobre o conceito de neutralidade sofreu variações no decorrer do tempo.

Uma das principais respostas apresentadas pelas fontes desta pesquisa na entrevista semiestruturada foi a associação do conceito da neutralidade aos conceitos de mito, sonho ou utopia. A associação entre neutralidade e mito, de acordo com Melo (1986, p. 96), começa a ser feita de forma recorrente na medida em que os jornais impressos se distanciam daqueles primeiros produtos jornalísticos britânicos do século XVIII. Isso porque, inicialmente, a atividade jornalística não desempenhava um papel econômico tão marcante e a quantidade de veículos com diferentes motivações institucionais era maior. Com a produção de jornais em escala industrial, os grandes veículos de comunicação passaram a atuar de forma monopolista (MELO, 1986, p. 96).

Por sua vez, a objetividade se converteu em sinônimo de *verdade absoluta*. E é vendida como ingrediente para camuflar a tendenciosidade que existe na prática cotidiana dos veículos de comunicação. Daí a perplexidade dos estudiosos e dos profissionais da área ao assumirem uma postura que rotula a objetividade como mito, distanciando-a do trabalho convencional das empresas jornalísticas (MELO, 1986, p. 96, grifo do autor).

Ao longo dos séculos XIX e XX, as indústrias da mídia sofreram transformações consideráveis. Dentre as tendências centrais do desenvolvimento das indústrias da mídia no decorrer desses dois séculos estão:

- (1) a transformação das instituições da mídia em interesses comerciais de grande escala;
- (2) a globalização da comunicação; e
- (3) o desenvolvimento das formas de comunicação eletronicamente mediadas (THOMPSON, 2011, p. 110-1).

Nas primeiras décadas do século XIX, segundo Thompson (2011), a escala de comercialização de produtos da mídia aumentou graças às inovações técnicas, às mudanças da base de financiamento das indústrias da mídia e seus métodos de valorização econômica. O crescimento da população urbana e a redução das taxas de



analfabetismo também favoreceram a expansão desse mercado. O público alvo dos jornais igualmente mudou. Enquanto nos séculos XVII e XVIII eles eram destinados a uma minoria “mais afluyente e mais instruída”, nos dois séculos seguintes a proposta dos jornais era conquistar o maior número possível de leitores por meio de textos mais leves e atraentes. A tecnologia e a abolição dos impostos contribuíram para a redução dos preços e maior popularização dos jornais. Cresce o espaço da propaganda comercial e os jornais se tornam um importante instrumento para a venda de bens e serviços. A quantidade e o perfil de seus leitores passaram a determinar a capacidade de conquistar receita por meio de anúncios (THOMPSON, 2011, p. 111).

Os jornais – e até certo ponto outros setores da imprensa – tornaram-se grandes empreendimentos comerciais que exigem relativamente grandes quantidades de capital inicial e de sustentação em face à intensa e sempre crescente competição. O tradicional editor-proprietário que tinha um ou dois jornais de interesses familiares gradualmente cedeu a vez para o desenvolvimento de organizações multimídia e multinacionais de grande porte (THOMPSON, 2011, p. 111-2).

A indústria jornalística, conforme Thompson (2011), acompanhou à tendência capitalista de concentração de recursos e grandes grupos de mídia passaram a controlar porções do mercado cada vez maiores. Para não sucumbir aos grandes oligopólios, as organizações de mídia menores foram obrigadas a adotar estratégias, como a formação de fusões. A partir do século XIX, com as descobertas relativas ao uso da energia elétrica na comunicação, o fluxo internacional de informações e de comunicação tornou-se mais extenso e organizado. É o início do processo de globalização. Em 1840, surgem os primeiros sistemas teleféricos; o rádio, em 1920; e a televisão, vinte anos depois (THOMPSON, 2011, p. 112-3).

O desenvolvimento e a exploração destas várias tecnologias se interligaram de formas complexas com o poder econômico, político e coercitivo. Interesses comerciais, políticos e militares tiveram um papel vital na expansão das redes a cabo durante a segunda metade do século XIX [...] (THOMPSON, 2011, p. 114).

Foi nesse contexto de globalização que a questão da objetividade atingiu o seu ápice, sobretudo nas primeiras décadas do século XX nos Estados Unidos. As tiragens em larga escala contribuíram para o processo de transformação de um produto, que antes assumia o papel de um serviço público, em um negócio altamente lucrativo. O



resultado desse processo passou a ser a produção “da notícia pela notícia” (MELO, 1986, p. 99).

Impôs-se o *sensacionalismo* como diretriz norteadora do funcionamento dos grandes jornais, que competiam entre si na conquista de leitores. Os princípios éticos mais elementares, prescrevendo a conduta dos cidadãos numa sociedade puritana como a norte-americana, foram deixados de lado. Ocorreu então que, do ponto de vista jornalístico, a *fidedignidade* dos fatos deixou de ser o referencial para a difusão das notícias. Acontecimentos passaram a ser forjados ou artificialmente gerados, para criar reportagens sensacionais. A mentira, a deturpação, a calúnia, a ofensa aos cidadãos campeavam sem obstáculos naquela batalha pela hegemonia jornalística (MELO, 1986, p. 99, grifos do autor).

Esse modelo sensacionalista foi combatido pelas instituições comunitárias e associativas, o que resultou na criação de códigos de ética para jornalistas e expansão das escolas de jornalismo (MELO, 1986, p. 99). No Brasil, as escolas de jornalismo surgiram na década de 1940. Porém, a legitimação dessas escolas veio apenas na década de 1960 como uma resposta à demanda de recursos humanos advinda da recente indústria cultural brasileira. Em 1966, a Universidade de São Paulo cria a Escola de Comunicações Culturais e, no ano seguinte, o Curso de Jornalismo (MELO, 2004, p. 317).

A partir da profissionalização do exercício do jornalismo, a objetividade passou a ser vista como um “dever ser”. Para além de um “compromisso ético”, a objetividade se tornou uma “doutrina”, um “receituário para a ação”. Não só as organizações cívicas, mas os próprios leitores passaram a cobrar novas atitudes dos veículos de imprensa. Esse momento coincide com a industrialização dos processos de produção jornalística, que exigiu a racionalização das atividades de cobertura e emissão noticiosa. “É nesse contexto que a proposta da observância da objetividade jornalística vê-se absorvida pelos manuais de redação, convertendo-se em certo sentido *norma de estilo*” (MELO, 1986, p. 99-100). O culto à objetividade, apregoado pelos primeiros manuais de redação, traduziu-se em uma perda de autonomia dos profissionais para aferir a realidade:

Assim sendo, a *objetividade* torna-se instrumento eficaz para privilegiar a *subjetividade* (interesses, opiniões, ideologias) dos proprietários das instituições jornalísticas. É compreensível, portanto, que a resistência à objetividade localize-se hoje no seio da corporação



profissional, que quer recuperar seu espaço de atuação criativa e independente (MELO, 1986, p. 101, grifos do autor).

Embora publicado em 1986, o texto de José Marques de Melo permanece atual. Nos manuais de redação mais recentes, ainda é possível observar resquícios desse culto à objetividade, descrito pelo autor na década de 1980.

O jornalista deve ser incondicionalmente isento em seus textos. Como regra, cabe ao repórter ser sempre fiel aos acontecimentos, relatando ao chefe de imediato o que aconteceu na apuração da informação. Dessa maneira, devem, juntos, como equipe, pensar o que é viável e o que é inviável de ser contado no Diário. Alguns fatos são imprescindíveis, outros podem ser dispensados, sob essa ótica (GOMES, 2008, p. 13).

Seja claro, preciso, direto, objetivo e conciso. Use frases curtas e evite intercalações excessivas ou ordens inversas desnecessárias. Não é justo exigir do leitor que faça complicados exercícios mentais para compreender o texto (MARTINS FILHO, 1997, p. 15).

Faça textos imparciais e objetivos. Não exponha opiniões, mas fatos, para que o leitor tire deles as suas próprias conclusões (MARTINS FILHO, 1997, p. 17).

Contudo, há exceções. “O Manual da Folha de S. Paulo” de 1987, por exemplo, já apresentava a objetividade como algo impossível:

Não existe objetividade em jornalismo. Ao redigir um texto e editá-lo, o jornalista toma uma série de decisões que são em larga medida subjetivas, influenciadas por suas posições pessoais, hábitos e emoções (O MANUAL DA FOLHA DE S. PAULO, 1987, p. 34).

O ponto de vista do Manual da Folha é acompanhado por alguns teóricos do Jornalismo e da Comunicação. No final do século XX, Ciro Marcondes Filho é categórico ao afirmar:

O jornalismo não é nem neutro nem objetivo. Essas categorias fazem parte de uma mitologia que foi desenvolvida no Iluminismo, de acreditar que os fatos pudessem ser apresentados de forma mais ou menos livre das intervenções e dos interesses humanos. Como em qualquer outra atividade humana, a produção jornalística sofre o filtro e a regulação de agentes pelos quais passa (MARCONDES FILHO, 1993, p. 130).

Todavia, o autor reconhece que há diferentes graus de objetividade e que esse grau é definido por uma espécie de consenso do meio social onde a notícia circula. Isso



significa que os critérios mudam de acordo com o grupo social que tem o domínio do mercado de opiniões (MARCONDES FILHO, 1993, p. 130-1).

Ao reduzir a questão da objetividade a um mito e sugerir o aumento da participação dos jornalistas na apreensão e produção do real, no entanto, corre-se o risco de perenizar a distorção atual (MELO, 1986, p. 101).

Certamente a grande motivação profissional do jornalista é o direito de emitir também seu ponto de vista sobre os acontecimentos que presencia ou analisa, deixando de ser mero figurante no cenário da atualidade e assumindo-se como protagonista. Mas a luta exclusiva pelo *direito de opinião* do jornalista, sob a argumentação de que este é um privilégio desfrutado hegemonicamente pelos seus patrões, pode conduzir a um tipo de radicalismo exclusivista, garantindo a possibilidade de expressão para os agentes da emissão jornalística (MELO, 1986, p. 104-5, grifos do autor).

Neste cenário de luta pelo *direito de opinião*, é necessário voltar os olhos em direção do principal interessado na notícia: o cidadão. Para que exerça sua cidadania de maneira plena, é fundamental que o indivíduo tenha acesso à informação. Pode-se inferir que, para que se discuta sobre temas de relevância social, é primordial que o cidadão esteja informado acerca desses temas.

A discussão da questão da objetividade, hoje, passa necessariamente pela compreensão do direito à informação. Mais ainda: pela sua defesa como prerrogativa democrática. E a informação entrelaça as duas vertentes do relato jornalístico: a descrição dos fatos (informação objetiva: veraz, comprovável, confiável) e a sua interpretação (informação opinativa: analítica, valorática, orientadora) (MELO, 1986, p. 105).

Nesse sentido, o debate sobre a objetividade perpassa, igualmente, pela questão da ética profissional. O jornalista é o agente social responsável pela observação da realidade. É o mediador entre os fatos de interesse público e a população.

Por isso, resgatar a objetividade jornalística, depurando-a das distorções tecnicistas (síntese atomizada dos acontecimentos) ou ideologizantes (neutralidade, imparcialidade, apoliticismo), significa buscar novos padrões de expressão jornalística, possibilitando a difusão de diferentes *versões* dos fatos *honestamente* constituídas. Todo acontecimento envolve múltiplas variáveis, distintas motivações: é necessário desvendá-lo completamente, mostrando aos cidadãos sua fisionomia integral (MELO, 1986, p. 105, grifos do autor).



De acordo com Melo (1986), para que se noticie objetivamente, há que se observar três valores da mediação jornalística: veracidade, clareza e credibilidade.

Não se pretende que a narração objetiva exclua o testemunho do próprio jornalista, que muitas vezes diverge ou conflita com suas fontes. Mas se exige que o jornalista exponha o que apurou pessoalmente, como e onde, e o que relataram os personagens envolvidos nas ocorrências ou que as observaram circunstancialmente (MELO, 1986, p. 106).

Sob essa perspectiva, destaca-se o papel do cidadão como árbitro da objetividade jornalística. Ainda que objetiva, a visão de um fato sempre refletirá o referencial próprio de cada jornalista ou da instituição a qual ele está veiculado. Todavia, o importante é que o leitor tenha consciência da ótica de observação utilizada, bem como tenha acesso a outras fontes, com outras perspectivas. A partir do acesso a diferentes relatos, ele é capaz de avaliar e privilegiar os produtos jornalísticos sérios, de maior qualidade (1986, p. 105-7).

Desta maneira, a objetividade deixa de ser dogma e se torna utopia. E como tal pode servir como dínamo das sociedades democráticas, tornando-as transparentes, visíveis nas suas contradições, abertas à intervenção da cidadania (MELO, 1986, p. 107).

Contudo, o que se observou entre os profissionais por meio das entrevistas desta pesquisa foi uma grande confusão entre os conceitos de objetividade, neutralidade, imparcialidade e isenção. A partir dos dados obtidos na entrevista semiestruturada, observou-se que a neutralidade ainda é vista, muitas vezes, como um ideal a ser seguido:

[Autora deste trabalho]: -O que é a neutralidade jornalística?

Eu acho que neutralidade jornalística é um pouco um mito. A gente fala muito que o jornalista tem que ser neutro, tem que ser imparcial. Mas na elaboração de uma matéria eu acho muito difícil a gente não se envolver com o que tá acontecendo, com um drama, com uma tragédia. Mas eu também tenho em mente que as pessoas quando estão lendo o jornal não querem saber a minha opinião. Então, muitas vezes, eu procuro externar aquilo que eu tô sentindo ouvindo pessoas que talvez, naquele momento, comunguem das mesmas ideias. Pessoas que falam aquilo que eu gostaria de falar no jornal. Eu acho que a gente tem que tentar, sim, mostrar todos os lados de uma notícia. Mas é muito difícil a gente não se envolver porque a gente é ser humano então existem pessoas com que a gente tem um laço de amizade

maior. Por exemplo, quando eu vou fazer uma reportagem, dependendo do tema, eu já sei mais ou menos quem eu devo procurar. Eu não estou sendo tendencioso. Mas eu acho que certas pessoas vão poder falar melhor sobre aquele assunto do que outras. Então eu acho muito difícil a gente ser neutro. É difícil embora a gente tenha sempre que procurar isso. Tentar ser neutro o máximo possível. E não deixar que as nossas emoções pessoais transbordem tanto na matéria. O que, aliás, é uma tarefa muito difícil. Em algum momento a gente vai se emocionar e isso vai transparecer no nosso trabalho (Informação verbal. Entrevistado nº 1)⁴.

Na minha opinião, a neutralidade ela é utópica. Agora... eu me esforço pra ser. Mas, como eu disse, né, tem uma série de vetores, né, que influenciam. Então esse jogo de interesses tem vários ângulos, tem vários segmentos, que estão se conflitando, né, cotidianamente. Então o jornalista quando ele vai escrever, ele tem algumas preocupações. Ele tem que contar história, tem que ser crítico, ele tem que se preocupar se ele não vai arrumar problema pra ele. E... se a matéria vai ser publicada, no caso, ou modificada pelo editor. Porque às vezes é pior a emenda do que o soneto, né? Quando o editor faz uma... normalmente essas adequações, né, essas mudanças no texto são feitas pelos editores. E aí muitas vezes fica pior, né, você mesma fazendo porque acaba saindo distorcida alguma informação. Então eu acredito que a neutralidade ela não é uma utopia somente. Eu acredito que o profissional tem o dever de perseguir isso, sabe? Se ele se depara com uma notícia importante, que é de interesse público, e ele sabe que o jornal dele não vai publicar, ou vai manipular, vai publicar uma outra versão, o dever dele é buscar o outro canal, no caso, pra divulgar aquela informação. Passar a notícia pro colega, botar num blog e ecoar (Informação verbal. Entrevistado nº 7)⁵.

Não é tu que vai [sic] responder isso? [Risos] Sacanagem. É...Eu acho que é o fato de... Eu acho, não. É o fato da gente precisar se manter neutro quando vai escrever, quando vai... até quando vai entrevistar, quando vai... enfim, no nosso dia a dia é tentar manter aquela imparcialidade que a gente tanto fala (Informação verbal. Entrevistado nº 13)⁶.

Conforme é possível observar nas entrevistas, as definições para o conceito de neutralidade jornalística apresentadas pelos jornalistas pesquisados estão constantemente relacionados à práxis desses profissionais. O debate contemporâneo sobre relação entre a neutralidade e a técnica tem suas origens, sobretudo, a partir de 1945, segundo Marcondes Filho (2002). De acordo com o autor (2002, p. 108), enquanto em um primeiro nível do debate os “neutralistas” defendiam que a técnica era neutra e que os homens eram os responsáveis pela destinação que se daria a ela, os “não-neutralistas” afirmavam, em um primeiro momento, que a técnica não é neutra e

⁴ Entrevista gravada concedida pelo entrevistado nº 1 no dia 21 de janeiro de 2013.

⁵ Entrevista gravada concedida pelo entrevistado nº 7 no dia 21 de janeiro de 2013.

⁶ Entrevista gravada concedida pelo entrevistado nº 13 no dia 10 de janeiro de 2013.



pode provocar mudanças no comportamento humano. Nesta pesquisa, contudo, o debate não será aprofundado, uma vez que a proposta é apresentar as representações do conceito na contemporaneidade e não em suas origens.

Para além do debate entre “neutralistas” e “não-neutralistas”, que hoje não se apresenta tão acalorado quanto em suas origens, a comunicação hoje é marcada por outros processos iniciados nos dois últimos séculos passados. Conforme Thompson (2011), um desses processos é a intensificação das ações predatórias dos grandes conglomerados, que têm frouxos enfrentamentos governamentais. Intensificou-se ainda o processo de globalização. As novidades para este século são as novas formas de informação, “baseadas em sistemas de codificações digitais e a gradual convergência da tecnologia de informação e comunicação para um sistema digital comum de transmissão, processamento e armazenamento” (THOMPSON, 2011, p.115).

Estes desenvolvimentos estão criando um novo cenário técnico em que a informação e o conteúdo simbólico podem se converter rapidamente e com relativa facilidade em diferentes formas. Eles oferecem muito maior flexibilidade, tanto no manuseio da informação quanto na sua transmissão (THOMPSON, 2011, p. 115).

Diferente da neutralidade que é considerado por diversos autores – como Ciro Marcondes Filho – um debate vencido, a questão da objetividade continua a ser atual e fundamental para o exercício da cidadania no século XXI. Se na década de 1980 a objetividade era um desafio para a atividade jornalística, já que “[...] não depende apenas do comportamento político do jornalista, mas repousa inclusive na sua habilidade instrumental. Ver e ouvir, avaliar e comparar, descrever e explicar, precisar e comprovar” (MELO, 1986, p. 106), no século XXI o desafio permanece igual. Mesmo com o advento da internet, o exercício do Jornalismo continua a ser o mesmo descrito por Melo (1986: “ver e ouvir, avaliar e comparar, descrever e explicar, precisar e comprovar”).

1.2. Breve retrospecto das origens dos jornais brasileiros, paraenses, do Diário do Pará e de O Liberal

O primeiro jornal brasileiro, o *Correio Braziliense*, era escrito em Londres e distribuído no Brasil clandestinamente. Fundado em junho de 1808 por Hipólito José da Costa, o periódico tinha o objetivo de driblar a censura brasileira e suscitar uma



discussão política. Outros produtos jornalísticos, como o *Diário do Rio de Janeiro* e o *Revérbero Constitucional Fluminense*, surgiram apenas na década de 1820, após o fim da censura. Na época do Segundo Reinado – entre 1840 e 1889 – os periódicos assumiram características mais literárias e mundanas. Nas folhas de impressos como *Jornal do Commercio*, *Gazeta de Notícias* e *O Estado de S. Paulo*, figuravam a assinatura de grandes nomes da Literatura, como José de Alencar e Machado de Assis (TRAVANCAS, 1993, p. 18-9).

Com a virada do século [XIX para XX], a imprensa descobre a publicidade e passa a ter uma perspectiva empresarial até então inexistente. As páginas do jornal não se destinam apenas à política e à literatura, mas abrem espaço agora para as entrevistas e reportagens ao estilo europeu e americano, o noticiário esportivo, a crônica. Além dessas inovações, a fotografia e as cores passaram a ser utilizadas pela primeira vez (TRAVANCAS, 1993, p. 18-9).

Ainda no início do século XIX, o Pará passa a contar com seu primeiro exemplar de jornal. *O Paraense* foi criado por Filipe Patroni em 1822. Contudo, o periódico foi considerado subversivo, uma vez que entre as principais motivações de seu fundador estava a difusão das ideias iluministas e trazer para Belém as conquistas da Revolução Constitucionalista de Portugal, de 1820. Em decorrência do caráter “inconstitucional” de *O Paraense*, Filipe Patroni foi preso e deportado para Lisboa. O periódico ficou sob a direção do cônego Batista Campos, porém, em fevereiro de 1823, a tipografia do jornal foi censurada por militares e teve de sair de circulação (COELHO, 1989, p. 39-64).

Os dois jornais sobre os quais focamos os estudos deste trabalho surgiram apenas no século XX. Embora com quase 40 anos de diferença de um para o outro, a inauguração dos jornais *O Liberal* e *Diário do Pará* tiveram algo em comum com o *Correio Braziliense* e *O Paraense*: foram criados para defender ideais políticos. O jornal *O Liberal* foi fundado em 15 de novembro de 1946 por um grupo composto por Magalhães Barata – na época, líder do Partido Social Democrático (PSD) –, Luís Geolás de Moura Carvalho, Lameira Bittencourt, dentre outros integrantes (BIBLIOTECA PÚBLICA DO PARÁ, 1985). A finalidade era fazer um embate às críticas à Manuel Barata feitas pelo jornal *Folha do Norte*, [do jornalista Paulo Maranhão]. *O Liberal* sofreu uma mudança significativa em sua linha editorial quando foi adquirido por Ocyr



Proença, em 1965, e passou a apoiar Alacid Nunes (BIBLIOTECA PÚBLICA DO PARÁ, 1985, p. 271-3). Nunes fazia oposição ao candidato escolhido pelo PSD, o general Zacarias de Assumpção (PETIT; CUÉLLAR, 2012). No ano seguinte, o jornal foi comprado por Romulo Maiorana e passou a ter uma linha editorial mais independente (BIBLIOTECA PÚBLICA DO PARÁ, 1985, p. 273).

Já o *Diário do Pará* surgiu em 22 de agosto de 1982, com o objetivo de apoiar a candidatura de Jader Barbalho ao governo do Estado do Pará (PINTO, 2007). À época de sua fundação, o jornal – cujo subtítulo era “Um Jornal da Planície” – estava sob a superintendência de Laércio Barbalho (BIBLIOTECA PÚBLICA DO PARÁ, 1985, p. 291). No livro *Um Jornal de Campanha*, o jornalista Expedito Leal apresenta algumas de suas memórias sobre a fundação do *Diário do Pará*. De acordo com o autor (2007), a ideia de fundar um jornal já vinha desde o final dos anos 70, quando Jader exercia seu segundo mandato de deputado federal. O livro, todavia, não se aprofunda sobre temas polêmicos, como quem financiou a criação do *Diário*. Leal apenas sugere que os recursos podem ter vindo do ex-governador de São Paulo, Orestes Quércia, que era senador do Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB) e almejava ao cargo de governador do estado de São Paulo (LEAL, 2007,8-15).

Atualmente, não há uma publicação ou um Manual da Redação do *Diário do Pará* ou de *O Liberal* em que fiquem claras as políticas editoriais desses dois veículos. Sabe-se, contudo, que o *Diário do Pará* pertence ao Grupo Rede Brasil Amazônia (RBA) e está a serviço da família Barbalho, que agora investe na eleição de Helder Barbalho Filho para o governo do Estado do Pará. O Grupo RBA é composto pelo jornal *Diário do Pará*, pelo portal Diário Online (DOL), pela TV RBA e pela Rádio Clube. Na oposição, encontram-se as Organizações Romulo Maiorana (ORM), lideradas pela família Maiorana. Sob a liderança do jornalista Romulo Maiorana Júnior, as ORM atualmente contam com os jornais *O Liberal* e *Amazônia*, a TV Liberal e as rádios Liberal AM, FM e CBN/Belém. O Grupo ORM também tem ramificações fora do segmento da comunicação por meio do grupo Fly (indústria de alimentos e bebidas), da produtora de eventos Bis Promoções, da TV por assinatura ORM Cabo e da Fundação Romulo Maiorana (FRM). O apoio a ideais políticos em ambos os veículos, contudo, mostra-se volúvel.

O ziguezague contínuo dos dois principais grupos de comunicação do Pará indica que eles abdicaram a qualquer pretensão a coerência editorial e vão seguir seus interesses pessoais e comerciais na

cobertura da eleição deste ano. É um grande retrocesso em relação ao comportamento recente, sobretudo por parte do *Diário*, que procurava dissociar sua linha editorial das atitudes políticas do seu dono (PINTO, 2010).

Assim, “o inimigo de ontem poderá se tornar de novo o amigo amanhã (ou vice-versa), dependendo da força dos seus argumentos (\$\$\$), sonantes no caixa” (PINTO, 2010) e cabe ao leitor a árdua tarefa de desvendar os interesses escondidos nas entrelinhas dos dois impressos.

1.3 Um relato de aparências

No livro *Teoria e Técnica do Texto Jornalístico*, Nilson Lage (2005) apresenta algumas características do trabalho desenvolvido pelos jornalistas. Para ele, o Jornalismo é, sobretudo, um “relato de aparências”, uma vez que:

- (A) É produzido às pressas, em sociedades estruturadas, com suas tensões, regras e leis, jogos de riqueza e poder; obrigado a tornar os fatos inteligíveis para um público aferido em quantidades médias e qualidade perceptiva mínima – as interpretações que faz são datadas e efêmeras. Urgência e contingência constituem barreiras difíceis de transpor.
- (B) Não lhe é permitido avaliar intenções e inferir a subjetividade dos personagens ou o percurso secreto das decisões em estruturas de poder; torna-se difícil sugerir o que ninguém confessa. (LAGE, 2005, p. 5).

Nesse ritmo acelerado, a rotina de trabalho, muitas vezes, se impõe sobre a produção de notícias. Nesta pesquisa, todos os entrevistados responderam que as condições de trabalho e a quantidade de pautas interferem no resultado do texto. Conforme os repórteres entrevistados neste estudo, a influência ocorre:

De todas as maneiras. De todas as maneiras porque a quantidade de pautas e a infraestrutura que você tem – como, por exemplo, um carro para dois repórteres; como, por exemplo, um telefone que liga para celular para uma redação. É... esse mecanismo, essa infraestrutura, ela vai te permitir apurar melhor, ter tranquilidade para apurar, ir em busca da informação. Sem a infraestrutura, primeiro, você já se desmotiva. Quando não tem a infraestrutura necessária você fica desmotivado. E isso é o pontapé inicial para uma notícia mal apurada, por exemplo. Não que a gente vá colocar isso como desculpa. Mas... acaba sendo (Informação verbal. Entrevistado nº 18)⁷.

⁷ Entrevista gravada concedida pelo entrevistado nº 18 no dia 11 de janeiro de 2013.



Influencia total porque você acaba... é... se limitando a um núm...é... se limitando a poucas fontes, que são as fontes mais acessíveis. Por exemplo, sempre Dieese porque o Sena sempre atente. Então, na hora do sufoco, liga pro Sena que ele já vai resolver a parada. Ao invés de procurar um economista, que ninguém nunca ouviu e tudo. Se fossem poucas pautas, se a carga de trabalho fosse menor, se não fosse tão grande, você teria condições. E as pessoas já tão [sic] reclamando disso, né? Sempre a mesma pauta... no Círio. Sempre a mesma pauta... volta às aulas... material escolar. Porque já está meio pré-cozido, tá meio pronto. É só descongelar e servir. Não dá tempo de fazer coisas muito elaboradas (Informação verbal. Entrevistado nº 17)⁸.

A questão do tempo na rotina de trabalho é abordada por diversos autores. Em Teorias do Jornalismo, Traquina (2008) comenta a “importância vital” da velocidade diante do ambiente de incertezas que compõe a rotina dos jornalistas:

A notícia é um artigo deteriorável. Como sublinharam Ericson, Baranek e Chan (1987), um jornalista é julgado competente não só porque possui o jeito e o conhecimento apropriados, mas também por causa da capacidade de mobilização desse jeito e desses conhecimentos antes do prazo-limite, de forma a provar que consegue dominar o tempo e não ser dominado por ele. A ênfase na ação está no centro do profissionalismo jornalístico (TRAQUINA, 2008. p. 27-28).

Na época em que Ericson, Baranek e Chan (1987)⁹ assinalaram a necessidade de domínio do tempo imposta aos jornalistas, as empresas de comunicação ainda não trabalhavam com a internet. Nos dias de hoje, as informações são compartilhadas em tempo real entre pessoas de praticamente todos os lugares do mundo, o que torna a notícia um artigo ainda mais deteriorável. Mesmo antes da internet a relação do jornalista com o tempo já assumia um caráter fetichista. Segundo Traquina (2008), dificilmente uma pessoa fora do meio jornalístico entende a relação do repórter com o valor-notícia do imediatismo. “O valor do imediatismo traduz, melhor dito, exprime como o fator tempo constitui o eixo central do campo jornalístico” (TRAQUINA, 2008, p.38).

Além do prazo para entregar as reportagens, outras características interferem no processo de produção da notícia. Dentre elas, Traquina (2008, p. 28) cita, a partir de outros autores, as forças de mercado (MCMANUS, 1994), constrangimentos organizacionais (BREED, 1955; EPSTEIN, 1973) e as rotinas (TUCHMAN, 1978)¹⁰.

⁸ Entrevista gravada concedida pelo entrevistado nº 17 no dia 11 de janeiro de 2013.

⁹ ERICSON, Richard V., BARANEK, Patricia M., CHAN, Janet B. L. **Visualizing Deviance: a Study of News Organizations**. Toronto: University of Toronto Press, 1987.

¹⁰ BREED, Warren. **Social Control in the Newsroom: A Functional Analysis**. Social Control, Vol. 33, Fall, 1955.



Conforme a análise de Lage (2005, p. 5), “[...] os jogos de poder e riquezas, tensões, regras e leis que compõem a estrutura da sociedade”, envolvem a produção da notícia. Para a maioria dos entrevistados, dentre os momentos em que é mais difícil exercer a ética profissional, estão aqueles em que recebem as pautas recomendadas pela diretoria da empresa – conhecidas nas redações de Belém como RECs.

[Autora deste trabalho]: - Em que momentos é mais difícil ser ético?

Nas pautas RECs. A partir do momento que você tem uma linha editorial lhe ditando. E a gente fala ditar pela forma ditadora a qual a gente precisa se submeter, afinal de contas, a gente tem continhas no final do mês pra pagar. Mas essa forma ditadora que as chefias impõem para gente se manifestar em relação a um assunto ou na hora de apurar uma determinada pauta (Informação verbal. Entrevistado nº 18)¹¹.

Esses constrangimentos organizacionais são apontados até mesmo pelos repórteres que dizem não ter enfrentado dificuldades para o exercício da ética:

Eu não acho difícil [ser ético] em momento nenhum. Nunca achei. Nunca tive nenhuma dificuldade. Raríssimas vezes me ofereceram alguma coisa em troca de matéria. Eu nunca tive dificuldade pra dizer não. Eu nunca digo: ‘não, eu não quero’. Eu digo sempre: ‘eu não posso, minha condição de repórter não permite’. Não fico dando discurso para o cara, dando... sabe? Dando... Bê a bá. Nem fico exibindo isso. ‘Ah, eu sou uma mártir, tentaram me comprar’. Eu acho isso feio também. Parece assim que ele fez alguma coisa extraordinária. Isso não é extraordinário, faz parte. Mas tem uma coisa que talvez seja interessante tu citar [sic]. Aqui no Pará a gente sempre concilia... Sempre não, a maioria das pessoas, 99,9% das pessoas, concilia a redação com outro emprego por causa do salário. Então, o que eu vejo muita gente fazer matéria no jornal do seu assessorado. Inclusive assinando a matéria e tudo na redação. E isso... quando eu comecei a trabalhar em Assessoria de Imprensa eu tinha dificuldade de falar pro meu chefe que eu não queria fazer matéria do meu assessorado. Entendeu? Porque o Código de Ética da gente proíbe. Então começa a ficar alguma dificuldade. O chefe acha que é preguiça. ‘Mas tu já estás lá dentro, é melhor pra ti, tu tens mais acesso’. Alguns chefes pedem logo. ‘Ah tu vais assessorar o fulano, ah... manda umas pautas de lá pra gente’. [risos]. Então aqui tem essa mistura. É difícil você fazer essa... esse corte. (Informação verbal. Entrevistado nº 17)¹².

EPSTEIN, Edward Jay. **News From Nowhere**. New York: Random House, 1973.

MCMANUS, John. **Market-Driven Journalism: Let the Citizen Beware**. Thousand Oaks, Ca.: Sage Publications, 1994.

TUCHMAN, Gaye. **Making News: A Study in the Construction of reality**. New York: The Free Press, 1978.

¹¹ Entrevista gravada concedida pelo entrevistado nº 18 no dia 11 de janeiro de 2013.

¹² Entrevista gravada concedida pelo entrevistado nº 17 no dia 11 de janeiro de 2013.



Conforme Lage (2005, p. 5), outra característica do Jornalismo é a necessidade de popularizar a notícia, torná-la compreensível ao grande público. Essa obrigação de tornar os fatos inteligíveis, muitas vezes, acaba resultando em matérias simplórias. Dentre as características da sociedade atual, segundo Llosa (2011, p.46), estão: a perda de interesse pelo trabalho de intelectuais e o empobrecimento das ideias como força motora da vida cultural. São as notícias que não exigem densos raciocínios do leitor, de pouca profundidade intelectual, de ideias empobrecidas, as mais consumidas na contemporaneidade e, conseqüentemente, as que oferecem um maior retorno financeiro aos proprietários dos veículos de comunicação (LLOSA, 2011, p. 46).

Por eso, no debe llamarnos la atención que los casos más notables de conquista de grandes públicos por órganos de prensa los alcancen hoy no las publicaciones serias, las que buscan el rigor, la verdad y la objetividad en la descripción de la actualidad, sino las llamadas ‘revistas del corazón’, las únicas que desmienten con sus ediciones millonarias el axioma según el qual en nuestra época el periodismo de papel se encoge e retrocede ante la competencia del audio visual y digital (LLOSA, 2011., p. 55)¹³.

Para que um jornal sobreviva é necessário que venda. Para que ele venda, é preciso que exista um público interessado em comprar. No entanto, seria o papel do jornalista apenas o de atrair um público consumidor para o jornal? Estaria ele totalmente sujeito às forças de mercado? Segundo Traquina (2008, p. 35), “a teoria democrática reconhece certamente que os jornalistas têm uma competência específica que é identificada em primeiro lugar com o fornecimento de informação à sociedade, isto é, das notícias”. Ainda que essas duas características sejam paradoxais, o que se observa na prática é uma tentativa de equilíbrio entre elas, ou seja, o fornecimento de informações à sociedade está constantemente atrelado a um formato considerado atrativo, vendável.

Ainda de acordo com Lage (2005, p. 5), dentre as características do trabalho jornalístico estão também: a impossibilidade de “avaliar intenções e inferir a subjetividade dos personagens ou o percurso secreto das decisões em estruturas de

¹³ Por isso, não deve nos chamar a atenção que os casos mais notáveis de conquista de grandes públicos por órgãos de imprensa sejam alcançados hoje não pelas publicações sérias, as que buscam o rigor, a verdade e a objetividade na descrição da atualidade, mas as chamadas ‘revistas del corazón’ [que versam sobre as celebridades], as únicas que desmentem com suas edições milionárias o axioma segundo o qual em nossa época o jornalismo de papel se encolhe e retrocede diante da competência do audiovisual de do digital (Tradução livre).



poder”; a impotência para sugerir o que não foi dito. Essa impotência, no entanto, não exige o jornalista de responsabilidade de relatar os fatos com objetividade. De acordo com Melo (1986, p. 105), longe de ser um debate vencido, a questão da objetividade é uma questão polêmica, mas sempre atual.

Objetividade no Jornalismo contemporâneo implica em *pluralidade* de observação e de relato. O que se desdobra em pluralidade de fontes, de canais e de núcleos receptores. Em síntese: corresponde a assegurar que os acontecimentos sejam captados e reproduzidos sob diferentes ângulos, gerando distintas versões, honestamente registradas pelos seus protagonistas privilegiados – os jornalistas profissionais (MELO, 1986, p. 106, grifo do autor).

Se a objetividade, conforme Melo (1986, p. 106), “[...] pode servir como um dínamo das sociedades democráticas, tornando-as transparentes, visíveis nas suas contradições, abertas à intervenção da cidadania”, o mesmo não se pode dizer sobre a neutralidade. Para Freire (1981), por exemplo, a existência de um discurso de neutralidade é prejudicial à prática da ética profissional.

Os que se dizem neutros estão comprometidos consigo mesmos, com seus interesses e com os interesses dos grupos aos quais pertencem. E como este não é um compromisso verdadeiro, eles assumem a neutralidade impossível. O verdadeiro compromisso é a solidariedade, e não a solidariedade com os que negam o compromisso solidário, mas com aqueles que, na situação concreta, se encontram convertidos em “coisas” (FREIRE, 1981, p.19).

É quase um consenso entre profissionais, pesquisadores e público (leitor, telespectador ou ouvinte) que o Jornalismo deveria ser um importante instrumento para reforçar a cidadania e promover um debate primordial para a melhoria da vida pública. E é nesse sentido que a análise da representação social do conceito de neutralidade jornalística assume um caráter de relevância. De que forma um conceito tão controverso, como o da neutralidade, adquire materialidade nas representações e, conseqüentemente, nas práticas dos profissionais?

Referências bibliográficas

- BIBLIOTECA PÚBLICA DO PARÁ. **Jornais Paraóaras**: catálogo. Belém: Secretaria de Estado de Cultura, Desportos e Turismo, 1985.
- COELHO, Geraldo Mártires. **Letras & Baionetas**: novos documentos para a história da imprensa no Pará. Belém: Cultural CEJUP, 1989.



- DUARTE, Jorge Barros. **Entrevista em profundidade** In.: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (orgs.). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo: Atlas, 2008. p. 62-83.
- FOLHA DE S. PAULO. **Manual geral da redação**. São Paulo: Folha de S. Paulo, 1987.
- FRANCHINI, A. S.; SEGANFREDO, Carmen. **As 100 melhores histórias da mitologia: deuses, heróis, monstros e guerras da tradição greco-romana**. Porto Alegre: L&PM, 2007.
- FREIRE, Paulo. **Ideologia e educação: reflexões sobre a não neutralidade da educação**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1981.
- GOMES, Luiz Fernando. **Manual da redação e estilo Lance!**. Rio de Janeiro: Lance!, 2008.
- JODELET, Denise. **As representações sociais**, 2001. Rio de Janeiro: Ed. UERJ, 2001.
- LAGE, Nilson. **Teoria e técnica do texto jornalístico**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.
- LEAL, Expedito. **Um jornal de campanha**. Campinas: Komedi, 2007.
- LEVI-STRAUSS, Claude. **O pensamento selvagem**. Campinas: Papyrus, 1989.
- LLOSA, Mario Vargas. **La civilización del espectáculo**. Buenos Aires: Aguilar, Altea, taurus, Alfaguara, 2012.
- MARCONDES FILHO, Ciro. **Jornalismo fin-de-siècle**. São Paulo: Página aberta, 1993.
- _____. **O espelho e a máscara: o enigma da comunicação no caminho do meio**. São Paulo: Unijuí, 2002.
- MARTINS FILHO, Eduardo Lopes. **Manual de redação e estilo de O Estado de S. Paulo**. São Paulo: O Estado de S. Paulo, 1997.
- MELO, José Marques de. **Comunicação: direito à informação**. Campinas: Papyrus, 1986.
- _____. **A esfinge midiática**. São Paulo: Paulus, 2004.
- MOSCOVICI, Serge. **A representação da psicanálise**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.
- _____. **Representações sociais: investigações em psicologia social**. Rio de Janeiro: Vozes, 2012
- ORDAZ, Olga. VALA, Jorge. **Objectivação e ancoragem das representações sociais do suicídio na imprensa escrita**. Revista Análise Social, vol. XXXII (143-144), 1997 (4.º-5.º), p. 847-874.
- PINTO, Ana Estela de Sousa. **Jornalismo diário: reflexões, recomendações, dicas e exercícios**. São Paulo: Publifolha, 2009.
- ROUQUETTE, Michel Louis. **Representações e práticas sociais: alguns elementos teóricos**. Cap. I 3. In: MOREIRA, Antonia S.P; OLIVEIRA, Denise Estudos interdisciplinares de representação social. C. 2 ed. Goiânia: A.B Editora, 2000. p.39-46.
- SANTOS, Maria de Fátima. **Representação social e identidade**. In MOREIRA, Antônia & OLIVEIRA, Denise (orgs). Estudos interdisciplinares de representação social. Goiânia: AB, 1998.p. 151-159
- SPINK, M. J. **O conceito de representações sociais na abordagem psicossocial**. Cad. Saúde Públ. v. 9, n. 3, p.: 300-308, 1993.
- _____. **O conhecimento no cotidiano: as representações sociais na perspectiva da psicologia social**. São Paulo: Brasiliense, 1995.
- STUMPF, Ida Regina C. **Pesquisa bibliográfica**. In.: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (orgs.). Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação. São Paulo: Atlas, 2008. p. 51-61.
- THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Rio de Janeiro: Vozes, 2011.
- TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e ‘estórias’**. Lisboa: Vega, 1993.
- _____. **Teorias do Jornalismo: a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional**. Florianópolis: Insular, 2008.
- TRAVANCAS, Isabel. **O mundo dos jornalistas**. São Paulo: Summus Editorial, 1993.
- WAGNER, Wolfgang. **Sócio-gênese e características das representações sociais**. In: MOREIRA, A. S. P.; OLIVEIRA, D. C. (Org). Estudos interdisciplinares de representação social. Goiânia: A.B. Editoras, 1998. , p. 239-250.

Referências eletrônicas



BERGER KUSCHICK, Christa Liselote. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação. **Campos em confronto: jornalismo e movimentos sociais.** As relações entre o Movimento Sem Terra e a Zero Hora, mai. 1996. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/berger-christa-campos-2.html>>. Acesso em: 20 jul. 2013.

PETIT, Pere. CUÉLLAR, Jaime. Estudos Históricos (Rio de Janeiro). **O golpe de 1964 e a instauração da ditadura civil-militar no Pará: apoios e resistências.** v. 25, n. 49, jan/jun. 2012. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-21862012000100011&script=sci_arttext>. Acesso em: 29 de setembro de 2013.

PINTO, Lúcio Flávio. Observatório da Imprensa. **A mesma origem dos jornais rivais**, n. 766, ago. 2007. Disponível em:

<www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/a_mesma_origem_dos_jornais_rivais>.

Acesso em: 26 set. 2013.

_____. Observatório da Imprensa. **Jornais em campanha**, n.766, mai. 2010. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/news/view/jornais_em_campanha_eleitoral>. Acesso em: 26 set.2013.