

# As objetividades do jornalista brasileiro



*Liriam Sponholz*

*Mestre em História, Cultura e Poder (UFPR)  
Doutora em Comunicação (Universidade  
de Leipzig -Alemanha).  
E-mail: l\_sponholz@hotmail.com*

**Resumo:** O que jornalistas entendem como objetividade é o tema deste artigo, que se baseia nos resultados de pesquisa qualitativa com repórteres de jornais regionais e nacionais. Estes profissionais têm noções diferentes de objetividade quando a defendem e quando a criticam. Suas noções são também ambivalentes, revelando a sua responsabilidade na sociedade brasileira no sentido de integrar segmentos excluídos no mercado da informação, e ao mesmo tempo uma visão elitista, de que o público não tem condições de participar de um processo de formação de opinião.

Palavras-chaves: objetividade, neutralidade, *lead*, jornalismo.

## *Las objetividades del periodista brasileño*

**Resumen:** Lo que los periodistas piensan cuando hablan sobre la objetividad es el tema de este artículo, el cual se basa en un estudio cualitativo con representantes de periódicos regionales y nacionales. Estos profesionales tienen nociones diversas sobre la objetividad cuando la critican o defienden. Su noción es ambivalente en la medida en que revela su responsabilidad con la sociedad brasileña incluyendo determinados segmentos en el mercado de la información y mostrando a la vez un punto de vista elitista: que el público no es capaz de participar en el proceso de formación de opinión.

Palabras clave: objetividad, neutralidad, *lead*, periodismo.

## *The notions of objectivity of the brazilian journalist*

**Abstract:** What journalists think when they talk about objectivity is the subject of this article, which is based on a qualitative study with journalists from regional and national newspapers. These professionals have quite different notions of objectivity when criticizing or defending that concept. Their notion is also ambivalent insofar, as it reveals their responsibility with the brazilian society when including certain segments in the market of information, and at the same time an elite point of view, that the public is not able to participate in the process of formation of opinion.

**Key words:** objectivity, neutrality, news summary lead, journalism.

**O** bjetividade é um dos princípios centrais do jornalismo, pois é o conceito que respalda a função deste como mediador da realidade (Guerra, 2000). No entanto, o pressuposto para qualquer discussão sobre o tema é saber o que se entende como “objetividade”. Não se pode discutir algo, se não se sabe o que está sendo denominado como tal, principalmente neste caso, quando se trata de um conceito polissêmico.

Este é o tema deste artigo: o que jornalistas entendem como objetividade e quais as consequências que as suas noções sobre este conceito têm para o jornalismo e para a sociedade. Os resultados apresentados nas próximas páginas foram obtidos por meio de um levantamento empírico qualitativo realizado durante o curso de doutorado da autora.

Embora os estudos de mídia já se ocupem bastante com a mensuração de “objetividade” (indiferente do que se pretenda dizer com este termo) e com a manipulação midiática, estudos que têm como tema as diferentes idéias expressas com a palavra objetividade ainda são raros no Brasil.

Mindich (1998) descreveu várias noções de objetividade que se desenvolveram nos Estados Unidos no século XIX e resumiu-as por meio dos termos *detachment* (separação), *nonpartisanship* (imparcialidade), *facticity* (facticidade),

*balance* (balanço ou equilíbrio) e do modelo da pirâmide invertida. Lane (2001) pesquisou os índices de livros sobre jornalismo, publicados entre 1911 e 1995, nos Estados Unidos e identificou as noções de *nonpartisanship*, *neutrality*, *focus-on-facts* e *detachment*.

*Quando jornalistas dizem que objetividade é impossível, não existe ou é uma farsa, na maior parte dos casos eles estão se referindo à neutralidade*

Donsbach (1993) realizou uma pesquisa com jornalistas da Alemanha, Grã-Bretanha, Itália e Estados Unidos, tentando identificar o que os seus entrevistados entendem como objetividade e chegou à conclusão de que alemães e italianos associam a idéia com a noção de *hard news*, enquanto seus colegas britânicos e americanos fazem o mesmo com *fairness*, ou seja, o princípio de ouvir os dois lados de uma questão.

No Brasil, ainda não há levantamentos com jornalistas, leitores ou fontes sobre as suas noções de objetividade. O estudo de Hohlfeldt (2001) oferece algumas pistas sobre o contexto no qual o termo é citado. O autor analisou 21 livros especializados em jornalismo – a maior parte deles de autores brasileiros – e uma série de entrevistas com jornalistas reconhecidos e verificou que objetividade foi a categoria mais citada, seguida de clareza, precisão e veracidade. No entanto, a questão à qual Hohlfeldt procurou responder no estudo se refere às categorias jornalísticas, e não ao significado de objetividade para os jornalistas. Nesse contexto, cabe perguntar até que ponto noções de objetividade observadas em estudos empíricos de outros países podem ser transferidas para o caso brasileiro.

Objetividade também é, freqüentemente, sinônimo de tudo aquilo que se deseja do jornalismo. Nesse sentido, as noções sobre o termo podem revelar o que jornalistas brasileiros

esperam de si próprios, de sua profissão ou do cenário jornalístico do qual fazem parte.

## Hipóteses

Como faltam estudos empíricos no Brasil sobre o assunto, as hipóteses foram desenvolvidas a partir de considerações sobre o desenvolvimento histórico do termo “objetividade” no país. No decorrer deste desenvolvimento, objetividade passou a ser associada com o modelo de texto da pirâmide invertida (Ribeiro, 2002).

Esse modelo de texto consiste na organização das informações em ordem decrescente de relevância. No primeiro parágrafo, também chamado de *lead*, devem ser respondidas as perguntas sobre o quê, quem, onde, quando, como e por quê.

O modelo da pirâmide invertida foi introduzido no Brasil juntamente com a reforma do jornal *Diário Carioca*, nos anos 1950, e passou a ser chamado de “objetividade”. O conceito foi, portanto, igualado a uma série de procedimentos técnicos de redação (Ribeiro, 2002). Por isso, supõe-se que:

*Hipótese 1* – Para o jornalista brasileiro, objetividade é uma questão de texto;

*Hipótese 2* – Jornalistas brasileiros associam objetividade, sobretudo, com facticidade e relevância;

*Hipótese 3* – No Brasil, não se considera objetividade sinônimo de neutralidade.

As duas primeiras hipóteses derivam do fato de o conceito ter sido associado historicamente a determinado formato de texto, que se concentra em fatos e estabelece uma ordem de relevância. A terceira hipótese baseia-se na idéia de que neutralidade se refere à liberdade de juízo de valor dos jornalistas, tanto na reportagem quanto na redação dos textos, e, portanto, ultrapassa a noção dos profissionais brasileiros, que se limita ao texto.

## Método

Os resultados apresentados aqui fazem parte de um levantamento empírico qualitativo, realizado no contexto de uma pesquisa comparativa entre noções de objetividade e

métodos de investigação jornalística de jornalistas brasileiros e alemães. Para isso, foram entrevistados 40 jornalistas por telefone, 20 de cada país. Os resultados apresentados neste artigo baseiam-se nos dados levantados com os entrevistados brasileiros.

No Brasil, foram selecionados repórteres das editorias de política, local/cidades e economia dos jornais *Gazeta do Povo*, *Zero Hora*, *Correio Braziliense*, *O Estado de Minas*, *O Estado de S. Paulo*, *Folha de S. Paulo*, *Jornal do Brasil* e *O Globo*. Os jornalistas que publicaram o maior número de notícias e reportagens nas páginas dedicadas a política, economia e notícias locais, nos jornais citados, no intervalo de uma semana, em julho de 2004, foram escolhidos e entrevistados no mesmo mês. A escolha pela produtividade de textos levou à seleção de um grupo de jornalistas expoentes no cenário brasileiro, como, por exemplo, vários setoristas que trabalham em Brasília. Seus nomes, no entanto, não podem ser fornecidos, já que a entrevista foi realizada sob a condição de anonimato.

Além de questões sobre dados sociodemográficos e sobre a posição política, foram feitas duas perguntas abertas sobre o tema, “o que significa objetividade para você?” e “com quais técnicas ou métodos você tenta alcançar mais objetividade?”. Na terceira pergunta, os jornalistas tiveram que escolher entre declarações opostas que representam idéias como neutralidade, facticidade etc. Eles também puderam justificar a sua resposta.

As entrevistas foram gravadas, transcritas e submetidas a análise de conteúdo, de acordo com um instrumentário desenvolvido propriamente para a pesquisa.<sup>1</sup> Primeiro, todas as frases contidas nas respostas às perguntas sobre objetividade foram identi-

ficadas. Num segundo momento, as frases foram classificadas de acordo com a noção que representam.

A partir dessa classificação, foram desenvolvidos dois indicadores. O primeiro se refere à frequência com que cada noção foi citada e indica a sua relevância, independentemente de o entrevistado aprová-la ou rejeitá-la. Um participante da pesquisa pode, por exemplo, ter dito que objetividade não existe porque é impossível ser neutro. Neste caso, a declaração do jornalista foi classificada sob a noção “neutralidade”. Esse indicador expõe, portanto, quais idéias, regras ou técnicas os entrevistados, mais frequentemente, associam com objetividade. A interpretação dos dados, nesse caso, tem como base o número de frases ou declarações, e não o número de jornalistas. Aqueles que fizeram um número maior de declarações tiveram o peso de suas respostas reduzido, de forma que cada entrevistado tivesse a mesma relevância na amostragem.

O segundo indicador – a aprovação/rejeição das noções de objetividade – mostra qual a idéia, a técnica ou a regra que o entrevistado defende, indiferente de ele considerá-la relevante ou não. Para determinar qual noção é aceita ou rejeitada, foi analisada a quantidade de declarações pró e contra. Nesse caso, a interpretação dos dados baseou-se no número de jornalistas.<sup>2</sup>

Quando os entrevistados responderam às perguntas sobre o que eles entendem como objetividade<sup>3</sup>, pôde-se observar que as seguintes regras ou técnicas foram igualladas ou associadas a esse conceito (Tabela 1): Declarações sobre a concentração em fatos foram classificadas como facticidade.

<sup>1</sup> Os dados codificados foram interpretados com instrumentos estatísticos. Quanto mais o índice de correlação entre dois fatores (Cramer-V) aproximar-se de 1 (um), mais forte a associação entre eles. O valor de significância funciona aqui como um instrumento de ajuda para avaliar se é razoável falar de uma força de associação entre os fatores. Se o valor de significância for menor ou até 0,1, pode-se dizer que a correlação entre os fatores faz sentido.

<sup>2</sup> Como o universo de pesquisa não foi escolhido aleatoriamente e, portanto, não é representativo, os resultados mostram um determinado recorte da realidade, sem necessariamente refletir o todo.

<sup>3</sup> Na análise do primeiro indicador, a relevância das noções de objetividade, as respostas à segunda pergunta (Com quais técnicas ou métodos você tenta alcançar mais objetividade?) não foram consideradas, para evitar uma sobrevalorização das técnicas utilizadas (classificadas como “pesquisa” ou “investigação”) em detrimento dos conceitos e idéias que os participantes têm sobre objetividade.

**Tabela 1:****Noções de objetividade mencionadas**

Facticidade ou foco em fatos	Separação entre notícias e comentários
Texto compreensivo	Correlação com a realidade
Neutralidade	Imparcialidade
Pluralismo ou <i>Fairness</i>	Investigação
Balanço ou equilíbrio	consenso
Relevância	

Quem mencionou textos acessíveis, simples e coerentes teve suas afirmações acrescentadas à categoria “texto compreensível”. Sob esta definição também foram reunidas afirmações sobre precisão.

Como neutralidade foram denominadas as afirmações nas quais objetividade foi definida como o contrário de subjetividade, como, por exemplo, não fazer críticas, não expor a própria opinião, informar de maneira mais neutra possível.

No caso de pluralismo ou *fairness*, trata-se de “ouvir os dois lados” de uma polêmica e escolher as suas fontes de acordo com as opiniões que elas representam. Uma variação dessa regra é a de balanço ou equilíbrio, segundo a qual opiniões diferentes ou opostas devem receber o mesmo espaço.

Sob “relevância” encontram-se respostas que se referem à escolha dos temas. Entre estas, encontram-se as declarações sobre a idéia de que jornalistas devem mostrar a realidade dura e verdadeira ou noticiar, sobretudo, sobre política (*hard news*).

As respostas que se referem ao tipo de texto ou ao cargo do jornalista na redação (colunista ou repórter), foram identificadas como separação de notícias e comentários. Quando a resposta do jornalista diz respeito à correlação da notícia com a realidade, ou à veracidade da cobertura jornalística, suas declarações foram reunidas sob a noção “correlação com a realidade”.

Declarações dos entrevistados, indicando que críticas devem ser feitas por meio de fontes ou de informações foram

reunidas sob o conceito “imparcialidade”. Se o entrevistado associou objetividade com técnicas de pesquisa e investigação como checar informações, citar ou ouvir várias fontes, as suas respostas foram classificadas como “investigação”. Por último, o participante da pesquisa menciona o conceito de consenso, quando ele iguala objetividade a estratégias, como seguir tendências ou colegas.

## Resultados

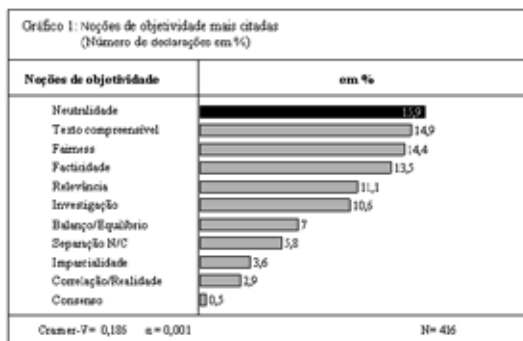
Os entrevistados mencionam, via de regra, mais de uma noção de objetividade, como no caso de Lorena J.<sup>4</sup> A repórter da editoria local de um periódico regional define objetividade como “apurar os dados e montar um texto com as informações importantes de forma balanceada”. Ela associa objetividade ao mesmo tempo com investigação, relevância e balanço ou equilíbrio.

Algumas idéias ou regras são, no entanto, mais importantes do que outras nessa discussão. A noção mais frequentemente associada a objetividade é a de neutralidade: em 16% das declarações sobre o tema, os entrevistados falam sobre não tomar partido, não expor a própria opinião, não dizer o que pensam.

“Texto compreensível” ocupa o segundo lugar na escala das noções mais citadas: os participantes da pesquisa afirmam em 15% das declarações que objetividade é apresentar os fatos de maneira interessante, precisa e clara, de forma que seja acessível para qualquer pessoa (Gráfico 1).

São raros os casos em que objetividade é ligada à correlação das notícias com a realidade. Só 3% das afirmações recorrem a idéias como aproximar-se o máximo possível da verdade ou da realidade. Isso significa que os repórteres ouvidos neste estudo raramente entendem objetividade como uma questão epistemológica. Ou seja, objetividade não é retratada diretamente como um problema da correlação entre a realidade midiática e a social, entre o que foi noticiado e o que aconteceu.

<sup>4</sup> Os nomes dos entrevistados foram mudados.



Ao mesmo tempo, eles concretizam essa preocupação indiretamente nas suas declarações sobre técnicas de pesquisa ou investigação, ou seja, sobre a busca da realidade. Esta é o objeto de 15% das afirmações. Elas se baseiam em estratégias como “checar as informações no mínimo com mais de uma fonte”, “ouvir todos os envolvidos ou atingidos pelo problema”, “questionar” ou “considerar todos os aspectos possíveis de um tema”.

A interpretação desses resultados exige que se analise a aprovação e a rejeição dessas idéias, regras ou técnicas. Na maior parte dos casos, as noções mais citadas também são as mais polêmicas, o que mostra que elas representam os principais pontos de discussão sobre o tema, como descrito nas próximas páginas.

As noções citadas pelos jornalistas são aprovadas ou rejeitadas com intensidades diferentes. Todos os entrevistados citaram ou expuseram sua opinião sobre neutralidade, *fairness*, investigação e facticidade. O conceito mais citado também é o mais rejeitado. Isto significa que quando jornalistas dizem que objetividade é impossível, não existe ou é uma farsa, na maior parte dos casos, eles estão se referindo à neutralidade.

Essa noção enfrenta resistência, quando se exige dos jornalistas que eles não façam críticas. A repórter de economia Sílvia C., de um periódico de circulação nacional, explica sua posição quando responde se jornalistas devem tentar informar da maneira mais neutra possível ou criticar o que estiver errado: “Eu acho que o jornalista deve informar, relatar os fatos, agora, também deve dar subsídios – e aí, quando está dando subsídios, pode redigir críticas. [...] Eu acho que tem que ter crítica, sim”.

Para essa repórter, que defende a neutralidade, não há qualquer contradição entre ser neutro e crítico ao mesmo tempo, desde que o jornalista faça suas críticas por meio de informações ou



*A noção de objetividade revela não só a aprovação ou a rejeição do conceito, mas também a sua possibilidade de realização*

declarações de suas fontes, o que ela chama de “subsídios”. Sílvia C. defende o que Tuchman (1993) chama de objetividade como ritual estratégico. A jornalista protege-se de críticas sobre o seu trabalho e ao mesmo tempo expõe sua opinião, sem ferir esse princípio. Não ela, mas “as fontes” expõem a opinião (Gráfico 2).

Texto compreensível, a segunda noção mais citada, é consenso entre os entrevistados. Todos concordam que os textos devem ser claros, interessantes e coerentes. Em outras pala-



vas, quando um entrevistado diz que jornalistas têm a obrigação de serem objetivos, ele está provavelmente querendo dizer que esses profissionais têm que escrever textos simples e com uma linguagem acessível.

Todos expuseram sua opinião sobre *fairness*, e a maior parte a rejeita. O motivo principal para isso não é que os jornalistas sejam contra o princípio de ouvir os dois lados de uma questão. Isso é praticamente consenso entre os participantes da pesquisa. Os críticos do princípio de *fairness* são contra, porque pensam que o critério principal para escolher uma fonte deve ser a competência, e não o fato de ela representar um lado de uma polêmica.

*O conceito de objetividade desenvolveu-se com a introdução do lead e, desta maneira, a questão epistemológica foi substituída por técnicas de redação*

Facticidade também é claramente rejeitada. A maior parte dos profissionais ouvidos não acha que deve se concentrar em fatos. Pelo contrário. Eles entendem que a sua função é exatamente interpretá-los. O foco em fatos não é uma alternativa aceitável para os entrevistados, porque isso se choca com uma função primária do jornalismo, a de organizar e traduzir a realidade para o leitor.

Com relação à neutralidade, a noção mais citada, a rejeição é maior entre os repórteres da editoria política e entre os jornalistas que trabalham para jornais de circulação nacional. Em ambos os grupos, a maioria critica esse princípio. Defensores dessa norma encontram-se entre os que trabalham para jornais de circulação regional e entre os que se definem politicamente como de centro ou direita.

Resumindo, os resultados apontam para uma refutação da hipótese 3, de que os repórteres não associam objetividade com neutralidade, uma vez que esta foi a noção mais citada. No entanto, embora seja a noção mais citada, a neutralidade é rejeitada.

Além de neutralidade, os entrevistados associam objetividade com um texto compreensível. A hipótese 1, “para os jornalistas brasileiros, ob-

jetividade é uma questão de texto”, corresponde, portanto, em parte, aos resultados da pesquisa.

A hipótese 2, segundo a qual os participantes do estudo associam o conceito, sobretudo, com facticidade e relevância, demonstrou ser falsa no universo pesquisado, já que essas noções são menos citadas do que as demais.

## Discussão

A noção de objetividade revela não só a aprovação ou a rejeição do conceito, mas também a sua possibilidade de realização. Ser neutro pode ser impossível; escrever um texto compreensível, não.

Considerando-se o desenvolvimento histórico do conceito de objetividade no Brasil, o resultado torna-se compreensível. Essa idéia desenvolveu-se juntamente com a introdução do *lead* e, desta maneira, a questão epistemológica (sobre a possibilidade e o modo de conhecer a realidade) foi substituída por uma série de técnicas de redação. Pode-se dizer, portanto, que esses jornalistas ainda seguem as pegadas dos pioneiros do *lead*. Com a construção histórica do conceito no Brasil, objetividade tornou-se sinônimo de texto compreensível.

Nesse processo, pode-se observar uma hibridação cultural (conceito de Canclini, 1999). O jornalismo brasileiro adotou parcialmente o modelo americano com adoção de técnicas tais como o formato de texto da pirâmide invertida. No entanto, essa técnica foi desterritorializada, ou seja, arrancada de um determinado ambiente social e introduzida em um outro. Desse processo surgiu um jornalismo híbrido, no qual o modelo original adquiriu em parte um outro significado e, ao mesmo tempo, perdeu parcialmente suas características originais (Sponholz, 2004).

O conceito de objetividade, cujo desenvolvimento nos Estados Unidos está ligado, entre outros fatores, ao desenvolvimento científico (Lane, 2001; Errico, 1997; Streckfuss, 1990), e na sua origem tenta responder ao problema (epistemológico) de como jornalistas devem observar e retratar a realidade (Streckfuss, 1990), tornou-se, no Brasil, a expressão da necessidade de

uma qualidade comunicativa maior (sobre essa característica do *lead*, ver Pöttker, 2003). Nesse contexto, a questão epistemológica desaparece, já que a norma do texto compreensível não oferece alternativa ao problema de como estabelecer correlação entre a realidade que o jornalista observa e a que ele produz.

É preciso dizer, também, que o jornalismo brasileiro ainda luta para estabilizar-se como comunicação de massa. A imprensa alcança somente uma parte da sociedade, por causa do preço ou do grau de alfabetização, entre outros fatores. Nesse contexto, um texto compreensível tem um papel central.

Jorge C., repórter de política de um jornal de circulação nacional, resume ao que os entrevistados se referem, quando defendem esta noção:

Objetividade, para mim, é dar o recado do que aconteceu sem muita firula e com um texto que dê para ser lido. [...] Sem muita invenção, sem ficar fazendo frases intercaladas. Questão de texto. O máximo da objetividade: frases curtas, bastante verbos [...] um pouquinho de humor, não muito, porque senão fica chato. Que não seja um texto pesado, que seja um texto sem expressões técnicas. Se você tiver que usar uma expressão técnica, tem que colocar entre parênteses alguma explicação. [...] Tem que se fazer um texto para o povo inteiro. [...] Eu tento fazer um texto pensando se o meu pai, que é semi-analfabeto, consegue entendê-lo. Se não, eu tento mudar.

Sob essa idéia, é possível reconhecer-se tanto uma orientação para o mercado, no sentido de tentar vender mais jornais com um texto que possa ser lido por todos, quanto a responsabilidade social do jornalista de construir uma ponte sobre o abismo entre os diferentes graus de (in)formação que existem na sociedade brasileira.

Antes de esclarecer que objetividade é uma questão de texto, Jorge C. disse que se trata de algo que se pode esclarecer de forma simples. Isso indica que essa noção afeta não somente o texto, mas também os temas sobre os quais se noticia. A aprovação e a defesa dessa “objetividade” levam a uma outra questão, que deve

ser investigada nos próximos estudos sobre o assunto: essa noção contribui para que temas complexos sejam apresentados de forma mais clara e acessível, ou provoca a exclusão de assuntos considerados complicados das pautas?

Nesse contexto, “objetividade” tem uma função ambivalente. Pode tanto promover integração, no sentido de que até mesmo um semi-analfabeto possa receber e processar as informações, ou exclusão, quando certos temas deixam de ser tratados, porque o homem comum supostamente não teria condições de entendê-los.

Pedro N. trabalha na editoria de política de um jornal de circulação nacional e expõe uma face da noção de texto compreensível, que mostra que essa preocupação é justificada. À pergunta - se jornalistas devem noticiar principalmente sobre política ou escrever notícias com um toque humano, respondeu:

Toque humano é essencial. Há uma frase sobre isso que é emblemática: *o que a dona Maria precisa saber?* [sem grifo no original] Matérias técnicas demais interessam a um grupo restrito de pessoas. O toque humano sempre vai dar algo além, mesmo que seja uma matéria política. [...] Isso vai dando um toque mais gostoso na matéria. Mas uma matéria burocrática demais é chata.

A questão é se o abismo entre os graus de informação de diferentes grupos na sociedade brasileira pode ser superado, igualando-os ao nível mais baixo, como no caso do “jornalismo Dona Maria”. Sob essa noção esconde-se a imagem que alguns jornalistas têm sobre seus leitores. De acordo com essa imagem, não se deve exigir demais do público com temas que ele não consegue entender.

Essa posição não deve ser confundida com a censura de certos temas porque um determinado grupo político poderia ser beneficiado com a sua inserção na pauta dos meios de comunicação. No caso do “jornalismo Dona Maria”, não se trata, portanto, de impedir a formação de uma opinião indesejada. Temas considerados complicados são excluídos da pauta, e o público não tem sequer a chance de formar uma opinião sobre eles, seja ela qual for, porque “Dona Maria” não suportaria esse

processo. Em outros temas, ela é exposta a um processo de formação de opinião com um grau miserável de informação.

Essa concepção de jornalismo, que no caso analisado, é defendida por um grupo que trabalha para jornais diários regionais e nacionais, foi objeto de muita polêmica depois de uma declaração do editor-chefe do *Jornal Nacional*, William Bonner, a um grupo de professores universitários, durante uma visita à redação do telejornal. Segundo o jornalista e professor Laurindo Lalo Leal Filho, que participou da visita, Bonner comparou o telespectador médio do *Jornal Nacional* com o personagem Lineu, de “A grande família” e com Homer Simpson (Leal Filho, 2005). Bonner confirmou a informação ao explicar seu ponto de vista:

Nos dois casos, refiro-me a pais de família, trabalhadores, protetores, conservadores, sem curso superior, que assistem à TV depois da jornada de trabalho. No fim do dia, cansados, querem se informar sobre os fatos mais relevantes do dia de maneira clara e *objetiva* (sem grifo no original) (Bonner, 2005).

Resumindo, é possível dizer que a responsabilidade social do jornalista, na opinião dos entrevistados, consiste no desafio de alcançar o seu público. No cumprimento dessa tarefa, no entanto, surgem “efeitos colaterais” como, por exemplo, a apresentação de uma realidade diluída ou somente de recortes da realidade que se deixam diluir.

É evidente que a realidade midiática nunca vai espelhar a realidade social. Por causa das características do jornalismo como forma de conhecimento (a concentração em eventos singulares e a busca de um público não-especialista), a realidade produzida por ele exige redução de complexidade. (Meditich, 1992; Genro Filho, 1988).

Assim como em qualquer outra forma de conhecimento (inclusive a ciência), o jornalista seleciona algumas informações do conjunto infinito que a realidade lhe oferece. Por produzir uma forma de conhecimento concentrada em eventos singulares (Genro Filho, 1988), o jornalista interessa-se pelo que “sobressai”, o que é definido segundo critérios próprios (os valores-notícias). Com essa escolha de temas, há uma inevitável redução de complexidade, o que impede que o jornalismo retrate a realidade em todos os seus aspectos.

Além disso, por ter como uma das suas funções principais manter a comunicabilidade entre o físico, o advogado, o operário e o filósofo (Meditich, 1992:55), o jornalista produz um saber genérico, que deve buscar uma linguagem que se aproxime o máximo possível da linguagem coloquial (Lage, 1981:37).

No entanto, a idéia de redução de complexidade, inerente ao jornalismo, que deveria resultar na integração de atores sociais diferentes no mercado de informação, por meio da apresentação de aspectos relevantes da realidade de forma compreensível, pode ser apropriada de maneiras diferentes, produzindo um efeito contrário ao diálogo almejado. Isto ocorre, por exemplo, quando temas “complicados” são excluídos da pauta em vez de serem expostos de maneira mais acessível. O resultado é que o público é excluído do processo de formação de opinião por não ter condições – do ponto de vista dos jornalistas – de participar deste e, portanto, não tem nada a dizer.

Isso revela a visão elitista desses jornalistas sobre o seu público, que se esconde atrás do rótulo “objetividade”. Por isso, a primeira pergunta a fazer, quando jornalistas baseiam seu profissionalismo nesse conceito, é o que eles entendem como tal e quais as consequências políticas e midiáticas das suas concepções.



## Referências

---

- BONNER, William. "Meio Homer, meio Lineu. Sobre a necessidade de ser claro". *Observatório da Imprensa*, n. 358, 06/12/2005. Disponível em <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=358JDB004>. Acessado em 24/09/2007.
- CANCLINI, Nestor. *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. 4. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1999.
- DONSBACH, Wolfgang; KLETT, Betina. "Subjective objectivity: how journalists in four countries define a key term of their profession". *Gazette*, n. 51, 1993, pp. 53-83.
- ERRICO, Marcus. "The evolution of the summary news lead". *Media History Monographs – On-line Journal of Media History*, vol. 1, n. 1, 1997. Disponível em <http://www.elon.edu/dcope-land/mhm/volume1.htm>. Acessado em 24/09/2007.
- GENRO FILHO, Adeldo. *O segredo da pirâmide: por uma teoria marxista do jornalismo*. Porto Alegre: Editora Tchê, 1988.
- GUERRA, Josenilo. *Ensaio sobre o jornalismo: um contraponto ao ceticismo em relação à tese da mediação jornalística*. Congresso da Associação dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação - Compós, Porto Alegre, 2000.
- HOHLFELDT, Antonio. *Objetividade: categoria jornalística mitificada*. XXIV Congresso Brasileiro de Ciências de Comunicação, Campo Grande, 2001.
- LANE, Les. *A reexamination of the canon of objectivity in american journalism*. Thesis for the degree of master of mass communication in the manship school of mass communication. Louisiana State University, december 2001. Disponível em <http://etd.lsu.edu/docs/available/etd-1114101-191429>. Acessado em 24/09/2007.
- MEDITSCH, Eduardo. *O conhecimento do jornalismo*. Disponível em <http://www.jornalismo.ufsc.br/bancodedados/publicacoes.html>. Acessado em 24/09/2007.
- MINDICH, David T.Z. *Just the facts: how "objectivity" came to define american journalism*. New York: New York University Press, 1998.
- PÖTTKER, Horst. "News and its communicative quality: the inverted pyramid: when and why did it appear?" *Journalism Studies*, vol. 4, issue 4, nov. 2003, pp. 501-511.
- RIBEIRO, Ana Paula. *Memória de jornalista: um estudo sobre o conceito de objetividade nos relatos dos homens de imprensa dos anos 50*. XI Congresso da Compós, Rio de Janeiro, 2002. Disponível em [http://www.facom.ufba.br/pos/compos\\_gtjornalismo/doc/2002/ribeiro2002.doc](http://www.facom.ufba.br/pos/compos_gtjornalismo/doc/2002/ribeiro2002.doc). Acessado em 24/09/2007.
- SPONHOLZ, Liriam. "As idéias e seus lugares: objetividade em jornalismo no Brasil e na Alemanha". *Comunicação e Política*, vol. XI, n. 2, maio-ago 2004, pp. 144-166.
- STRECKFUSS, Richard. "Objectivity in journalism: a search and a reassessment". *Journalism Quartely*, vol. 4, n. 67, 1990, pp. 973-983.
- TUCHMAN, G. "A objetividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objetividade dos jornalistas". In: TRAUQUINA, Nelson. *Jornalismo: questões, teorias e "estórias"*. Lisboa: Vega, 1993, pp. 74-90.