

A Necessidade da Atualização do Conceito de Objetividade Jornalística: do mito ao método¹

Edson Francisco LEITE JUNIOR²
Universidade Federal de Goiás, Goiânia, GO

RESUMO

O objetivo deste artigo é atualizar o conceito de objetividade jornalística, entendendo sua evolução desde seu surgimento até os dias atuais. Desde que migrou do discurso científico para a política editorial dos jornais, a objetividade no jornalismo tem a ver não apenas com a formação de um novo público, mas também com a luta por direitos individuais e por uma universalização do conhecimento. Mas atualmente há uma tendência de reduzir a objetividade à condição de mito, o que acaba por simplificar o debate e complicar ainda mais o resgate da ética da atividade jornalística. Além disso, a credibilidade no jornalismo, por depender do vínculo de confiança com o leitor, é conquistada por meio de ferramentas e técnicas próprias, que podemos chamar de método de apuração. E o que este artigo defende é que é justamente neste método que reside a objetividade do jornalismo.

PALAVRAS-CHAVE: objetividade, jornalismo, mito, método.

Introdução

A necessidade de se atualizar o conceito de objetividade jornalística se dá para entender como se deu sua evolução, desde o seu surgimento até os dias atuais. E isso só é possível com o entendimento de que a objetividade no jornalismo não se trata de uma questão ultrapassada. Muito pelo contrário. A questão da objetividade jornalística “é uma questão complexa, controversa, polêmica. Mas sempre atual” (MARQUES DE MELO, 1986, p. 106). Afinal, não é à toa que a objetividade costuma ainda ser definida como a pedra angular do jornalismo norte-americano (SCHUDSON, 2010).

Luiz Amaral (1996, p. 17) defende que a noção de objetividade está presente em cada fase do processo jornalístico e a aponta como “uma das principais virtudes da

¹ Trabalho apresentado no GT Pensamento Comunicacional, do PENSACOM BRASIL 2017.

² Mestrando em Comunicação do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Faculdade de Informação e Comunicação (FIC) da Universidade Federal de Goiás (UFG), email: edsonleitejr@gmail.com

matéria jornalística, qualidade defendida há quase um século pela imprensa americana, espelho de muitas, inclusive a brasileira”.

Ben-Hur Demeneck (2009) entende a objetividade como um dos fundamentos do jornalismo, o qual reúne valores e procedimentos orientados à verdade. Ele, inclusive, faz duas diferenciações básicas do conceito: uma genérica (a objetividade jornalística), no que diz respeito a todos os procedimentos e valores orientados à verdade, sejam políticos, éticos, epistemológicos ou técnicos/estéticos; outra estrita (a objetividade do jornalismo), relativo apenas à epistemologia, ou seja, como o campo (intelectual e prático) produz conhecimento e quais as características e métodos desse saber.

Assim, Demeneck (2009) distingue ainda três momentos para estudo da objetividade numa investigação jornalística: como ponto de partida, como percurso e como possibilidade de conhecimento proposicional a posteriori. Isso porque, para ele, objetividade tem muito a ver com o compromisso de o trabalho jornalístico ser reconhecido como um discurso da realidade social.

Para Caio Túlio Costa (2009, p. 169), “discutir a objetividade em jornalismo é uma discussão fundamentalmente ética”. Até porque, “a discussão da questão da objetividade, hoje, passa necessariamente pela compreensão do direito à informação. Mais ainda: pela sua defesa como prerrogativa democrática” (MARQUES DE MELO, 2006, p. 48).

Na medida em que o jornalista assume o papel de agente social, responsável pela observação da realidade, ele se torna mediador entre os fatos de interesse público e a cidadania. Por isso, resgatar a objetividade jornalística, depurando-a das distorções tecnicistas (síntese atomizada dos acontecimentos) ou ideologizante (neutralidade, imparcialidade, apoliticismo), significa buscar novos padrões de expressão jornalística, possibilitando a difusão de diferentes versões do fato, honestamente construídas. Todo acontecimento envolve múltiplas variáveis, distintas motivações: é necessário desvendá-lo completamente, mostrando ao cidadão sua fisionomia integral. (MARQUES DE MELO, 2006, p. 49)

Raízes históricas da objetividade no jornalismo

O conceito de objetividade no jornalismo, de acordo com Clóvis de Barros Filho (2003), surge nos Estados Unidos junto com as técnicas do lead e da pirâmide invertida,

sob forte influência do positivismo, no final do século XIX. Deriva daí, inclusive, “a distinção que hoje fazemos entre jornalismo opinativo e informativo” (BARROS FILHO, 2003, p. 22). Como se trata de época caracterizada com uma forte crença nos fatos, a partir de então, gradualmente, o jornalismo passa a se intitular como independente. Nesse contexto, surge ainda um novo público, que passa a ser chamado de massa.

Mas Luiz Amaral (1996, p. 29) lembra que “os jornais americanos não foram os primeiros a dar cunho de objetividade às notícias”, pois o que o autor chama de “política de imparcialidade” já estava presente e era a corrente dominante nos jornais da Inglaterra já no início do século XIX.

Desta maneira, a fronteira entre o relato objetivo e a narração subjetiva era tida britanicamente como uma posição de respeito ao leitor, que poderia ter acesso à versão dos fatos e conhecer também a sua interpretação, formulando racionalmente sua conclusão pessoal. (MARQUES DE MELO, 2006, p. 38)

No entanto, vale destacar que só depois que os norte-americanos adotaram o princípio da objetividade jornalística, com a *penny press*, sendo inclusive muito rigorosos nesse aspecto, que o conceito começou a ser difundido de forma mais ampla por todo o mundo. Mas, como pontua Luiz Amaral (1996), até a primeira metade do século XIX, não havia no jornalismo a preocupação com equilíbrio e imparcialidade nem por parte dos editores, nem dos leitores. “Como a imprensa era sobretudo político-partidária, comprava-se (assinava-se) jornal para saborear a versão parcial dos acontecimentos e para se ler as críticas aos adversários, quase sempre pessoais, procedentes ou não” (AMARAL, 1996, p. 26).

A *penny press* representou verdadeira revolução na imprensa americana. Para começar, inventou o moderno conceito de notícia, passando a se interessar pelo que acontecia no dia-a-dia da comunidade, seus dramas, suas alegrias e decepções, pela história de interesse humano, espetáculos, crimes, casamentos, esportes. Ela descobriu a sociedade e passou a noticiá-la. Redefiniu o público e o privado. (AMARAL, 1996, p. 30).

Mas quando a *penny press* exigiu “que as matérias fossem fotograficamente fiéis à vida” (AMARAL, 1996, p. 31), em uma época de hegemonia dos fatos sobre o comentário, ela estava trabalhando com uma lógica puramente comercial. Com “menos

partidarismo, menos preconceito, menos distorções, menos parti pris, mais leitores, mais anúncios, receita maior. Era a vez da empresa jornalística e da satisfação do gosto do leitor” (AMARAL, 1996, p. 34).

Para Clóvis de Barros Filho (2003, p. 23), a consolidação gradual da objetividade “é consequência não só de interesses econômicos ligados à eficácia, à rentabilidade, ao menor esforço e ao menor risco, mas sobretudo por uma estratégia de legitimação de um tipo de produto dentro de um campo jornalístico em formação”.

A objetividade reclamava dos jornalistas que desenvolvessem um método consistente de testar a informação – um enfoque transparente com as provas disponíveis – precisamente para que os preconceitos pessoais ou culturais não prejudicassem a exatidão do seu trabalho. (KOVACH; ROSENSTIEL, 2004, p. 114).

Surgiam assim, então, de acordo com Bem-Hur Demeneck (2009), novos valores que foram posteriormente ligados à norma da objetividade. São eles: valores e procedimentos políticos (apartidarismo, pluralidade, distanciamento e equilíbrio), valores e procedimentos epistemológicos (faticidade, transparência, rigor e acurácia), valores e procedimentos estéticos (concisão, clareza e hierarquização de conteúdos) e valores éticos (honestidade, justiça).

Dessa forma, pode-se dizer que “desde que o jornal virou produto industrial e de massa estabeleceu-se, com o forte empurrão da imprensa americana, o clichê segundo o qual o bom jornalismo seria sinônimo de imparcialidade, senso comum definitivamente dicionarizado” (COSTA, 2009, p. 156). De lá até aqui, de acordo com Felipe Pena (2005, p. 49), “o conceito de objetividade é um dos mais discutidos em jornalismo. Talvez, o mais antigo”.

De fato, a política editorial da objetividade e sua migração do discurso científico do século XIX para as páginas dos jornais tem a ver com a formação de um novo público e com os interesses econômicos das empresas jornalísticas em sua gênese e ascensão, mas também tem forte relação com a luta por direitos individuais e por uma universalização do conhecimento. Até porque as demandas sociais que conduzem a uma imprensa vinculada à norma da objetividade passavam pela desconfiança dos trabalhadores em relação à imprensa que até então se caracterizava por ser abertamente panfletária e partidária (DEMENECK, 2009).

Desde então, a crença na objetividade diz respeito a uma crença nos fatos e uma descrença nos valores, além de um compromisso em fazer a separação entre ambos. Isso também nos leva a pensar na existência de um contrato de leitura nos jornais, presente inclusive nos dias de hoje, em que não se pode desprezar a expectativa de objetividade e imparcialidade por parte do consumidor da mídia. (BARROS FILHO, 2003).

A objetividade como mito

Atualmente, há uma tendência em se reduzir a objetividade à condição de mito. Um dos autores dessa corrente é Antônio Hohlfeldt, que em trabalho apresentado na edição de 2004 do congresso da International Association for Media and Communication Research (IAMCR) apresentou a objetividade como uma categoria jornalística mitificada.

Partindo da conclusão de um estudo anterior em que foram pesquisados 21 livros (16 autores brasileiros e 5 estrangeiros), que buscava os critérios jornalísticos mais utilizados na construção do texto jornalístico, nesse estudo específico citado anteriormente, Antônio Hohlfeldt (2004) questiona a objetividade em diferentes aspectos e chega à conclusão de que a objetividade é o grande mito da comunicação jornalística.

Embasado no conteúdo de livros de jornalismo, entrevistas com jornalistas e em manuais de redação e estilo, o levantamento realizado por Antônio Hohlfeldt (2004) do que se diz sobre a objetividade mostrou não apenas a ambiguidade do conceito, quanto a sua crescente desvalorização científica e relativização, o que, para ele, prova sua tese de mitificação do conceito.

Mas vale destacar que, ao reduzir a objetividade a um mito, simplifica-se demasiadamente o debate e complica-se ainda mais o resgate da ética da atividade jornalística, já que a discussão desse conceito é um debate fundamentalmente ético (COSTA, 2009).

O próprio Antônio Hohlfeldt (2004) reconhece no trabalho descrito acima que para poder configurar corretamente a atualidade e a operacionalidade da objetividade no jornalismo são necessários estudos etnográficos. Afinal, só indo para

dentro das redações e vendo de perto como se dão as rotinas produtivas do jornalistas que é possível entender melhor o que é e como se dá a objetividade no jornalismo.

E é por isso, que ao investigar a objetividade jornalística, é importante conhecer o trabalho de Gaye Tuchman, pesquisadora que descreveu o conceito sob a ótica de como os jornalistas o percebem em suas rotinas profissionais (LEITE JUNIOR, 2017). Tuchman se apoia na Sociologia do Conhecimento, uma corrente da Sociologia Fenomenológica, e é vinculada ao positivismo norte-americano, dentro da perspectiva pragmática dos estudos de comunicação (PIMENTEL; TEMER, 2012).

Por causa de sua metodologia etnográfica (observação participante), seu trabalho tem grande impacto entre os produtores de notícias, embora essa valorização seja em um sentido muito mais prático que crítico (LEITE JUNIOR, 2017). Isso porque a produção intelectual de Tuchman é de difícil acesso aos brasileiros. Até 2012, apenas três trabalhos em *newsmaking* tinham tradução em português (PIMENTEL; TEMER, 2012).

Dessa forma, ao aprofundar os estudos de objetividade jornalística, é preciso recorrer à teoria do *newsmaking*, também conhecida como teoria construcionista da notícia (LEITE JUNIOR, 2017). Como esses estudos se debruçam sobre os emissores e sobre os processos produtivos nas comunicações de massa e, especialmente, nos produtores de notícia, essa perspectiva teórica acredita que a forma como a notícia é produzida influi no seu resultado e problematiza a ideia do jornalismo como um espelho da sociedade, contrapondo-se à teoria do espelho (TEMER; NERY, 2004).

O estudo de Tuchman (2016) chega a duas conclusões importantes. A primeira é que o jornalista objetivo é aquele que faz distinção entre aquilo que pensa e aquilo que relata. E a segunda é a constatação de que todos os procedimentos estratégicos em busca da objetividade configuram apenas uma tentativa, não uma realidade, o que também a coloca no patamar de mito. “Embora esses procedimentos possam fornecer provas demonstráveis de uma tentativa de atingir a objetividade, não se pode dizer que a consigam alcançar” (TUCHMAN, 2016, p. 129).

Mesmo assim, é preciso ir mais a fundo no trabalho da autora. Ao conceituar objetividade como um ritual estratégico, Tuchman (2016) primeiro define o que entende por ritual e estratégia. Para a autora, ritual é um procedimento de rotina que tem relativamente pouca relevância ou uma relevância tangencial para o fim procurado,

sendo ainda uma estratégia performativa. Já estratégia trata-se de uma tática ofensiva destinada a prevenir o ataque e se defender das críticas. E é justamente no pilar estratégico que reside a principal justificativa da objetividade jornalística. Afinal, para os jornalistas, assim como para os cientistas sociais, a objetividade funciona como um escudo. É a proteção entre eles e os críticos.

Para usar a metáfora utilizada por Tuchman (2016, p. 112), quando atacados, “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”. Essa imagem ajuda ainda a compreender a crítica de Tuchman, que verifica que os jornalistas não compreendem bem o conceito de objetividade. “Ao contrário dos cientistas sociais, jornalistas têm um repertório limitado com o qual definem e defendem a sua objetividade” (TUCHMAN, 2016, p. 113).

Mas Tuchman (2016) explica que essa falta de uma conceituação precisa de objetividade entre os jornalistas é resultado das rotinas produtivas exaustivas. Para a autora, o jornalista é um homem de ação, obrigado a tomar decisões imediatas relativas à validade, credibilidade e “verdade” durante a construção da notícia.

Para os jornalistas, de acordo com Tuchman (2016), o ponto de partida para a objetividade é o descomprometimento, a imparcialidade e a impessoalidade. Assim, segundo a autora, os jornalistas defendem que se todos os repórteres reunirem e estruturarem os fatos dessa maneira, prazos serão respeitados e os processos de difamação evitados. Além disso, apuração é o pré-requisito fundamental para a objetividade no jornalismo. Mas “se a verificação é necessária, mas não pode ser obtida, o jornalista pode seguir outras estratégias” (TUCHMAN, 2016, p.116).

Entre essas outras possibilidades de alcançar a objetividade enumeradas por Tuchman (2016) está a apresentação de possibilidades conflituais. Segundo a autora, deve-se levar em consideração que há um pântano de opiniões querendo ser tomadas como fatos, que ela chama de “política da realidade”. Assim, o jornalista reivindica sua objetividade ao prezar pela pluralidade.

Apresentando os dois – ou mais – lados de uma determinada questão sem favorecer qualquer indivíduo ou partido político, o repórter, suspostamente, conforme aponta Tuchman (2106), dá ao leitor a chance de decidir qual é a versão que mais se aproxima da “verdade” dos fatos. E com uma particularidade: “o leitor pode não ser

confrontado com os pontos de vista acerca de uma notícia num só dia, mas ele irá ser confrontado com uma diversidade de pontos de vista ao longo de um certo período de tempo” (TUCHMAN, 2016, p. 118).

No entanto, Tuchman (2016) alerta para o fato de que esse hábito jornalístico implica em um insistente convite à percepção seletiva do leitor, ao invés de contribuir para a formação de opinião de forma imparcial.

A apresentação de provas auxiliares que confirmam uma afirmação é outro recurso que é bastante utilizado por jornalistas que buscam a objetividade. No entanto, isso colabora com a ideia equivocada de que os fatos falam por si. “Essa expressão implica uma distinção cotidiana entre ‘fatos expressivos’ e o repórter que fala pelos ‘fatos’. Só que, na visão da autora, se o repórter decidir falar pelos ‘fatos’, ele não poderá afirmar-se objetivo, ‘impessoal’, ‘imparcial’” (TUCHMAN, 2016, p. 120). Além disso, os processos sociais influenciam a avaliação e aceitação dos fatos.

Mas Tuchman (2016, p. 120) também observa que “os jornalistas veem as citações de opiniões de outras pessoas como uma forma de prova suplementar. Ao inserir a opinião de alguém, eles acham que deixam de participar na notícia e deixam os ‘fatos’ falar”. Por isso, o uso judicioso das aspas, para usar o termo que a autora utiliza, é também uma estratégia a que os jornalistas recorrem muito com o intuito de alcançar a objetividade, além de ser um instrumento de sinalização.

Se atendo ao aspecto formal da notícia, podemos ainda identificar que “a estruturação da informação numa sequência apropriada é também um procedimento destinado a indicar a objetividade” (TUCHMAN, 2016, p. 122). Assim, no que os jornalistas chamam de pirâmide invertida, a informação mais importante é apresentada no primeiro parágrafo de uma notícia, também chamado de *lead*, seguida pelas de menor relevância.

“Até certo ponto, as dificuldades dos jornalistas são mitigadas pela fórmula familiar de que a notícia preocupa-se com ‘o quem, o quê, o quando, o onde, o porquê e o como’” (TUCHMAN, 2016, p. 123). No entanto, Tuchman alerta para a armadilha que essa técnica implica, uma vez que a responsabilidade pela escolha do que é mais importante recai apenas sobre o repórter, que, por sua vez, “só pode invocar o profissionalismo e afirmar que o *lead* é validado pelo *news judgement*” (TUCHMAN, 2016, p. 122).

E *news judgement*, para Tuchman (2016), é o conhecimento que o jornalista adquire com a experiência profissional que o permite fazer três generalizações. A primeira delas é a de que a maioria das fontes tem interesses pessoais a defender. A segunda é que alguns indivíduos estão em uma posição em que sabem mais do que outras pessoas em uma organização. Já a terceira é que as instituições têm procedimentos que visam proteger tanto a própria instituição quanto as pessoas que estão em contato com elas.

Sem dúvidas, a experiência organizacional do jornalista o torna resistente às hipóteses que contrariam suas expectativas e o senso comum da categoria profissional determina se uma informação pode ser aceita como fato. E, ter isso em mente é uma arma importante na rotina produtiva do jornalista (LEITE JUNIOR, 2017).

E aqui vale destacar, como Tuchman (2016) expõe, que as estratégias utilizadas pelos jornalistas para atingir a objetividade acabam por resultar em efeitos contrários ao esperado. Isso porque também constituem um convite à percepção seletiva, insistem erroneamente na ideia de que os fatos falam por si, são um instrumento de descrédito e um meio do jornalista fazer passar a sua própria opinião, são limitados pela política editorial de uma determinada organização jornalística e, por fim, iludem o leitor ao sugerir que a “análise” é convincente, ponderada ou definitiva.

A objetividade como prática

O trabalho de Gaye Tuchman sobre objetividade, apesar de importante para os estudos em jornalismo, não está imune às críticas. Gilles Gauthier, “um dos mais conhecidos defensores da objetividade jornalística” (COSTA, 2009, p. 157), avalia o trabalho da autora norte-americana como uma tentativa de descobrir os usos práticos da objetividade.

Mas, para Gauthier (1993), Tuchman não está preocupada em conceituar a objetividade, mas em descobrir o uso que os repórteres fazem dela. Assim, o trabalho de Tuchman, na visão de Gauthier (1993), não esclarece o conceito de objetividade. E, como contraponto, ele faz uma defesa aberta da objetividade jornalística e confronta os que pensam que a objetividade no jornalismo é desnecessária, ilusória ou artificial.

Uma vez determinada a escala de aplicação da objetividade no jornalismo, seria impossível descrever não somente o seu uso, mas

como os fatos são processados pelo jornalista com vistas à objetividade, visando à objetividade. Estabelecer esse tipo de definição e, subsequentemente, identificar o campo semântico específico ao qual pertence a objetividade, poderia conduzir a um novo reconhecimento da necessidade da objetividade no jornalismo, entendendo, diz ele, que nós desejamos preservar a existência do relato factual da notícia. (COSTA, 2009, p. 163)

Para Gauthier (1993), decretar o fim da objetividade no jornalismo seria o mesmo que decretar o fim do próprio jornalismo. Para ele, a objetividade não pode ser entendida apenas como uma meta ou objetivo, mas sim uma prática jornalística. Assim, a aplicabilidade da objetividade no jornalismo estaria então restrita à maneira pela qual a notícia é manipulada pelo jornalista. Portanto, ela estaria presente apenas no processamento da informação.

Philip Meyer (1989, p. 86) acredita que o “jornalista deve pensar de um modo científico: suspendendo o julgamento, examinando dados, construindo modelos alternativos”. E, para isso, ele propõe quatro regras pragmáticas para se alcançar a objetividade no texto jornalístico.

A primeira delas é a regra da atribuição, que “requer que o repórter forneça a fonte, seja esta óbvia ou não, de cada fato importante de uma história” (MEYER, 1989, p. 86). No entanto, o autor reconhece que, se aplicada de forma compulsória, pode levar o repórter a, quando quiser se isentar da responsabilidade pela informação, se tornar refém das fontes e não checar toda informação que receber delas.

Obter o outro lado da história, inclusive, é a segunda regra proposta por Philip Meyer (1989, p. 87). Afinal, “quando alguém faz uma afirmação que não é verificável por observação direta, e para a qual existem outros pontos de vista, espera-se que o repórter inclua esses outros pontos de vista”.

Mesmo assim, haverá ainda situações, como pontua o autor, que em alguns casos complicados que envolvam muitos pontos de vista, alguns deles irão inevitavelmente se perder. Além disso, se qualquer fonte não for localizada ou se recusar a responder, é fundamental que o leitor saiba que foi feita a tentativa.

“Outra regra básica é a de que grupos conflitantes deveriam receber espaço igual dentro do jornal” (MEYER, 1989, p. 88). Trata-se da terceira regra: a do espaço igual. Já a quarta e última regra é a do acesso igual, que dita que todos os interesses da comunidade deveriam ter uma oportunidade igual de ter seus pontos de vista retratados

pelo jornal. E, mesmo assim, o acesso igual é sujeito a variações de valor-notícia, o que pode tornar alguns grupos invisíveis e outros visíveis demais.

Está posto que essas regras ainda estão longe de garantir, de fato, a objetividade no texto jornalístico. No entanto, elas nos dão pistas importantes para darmos um passo adiante e entendermos que a objetividade não como um fim, como muitos acreditam, mas um meio, um método que, por ser objetivo, faz do relato jornalístico algo que tenha credibilidade.

A objetividade como método

A objetividade, então, está relacionada com racionalidade e lógica, pois o jornalismo abriga uma característica racional fundamental para a comunicação com grandes grupos humanos. Dessa forma, ser mais ou menos objetivo se relaciona com o rigor do método e a exposição desse método, ou seja, a transparência. Por isso, serve como reforço informativo ou metodológico para uma maior aproximação da verdade.

O jornalista lança mão de métodos de apuração da informação, junto dos quais diminui o grau de suas incertezas, anterior à publicação de um conteúdo o qual considere verdadeiro, defensável argumentativamente e que mantenha sua credibilidade diante do público. Tanto em padrões éticos como epistemológicos, o jornalismo tem como compromisso trazer um relato mais próximo da verdade possível, segundo os meios de que disponha. (DEMENECK, 2009, p. 123)

Mas é bom lembrar que, no jornalismo, não existe uma verdade absoluta, mas relativa. Não se trata de verdade, mas de versões que ajudam a construir a verdade jornalística. Eugênio Bucci (2000) define o conceito de verdade no jornalismo ao dizer que a verdade na imprensa é precária. Mas, apesar disso, ele defende que a credibilidade no jornalismo é duradoura porque só depende do vínculo de confiança.

Assim, a credibilidade jornalística é construída ao longo do tempo pela postura ética do jornalista e do veículo de comunicação como um todo. A lógica é a seguinte: se há ética, há confiança e credibilidade; sem ética, nada feito. E, para alcançar a tão sonhada credibilidade, jornalistas têm em mão ferramentas e técnicas que auxiliam com esse objetivo.

Uma dessas ferramentas e técnicas, que podemos chamar de método, é a objetividade, que para Bucci (2000), se traduz apenas em um dever ser uma vez que depende de ações subjetivas dos sujeitos que são notícias que são observadas também subjetivamente por aqueles que são encarregados de levar informação ao público.

a objetividade depende de quem for o jornalista e de qual for a história a ser investigada e contada. A melhor objetividade no jornalismo é então uma justa, transparente e equilibrada apresentação da intersubjetividade. Quando o jornalismo busca a objetividade, está buscando estabelecer um campo intersubjetivo crítico entre os agentes que aí atuam: os sujeitos que produzem o fato, os que o observam e o reportam, e os que tomam conhecimento do fato por meio do relato. (BUCCI, 2000, p. 93-94)

Só que, vale destacar, “a objetividade surge, então, porque há uma percepção de que os fatos são subjetivos, ou seja, construídos a partir da mediação de um indivíduo, que tem preconceitos, ideologias, carências, interesses pessoais ou organizacionais e outras idiossincrasias” (PENA, 2005, p. 50). Assim, a objetividade não pode, de forma alguma, ser definida como o oposto de subjetividade, pois, como Felipe Pena (2005) afirma, ela não surge para negá-la, mas justamente por reconhecer sua inevitabilidade.

Seu verdadeiro significado está ligado à ideia de que os fatos são construídos de forma tão complexa que não se pode cultuá-los como a expressão absoluta da realidade. Pelo contrário, é preciso desconfiar desses fatos e criar um método que assegure algum rigor científico ao reportá-los. (PENA, 2005, p. 50)

“A sociedade confunde a objetividade do método com a do profissional, e este jamais deixará de ser subjetivo” (PENA, 2005, p. 51). “Em outras palavras, no conceito original o método é objetivo, não o jornalista” (KOVACH; ROSENSTIEL, 2004, p. 116). Assim, a chave para a compreensão da objetividade está na disciplina do ofício, não em sua finalidade.

Apesar disso, “embora a profissão tenha desenvolvido várias técnicas e convenções para determinar os fatos, pouco tem feito para desenvolver um sistema para testar a confiabilidade da interpretação jornalística” (KOVACH; ROSENSTIEL, 2004, p. 119).

Enquanto gastam mais tempo tentando sintetizar a enorme massa de informação que tiram dos portais da Internet, os jornalistas correm o risco de se tornarem mais passivos, recebendo mais do que procurando saber. Para ajudar a combater esse risco só existe um

caminho: um melhor entendimento do significado original de objetividade, que daria maior solidez à informação. (KOVACH; ROSENSTIEL, 2004, p. 120).

Para Bill Kovach e Tom Rosenstiel (2004, p. 127), a transparência, um dos conceitos que devem estar presentes no método de apuração de notícias, “mostra o respeito dos jornalistas por seu público”, dando a chance deste último de julgar a validade da informação que lhe é repassada, o processo pelo qual essa mesma informação foi obtida e os motivos e preconceitos do jornalista que a transmite. “A transparência também ajuda a deixar bem claro que o jornalista tem um motivo ou interesse público – outra chave da credibilidade” (KOVACH; ROSENSTIEL, 2004, p. 127).

Outro autor que defende a objetividade como método é Stephen Ward (2011, p. 154). Segundo ele, jornalistas trabalham de acordo com uma certa atitude, a qual Ward chama de “instância objetiva”. Mesmo assim, apenas essa atitude não é o suficiente. É preciso ainda, segundo ele, testar os fatos sob a ótica da objetividade sob cinco critérios.

O primeiro deles é o da validade empírica, que é colocar os fatos em contexto. O segundo é o da completude e implicações, que corresponde a checar se a notícia contém todos os fatos relevantes. Há ainda o critério da coerência, que diz que é preciso trazer aos fatos o conhecimento científico ou o depoimento de especialistas, além do critério da autoconsciência, em que o jornalista deve ter claro em mente qual angulação deu à pauta. Por fim, há o critério da objetividade intersubjetiva, que dita que o repórter objetivo deve estar aberto a diversas perspectivas.

Assim, ao propor a ideia de uma objetividade pragmática como um método distinto para diversas formas de jornalismo, que são ao mesmo tempo informativas e engajadas - algo muito além da mera ideia de neutralidade e imparcialidade diante dos fatos -, Stephen Ward (2011) sugere que seja necessário ainda construir coletivamente um espaço para uma nova ética global para o jornalismo em que a objetividade não seja apenas um conceito ambíguo e nebuloso para os jornalistas, existente apenas no campo teórico.

E sendo método, objetividade deve ser vivida na prática. Deve estar presente na rotina produtiva dos jornalistas e é indispensável para um jornalismo ético e responsável.

Algumas considerações

Por fim é preciso pontuar, conforme exposto no decorrer deste texto, que a objetividade em jornalismo tem a ver com a procura pela verdade durante a apuração de uma notícia, seja como valor ético da profissão, seja como impulso epistemológico. Dessa forma, a objetividade está ligada também ao fato de o trabalho jornalístico ter o compromisso de ser reconhecido como um discurso da realidade social. Afinal, se em regimes democráticos, a objetividade remete ao direito à informação, é o jornalista o agente social responsável por mediar os fatos de interesse público e a própria cidadania.

Portanto, se a objetividade está no método, a princípio, o método pode funcionar ou falhar, o que pode variar de situação para situação. Em pautas distintas ele pode operar de maneiras diferentes, chegando a resultados distintos, satisfatórios ou não. Mesmo assim, o método é um termômetro para a garantia de um jornalismo de qualidade, tido como ético, em que o interesse público e a busca pela verdade se sobrepõem a interesses privados. “No fim, a disciplina da verificação é o que separa o jornalismo do entretenimento, da propaganda, da literatura ou da arte” (KOVACH; ROSENSTIEL, 2004, p. 113).

Então, somente entendendo como se dá esse método de apuração de notícias dos jornalistas é que se pode compreender melhor a operacionalidade da objetividade jornalística. E, para isso, apenas uma pesquisa bibliográfica é insuficiente. É preciso uma abordagem teórico-metodológica, arvorada na teoria do *Newsmaking*, da qual a etnometodologia se torna fundamental não apenas para descrever as rotinas produtivas dos jornalistas, mas para tentar compreendê-las e decifrá-las, à luz da teoria do jornalismo hoje existente.

REFERÊNCIAS

AMARAL, Luiz. **A objetividade jornalística**. Porto Alegre: Sagra-Luzzatto, 1996.

BARROS FILHO, Clóvis de. **Ética na comunicação**. São Paulo: Summus, 2003.

BUCCI, Eugênio. **Sobre ética e imprensa**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

COSTA, Caio Túlio. **Ética, jornalismo e nova mídia**: uma moral provisória. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2009.

DEMENECK, Bem-Hur. **Objetividade Jornalística**: o debate contemporâneo do conceito. Florianópolis: UFSC, 2009. (Dissertação/ Mestrado)

GAUTHIER, Gilles. In defense of a supposedly outdated notion: the range of application of journalistic objectivity. **Canadian Journal of Communication**, vol. 18, n. 4, Vancouver, 1993.

GUERRA, Josenildo Luiz. **O Nascimento do Jornalismo Moderno**: Uma discussão sobre as competências profissionais, a função e os usos da informação jornalística. In: XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Belo Horizonte/MG. 2003.

HOHLFELDT, Antônio. Objectivity: a mythicized journalistic category. **Revista FAMECOS**, nº 24, Porto Alegre, julho 2014.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo**: o que os profissionais do jornalismo devem saber eo público deve exigir. São Paulo: Geração Editorial, 2003.

LEITE JUNIOR, Edson Francisco. A objetividade no gênero opinativo: o caso da coluna política. In: **XL Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 2017, Curitiba, PR. Anais (on-line). São Paulo: Intercom, 2017. Disponível:
<<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-0520-1.pdf>> Acesso em: 15/12/2017.

MARQUES DE MELO, José. **Comunicação**: direito à informação. Campinas, SP: Papirus, 1986.

_____. **Teoria do jornalismo**: identidades brasileiras. São Paulo: Paulus, 2006.

MEYER, Philip. **A ética no jornalismo**: um guia para estudantes, profissionais e leitores. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1989.

PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005.

SCHUDSON, Michael. **Descobrimo a notícia**: uma história social dos jornais nos Estados Unidos. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

TUCHMAN, Gaye. A objetividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objetividade dos jornalistas. In: TRAQUINA, Nelson. (Org.) **Jornalismo**: questões, teorias e “estórias”. Florianópolis: Insular, 2016.

WARD, Stephen J. A. **Ethics and the media**: an introduction. Cambridge University Press, 2011.