

Os processos de “objetivação” no jornalismo factual

Hadassa Ester DAVID¹

Resumo

Este artigo traz como ponto de discussão, a objetividade no jornalismo. Primeiramente com a intenção de se diferenciar da literatura e da imprensa opinativa, a noção de objetividade será primeiramente aplicada e testada em cenários de guerra, através das inovações tecnológicas, até chegar ao patamar atual, em que se denomina uma intersubjetividade, ou seja, os métodos da prática profissional que utiliza uma série de procedimentos e técnicas de trabalho com o intuito de garantir o maior equilíbrio possível na transmissão de notícias.

Palavras-Chave: Objetividade. Jornalismo. Intersubjetividade.

Introdução

As noções de objetividade aparecem primeiramente no jornalismo inglês, como forma de contraposição ao jornalismo político e literário francês. A imprensa inglesa é considerada pioneira em exigir a neutralidade e a imparcialidade nas informações e a cobrar do jornalista uma posição de fidedignidade, exatidão e precisão no relato dos fatos.

A imprensa dominante era a imprensa opinativa, ideológica ou de partido. Segundo Pena (2006), as notícias tinham um caráter panfletário, que traziam claramente a posição política dos donos dos veículos. Com um estilo retórico, as narrativas se constituíam em longos comentários, uma espécie de introdução, antes de revelarem o verdadeiro assunto da matéria. Isso ficou conhecido como nariz de cera².

De acordo com Manuel Carlos Chaparro (2008), o primeiro jornal a trazer uma inovação na linguagem foi o inglês Daily Courant, criado em 1702. Samuel Buckley, que dirigia o diário, introduziu no jornalismo o conceito da objetividade, tornando-se o

¹ Mestranda em Comunicação pela UnB. Graduada em Jornalismo pelo Instituto de Ensino Superior de rio Verde.

² O nariz de cera era um texto longo, geralmente opinativo que em vez de dar logo a notícia ao leitor, adiava-a por quatro ou cinco parágrafos de subliteratura.

primeiro jornalista a preocupar-se com o relato preciso dos fatos. Decidiu que as notícias deveriam ser tratadas como notícias, sem comentários, precedidas de uma apuração rigorosa dos acontecimentos. Como também estabeleceu um estilo que influenciou o jornalismo mundial ao separar as notícias dos artigos.

No entanto, o artigo ainda iria predominar nas formas do texto jornalístico até meados do século XIX, quando, depois da invenção do telégrafo e com o início de sua utilização pelas agências noticiosas, a notícia surgiu e cresceu em seu formato moderno, como forma de relato dos fatos.

O telégrafo foi inventado em 1840 e sua vantagem era a velocidade na transmissão das notícias. Um grupo de jornais de Nova York organizou a Associated Press, em 1848. Isso aconteceu depois que esses jornais organizaram um pool³ para a cobertura de eventos, entre eles, a guerra que os Estados Unidos desencadearam contra o México. Foi essa guerra que permitiu a anexação dos estados da Califórnia, Nevada, Arizona, Texas e bem mais. Então esse pool passou a se chamar Associated Press, também conhecida como AP. Foi dessa agência, em 1858, o primeiro despacho por cabo telegráfico transatlântico. O texto foi enviado para jornais norte-americanos, continha 48 palavras e se tratava de uma rebelião contida na Índia contra os ingleses (NATALI, 2007).

De acordo com Sousa (2001), o uso do telégrafo era caro e sua tecnologia falível sendo necessário que a informação mais importante viesse no início da transmissão. A partir começa-se a utilizar a técnica da pirâmide invertida, no qual a notícia passa a ser estruturada segundo a ordem decrescente de interesse e relevância das informações, de tal maneira que o leitor já tenha acesso aos dados essenciais sobre o fato nos parágrafos iniciais.

O parágrafo inicial, ou primeiro parágrafo recebeu o nome de lead. Ele deve responder às seis perguntas consideradas principais de um fato: quem, o quê, como, quando, onde e por quê. Tudo isso aconteceu porque ao recorrerem ao telégrafo, os correspondentes escreviam primeiramente as informações mais importantes, pois era uma tecnologia que costumava falhar e grande parte do conteúdo podia se perder no caminho. Através do resumo das informações principais não se corria o risco do

³ Situação em que representantes da mídia se unem para cobrir um evento ou entrevista coletiva.

acontecimento principal não chegar. Portanto, esses novos recursos auxiliaram a delimitar o campo profissional do jornalismo, e o jornalista passou a ser visto como um técnico na produção de informação noticiosa.

Essas técnicas foram utilizadas durante a Guerra Civil Americana, também conhecida como a Guerra da Secessão, de 1861 até 1865, pois foi a necessidade de se recorrer frequentemente ao telégrafo para se enviarem as notícias da frente de batalha para a sede dos jornais que impulsionou a utilização da pirâmide invertida para a redação de notícias. A pirâmide invertida é considerada a filha da Revolução Industrial Norte-Americana (PEREIRA JÚNIOR, 2006). Após a guerra civil, os Estados Unidos viveu sua própria revolução industrial com rapidez e intensidade sem precedentes (LAGE, 1999).

Genro Filho (1987) relata que a primeira notícia redigida segundo a técnica da pirâmide invertida teria aparecido no *The New York Times* em abril de 1861. A partir da segunda metade no século XX, alguns dos mais importantes periódicos latino-americanos passaram a publicar notícias das agências norte-americanas redigidas segundo esse modelo.

Logo depois, ela já seria usada pelas agências de notícias, ganhando espaço no mundo, já que era mais prática e de preço mais acessível em relação à transmissão via telegrama. A agência ainda podia ficar só com o primeiro e /ou o segundo parágrafo, que seria suficiente para atender ao veículo assinante e até mesmo se quisesse ficar com a matéria completa, saía bem mais barato do que pagar letra por letra (PENA, 2006).

Foi nessa época que também se provaram novas técnicas de informação, como a entrevista, a reportagem e a crônica. Houve a divisão de trabalho entre jornalistas, tipógrafos e telegrafistas, como também a delimitação dos territórios dos telégrafos, dos jornais e das agências noticiosas.

Foi durante a Guerra Civil, observou o *New York Times*, em 1901, que os jornais nova-iorquinos ganharam sua primeira compreensão viva de dois princípios fundamentais que os transformaram no que são hoje – em primeiro lugar, o valor insuperável da empresa particular, competitiva e triunfante, para conseguir notícias rápidas e exclusivas, e, em segundo, a possibilidade de alcançar grandes circulações, esforçando-se cada vez mais para satisfazer uma demanda popular de notícias imediatas e exatas dos acontecimentos do dia-a-dia da humanidade, em todo o mundo (KNIGHTLEY, 1978, p. 29).

Foram as agências que trouxeram viabilidade econômica ao noticiário internacional, já que o mesmo texto era distribuído a centenas de jornais que assinavam seus serviços. Assim, saía bem mais barato que um texto produzido por um correspondente ou enviado especial, cujos custos são totalmente cobertos por um jornal ou por uma revista. A agência de notícias passou a distribuir um texto mais conciso e neutro possível, já que muitos jornais, com suas diferentes linhas editoriais, interesses e ideologias compravam seus serviços (NATALI, 2007).

Maurice Mouillaud (2002) compara o despacho de agência com uma mercadoria. Enquanto o discurso da eloquência remete ao local em que é enunciado e se desenvolve na duração, o despacho de agência se liga às redes nas quais circula e se apoia na velocidade. A eloquência é argumentativa, enquanto que a informação é fatural e seu valor está ligado pelos novos fatos que diz trazer. “O despacho de agência quebrou a retórica fragmentando o discurso em unidades breves e móveis. De fato, o despacho de agência é um texto livre que não possui enunciadores aparentes: apresenta-se sem assinatura e sem destinatário (p. 58)”. O autor ainda completa que “dentro do texto, os enunciadores são objetivados em fontes; fora do texto, os comunicadores mantêm-se atrás do despacho de agência (p. 59)”.

Firma-se nos Estados Unidos, a ideia de jornal-empresa, em que é central a divisão de trabalho nas redações, com editores agindo a partir dos interesses do mercado e repórteres que apuram informações por meio de procedimentos padronizados, até mesmo inconscientemente. Os jornalistas passaram a exercer várias funções ao mesmo tempo, o que implicava apurar, redigir, corrigir, diagramar, etc. (LAGE, 2006).

Segundo Ciro Marcondes Filho, a implantação da imprensa como negócio foi gradual, iniciando após 1830 na Inglaterra, na França e nos Estados Unidos e impondo-se plenamente por volta de 1875.

A grande mudança que se realiza nesse tipo de atividade noticiosa é a inversão da importância e da preocupação quanto ao caráter de sua mercadoria: seu valor de troca – a venda de espaços publicitários para assegurar a sustentação e a sobrevivência econômica – passa a ser prioritário em relação ao seu valor de uso, a parte puramente redacional – noticiosa dos jornais. A tendência, como se verá até o final do século XX, é a de fazer do jornal progressivamente um amontoado de comunicações publicitárias permeado de notícias. (MARCONDES FILHO, 2002, p.13).

Os jornais tornaram-se economicamente acessíveis à maioria da população, pois o propósito imediato dos donos desses jornais era obter lucro, através das vendas, ou da inclusão de publicidade (SOUSA, 2001).

No final do século XIX, o jornalismo tornou-se mais noticioso e factual, mas também, mais sensacionalista. A concorrência entre os veículos e a disputa por leitores faz com que os jornais americanos publiquem cada vez mais notícias com ênfase em escândalos e dramas humanos, trazendo a sensação do maravilhoso, da excitação e do perigo. Essa linha de jornalismo é conhecida como *Yellow Journalism* e teve como principais expoentes, os empresários Joseph Pulitzer e William Randolph Hearst. Esse último é acusado, inclusive, de inventar fatos⁴.

Durante a Guerra Hispano-Americana (1898), as manchetes eram utilizadas de modo a atrair a atenção dos leitores, letras grandes de dez centímetros, com cores fortes, muitas vezes vermelhas, eram estampadas na primeira página. A matéria dos correspondentes tinha de ser compatível com os cabeçalhos e alguns continham exageros tão grosseiros a ponto de um funcionário do *New York Herald* insistir que havia “uma fábrica, por lá, destinada a falsificar notícias de guerra” (KNIGHTLEY, 2009, p. 73).

Houve uma reação pública contra o jornalismo sensacionalista, o que fez com que novamente a objetividade jornalística ganhasse força, se estabelecendo como uma prática cuja finalidade era economizar tempo e espaço para captar o máximo de informação possível. Cientes das consequências do sensacionalismo, os jornais americanos exigiram mais rigor na apuração, nas técnicas e no tratamento da informação.

Foram buscar no espírito científico o respeito pelos fatos empíricos e o cuidado para não avançar além daquilo que os fatos permitem ao senso comum inferir. O ideal de imparcialidade é parte dessa postura, que se contrapôs ao modelo sensacionalista dos Estados Unidos (LAGE, 2006, p. 15).

Pois, descobriu-se que o jornalismo precisava de algo mais do que grandes tiragens e narrativas surpreendentes. Dependia de credibilidade.

⁴ Hearst é tido como um dos principais instigadores da Guerra Hispano-Americana, já que teria inventado notícias apenas para levar os Estados Unidos a declarar guerra à Espanha, por causa de Cuba.

1 Os registros da objetividade

Como forma de contextualizar e situar a discussão da objetividade no jornalismo, nesta seção será apresentada a que o jornalista Daniel Cornu (1998) faz sobre o conceito. Ele divide, para fins de análise, a problemática da objetividade jornalística em cinco registros: epistemológico, psicológico, pragmático, ético e ideológico.

No campo de discussão do registro epistemológico, a objetividade é compreendida como a adequação fiel entre notícia e realidade, sendo que o relato de uma notícia é verdadeiramente aquilo que ocorreu. Nesse sentido a objetividade jornalística é encarada da mesma forma que a objetividade na ciência.

Ambas são condenadas pela crítica construtivista. A objetividade científica é um “mito”, pois é impossível conhecer um objeto independentemente da existência de um observador e a objetividade jornalística é ilusória, pois não se conhece a realidade de modo pleno e completo (p. 98).

A objetividade encarada dessa forma é criticada por meio dos próprios métodos utilizados na prática do jornalismo.

A predominância dos elementos materiais, externos e verificáveis; a evidenciação dos elementos baseados na expressão da opinião, pelo recurso à citação ou indicação de seu caráter conjectural; a utilização de indicadores assinalando a independência do jornalista. Nesse sentido, os jornalistas e os meios de comunicação deveriam ser considerados como “agentes estruturadores” da realidade e não simples espelhos (CORNU, 1998, p. 99).

De acordo com Traquina (2005), nos estudos que tratam da parcialidade das notícias, a teoria das notícias como espelho é considerada como ponto de discussão, já naqueles que enxergam as notícias como construção, a teoria do espelho é totalmente rejeitada.

A teoria mencionada acima surgiu no século XIX, numa época em que acontece a profissionalização do jornalismo, e no momento em que este começa a se distanciar da literatura e passa a privilegiar a informação, esta destituída de opinião. Parte da premissa de que os acontecimentos precisam ser observados com distanciamento e

imparcialidade pelo jornalista, sem qualquer mediação ou interferência cultural e ideológica entre a realidade e a notícia.

Sob a perspectiva das notícias como construção, há uma rejeição em atribuir as notícias como espelho, já que é impossível distinguir a realidade dos próprios meios noticiosos que têm a missão de refletir essa realidade, porque as próprias notícias ajudam a construir a própria realidade.

Segundo Eugênio Bucci (2006, p. 92), “diz-se que tem objetividade o discurso em que se expressam as características próprias do *objeto* – e não as do autor do relato (o sujeito)”. Mas ele completa que o jornalismo não tem objetos, só tem sujeitos. “O jornalismo, produto que é do senso comum, adota a pressuposição tácita de que uma descrição pode ser objetiva, ou seja, pode ser inteiramente fiel às características do objeto, sem que o sujeito a deforme.”

Se partirmos da concepção de que a objetividade é uma forma de observar o objeto, e no caso específico do jornalismo, em que o objeto envolve sujeitos, acaba sendo praticamente impossível tentar enquadrá-la nessas aplicações. O pesquisador de narratologia Luiz Gonzaga Motta (2005, p. 31) indaga: “como alcançar uma distância que garanta a distância das paixões? A proximidade do acontecimento significa infidelidade à história? Por outro lado, a distância garantiria isenção?”

A esse questionamento, incluímos mais uma pergunta: mesmo que possível, a adoção de uma postura imparcial, isenta e neutra poderia ser considerada uma virtude no jornalismo?

Cunha (2010), diz que ao observar, não se entra em campo como uma tábula rasa. “O olhar é marcado por variantes de gênero, idade, formação profissional e cultura”. A autora compara a realidade com uma moldura, em que tanto a objetividade, quanto a subjetividade seriam os modos e as formas de contemplar o quadro, ou de enxergar essa realidade. Para Pena (2006), 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.

Da discussão epistemológica decorre ainda outro debate, de caráter ontológico, cuja natureza mais radical que a primeira parte do princípio de que é impossível se ter um conhecimento satisfatório dos fatos, já que a própria realidade é negada e

considerada inexistente. Nesse caso, a realidade só é dada pela linguagem e é no discurso que ela ganha sentido.

No registro psicológico aparece a questão da subjetividade do jornalista no modo como apreende os fatos. “Apesar dos esforços para se conformar às regras normativas de sua profissão, não é possível ignorar todos os fatores que individualizam e contribuem para a definição do seu “ponto de vista” da realidade” (CORNU, p. 100).

Nesse sentido, pode-se incluir ainda o lugar de fala, que “marca o assento do autor quando ele se põe a escrever.” É desse lugar que o autor seleciona o que será discutido em seu texto, como também qual será o enquadramento (CUNHA e CORRÊA, 2011, p. 03). Desse modo, o lugar de fala seria ideológico.

O registro pragmático se refere às condições da prática e o conjunto de pressões que afetam os profissionais do jornalismo. Assim, não há uma negação da objetividade, mas sim que esta é reduzida aos procedimentos de produção de notícia, às técnicas e todo o conjunto de operações. Isso acaba sendo uma forma de justificar a noção de objetividade, que seria ligada a procedimentos de rotina, pontos de vista opostos e a utilização de citações. No entanto, a crítica é que as escolhas, o tratamento das informações, o próprio processo de construção de notícias acaba privilegiado certos acontecimentos e ignorando outros.

Segundo Sousa (2000, p. 82), o ideal de objetividade é observado por meio dos processos de “objetivação” e factualização da informação, com o uso de fontes e citações.

Os jornalistas seriam, assim, considerados “objetivos”. Inversamente, quando procuram analisar afirmações e outros dados e chegar a conclusões, fugindo a abordagens típicas do “jornalismo de citações”, os jornalistas são, muitas vezes, perspectivados como distorcedores da informação, mormente pelo poder, que se pretenderá autopetuar, relegitimando-se continuamente

O registro ético traz um efeito de dissimulação da responsabilidade dos jornalistas. “Na busca de objetividade em sua representação da realidade, os jornalistas livram-se da sua responsabilidade quanto às consequências de seu tratamento da notícia do dia” (CORNU, p. 101). Tuchman (1999) compartilha da mesma opinião, quando diz que os jornalistas se apoiam nesse quesito como forma de justificar seus erros.

Para Eugênio Bucci (2006), o jornalista comete um pecado ético, que nada tem a ver em possuir convicções e até preconceitos, pois isso é inerente ao ser-humano. “O pecado é não esclarecer para si e para os outros essas suas determinações íntimas, é escondê-las, posando de ‘neutro’.” (p. 97). O pecado ético do jornalista, em suma, é falsear a sua relação com os fatos, tomando parte na impostura da neutralidade.

Quanto ao registro ideológico, cuja crítica está ligada aos pressupostos da tradição marxista, da Escola de Frankfurt, a objetividade é vista como um instrumento para privilegiar a subjetividade, ou seja, perpetuar e reforçar os interesses, opiniões e ideologias dos poderes dominantes da sociedade.

Nesse aspecto, não faz sentido discutir a objetividade no jornalismo

Mas por que os críticos partem do pressuposto de que a imprensa deveria ser objetiva? A objetividade é uma estranha exigência a se fazer a instituições que, como sociedades comerciais, dedicam-se antes de tudo à sobrevivência econômica. É uma estranha exigência a se fazer a instituições que, com frequência, por tradição ou código explícito, são órgãos políticos. (SCHUDSON, 2010, p. 12)

Lage discorda:

Concluir daí que não existe a objetividade jornalística é o mesmo que supor que, se não é possível obter medidas exatas por mais aperfeiçoados que sejam os aparelhos de medição, então nenhum avião é capaz de voar, nenhum trem de correr sobre trilhos e um prédio deve a qualquer momento desabar sobre nossas cabeças. A objetividade, em jornalismo, é meta que se traduz numa série de técnicas de apuração, redação e edição; na busca de enunciados intimamente adequados à realidade e em sua tradução para diferentes públicos e veículos. (LAGE, 2001, p. 48)

Isabelle Anchieta Melo (2007) defende o ponto de vista pragmático, em um sentido em que ela denomina de “intersubjetividade”, já que o jornalismo possui um modo particular de processar os acontecimentos dentro de rotinas e formas narrativas próprias – a mediatização. Assim, não se trata mais de encontrar a verdade ou de acreditar que os fatos possuem uma objetividade em si, mas sim de buscar produzir uma narrativa equilibrada, ouvindo as várias versões do fato, por diferentes fontes, é preciso apresentar a controvérsia; verificar documentos e dados que comprovem ou não o fato; buscar não tomar partido, entre outras condutas técnicas e éticas.

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 reportam, e os que tomam conhecimento do fato por meio do relato (BUCCI, 2006, p. 93).

Todos os manuais de redação consagram a necessidade de ouvir os dois lados de um mesmo assunto, é o que diz Carlos Alberto di Franco. Trata-se de um esforço de isenção mínimo e incontornável. Mas algumas distorções transformam um princípio irretocável num jogo de aparência. A apuração de faz-de-conta representa uma das maiores agressões à ética informativa.

Matérias previamente decididas em guetos engajados buscam a cumplicidade da imparcialidade aparente. A decisão de ouvir o outro lado não é sincera, não se apoia na busca da verdade. É um artifício. O assalto à verdade culmina com uma estratégia exemplar: a repercussão seletiva. O pluralismo de fachada convoca, então, pretensos especialistas para declararem o que o repórter quer ouvir. Personalidades entrevistadas avalizam a 'seriedade' da reportagem. Mata-se a informação. Cria-se a versão. (FRANCO, 2004).

Melo (2007), defende que um procedimento que busca o equilíbrio, acaba sendo mais um campo de apresentação das interações do que propriamente a crença do reflexo de uma verdade acabada. O jornalismo é, assim, campo de disputa e luta simbólica e deve mais apresentar a diversidade de posições sobre um assunto do que focar um de seus aspectos.

2 A objetividade no texto jornalístico

Para Rogério Christofolletti, ser objetivo jornalisticamente significa noticiar sem emoções, não demonstrar paixão no relato dos fatos, utilizar citações diretas; mostrar fontes contraditórias, buscar a pluralidade e tentar selecionar *palavras neutras* para descrever o contexto (grifo do autor)

Portanto, requer distanciamento das pessoas, das circunstâncias que compõem o fato, das versões a ele ligadas. Requer não envolvimento com as partes, proximidade e engajamento. Pressupõe equilíbrio, dispensa a parcialidade no relato, espera o mínimo contato possível com os objetos do relato. Desta forma, devem ficar muito bem nítidas e estabelecidas as fronteiras que separam comentários e opiniões dos relatos informativos, pretendidos com isenção de qualquer traço de subjetividade. (CHRISTOFOLETTI, 2004, p. 64).

Franco (2004) não concorda e enfatiza que não se faz bom jornalismo sem emoção. A frieza é anti-humana e, portanto, antijornalística. A imprensa honesta e desengajada tem um compromisso com a verdade. Pela posição do autor, a neutralidade é uma mentira, mas a isenção é uma meta a ser perseguida diariamente.

Eugênio Bucci pontua que as convicções pessoais não são capazes de estragar um texto. Para o autor, o bom jornalismo não está ligado à indiferença ou à neutralidade do sujeito. Pois sendo o jornalismo uma atividade que promove a cidadania, traz consigo também a indignação, pois as emoções estão tão presentes na reportagem como na alma humana.

Há mesmo situações em que a tentativa de isentar-se inteiramente de toda emoção produz um alheamento no repórter que, aí sim, torna imprestável seu relato. Sem a indignação, o espanto, a surpresa não há reportagem. O que não significa que o estilo deva ser meloso ou, noutra extremo, vociferante. Ele não deve ser uma esponja embebida em adjetivos: a precisão jornalística requer realçar a emoção que move os acontecimentos. A objetividade possível não é, portanto, a correspondência fria de uma descrição a objetos inanimados ou inumanos, mas o impacto quente dos fatos produzidos por seres humanos no discurso ininterrupto do jornalismo. Banir a emoção da informação é banir a humanidade do jornalismo (BUCCI, 2006, p. 95).

Bucci complementa que tudo em excesso causa um desequilíbrio, tanto a frieza quanto o emocionalismo. Se o repórter se esconde na postura de neutralidade, frustra seu público, se adota uma narrativa panfletária, confunde o público. Em qualquer desses casos, desinforma.

Na tentativa de trazer objetividade ao texto e à narrativa jornalística, foi estabelecido o formato de texto já citado anteriormente, o modelo da pirâmide invertida. Na busca pela imparcialidade e por um distanciamento crítico diante de fatos e interesses, o jornalista acaba se rendendo a essa técnica de padronização.

De acordo com Mário Erbolato (2001), a pirâmide invertida é composta de um texto que traz já na entrada os fatos culminantes, na sequência são expostos os fatos importantes ligados à entrada, seguida de pormenores interessantes até chegar aos detalhes dispensáveis, ao contrário da pirâmide normal ou literária, em que o esquema das informações começa com a narração dos detalhes na introdução, passa para os fatos de crescente importância, com o intuito de criar suspense, em seguida vêm os fatos culminantes até chegar ao desenlace.

Assim, o formato invertido já disponibiliza a informação principal no início do texto e o leitor não precisa ler a notícia até o final para se informar do acontecimento principal. Esse modelo considerado sintético, direto, conciso, e preciso, deve utilizar uma linguagem clara e objetiva e, sobretudo, causar uma impressão de verdade e realidade.

O problema é que a "pirâmide invertida" corresponde a uma descrição formal, empírica, que nem sempre corresponde à realidade, exatamente porque não capta a essência da questão. Não se trata, necessariamente, de relatar os fatos mais importantes seguidos dos menos importantes. Mas de um único fato tomado numa singularidade decrescente, isto é, com seus elementos constitutivos organizados nessa ordem, tal como acontece com a percepção individual na vivência imediata [...] A pirâmide invertida e o *lead* levam a maioria dos redatores a pensar que se deve sempre responder monótona e mecanicamente às famosas "seis perguntas" no primeiro parágrafo - do que realmente pela apreensão singularizada do fato, na qual o *lead* seria apenas a expressão mais aguda e sintética. De fato, o *lead*, como momento agudo, síntese evocativa da singularidade, normalmente deverá estar localizado no começo da notícia. Porém, nada impede que ele esteja no segundo ou até no último parágrafo, como demonstram certos redatores criativos. (GENRO FILHO, 1987, p. 183-202).

Para Sérgio Vilas Boas (1996, p. 45), é o *lead* que convida o leitor ao texto, precisando dispor de artifícios que captem a atenção.

[...] O *lead* precisa exercer um poder de atração sobre seu leitor. As informações principais, assim como o fato que originou a matéria, não têm, necessariamente, de vir nas primeiras linhas [...] A abertura pode ser descritiva ou começar por uma declaração-citação; pode realçar a imaginação do leitor ou contar uma história pessoal; ou ainda se for o caso, abrir com frases feitas, clichês, fazer trocadilhos, paradoxos, anedotas etc.

De acordo com Sousa (2000, p. 204), os meios utilizam *formatos* e uma *gramática específica* enquanto mediadores ativos do processo de construção social da realidade.

Os *formatos* definiriam os conteúdos e, portanto, condicionariam a atenção, as expectativas, a apreensão da informação e a construção de significados por parte do público, já que comportariam a estratégia e a forma de produção, apresentação e interpretação da informação. A *gramática específica* organizaria logicamente os procedimentos que tornam possível a localização, hierarquização, organização e interpretação dos conteúdos definidos pelos *formatos*.

A linguagem jornalística impõe uma série de restrições, como a cobrança de uma gramática e um vocabulário coloquiais, de modo que seja acessível e adequada ao entendimento do público.

Nesse contexto, será inadequado dizer “eu vi”. “Eu” (a primeira pessoa verbal) passa a não fazer sentido. Nem cabe dirigir-se ao consumidor da informação como “vós”, “vocês”, ou “senhores”. Tais formas de tratamento (na segunda pessoa ou na terceira pessoa substituindo a segunda, como ocorre na maior parte Brasil), pressupõem um outro tipo de relação com o público. (LAGE, 2006, p. 24).

A impessoalidade do redator é cobrada e como a notícia trata das aparências do mundo, os termos que denotam subjetividade devem ser excluídos. Os textos também precisam ser desadjetivados. Não é notícia o que alguém *pensou, imaginou, concebeu, sonhou*, mas o que alguém disse, *propôs, relatou* ou *confessou* (LAGE, p. 26, grifo do autor).

Segundo Motta (2005), o jornalista é um narrador discreto, utilizando recursos e estratégias de linguagem que visam apagar seu papel de narrador e sua mediação. Ele nega e finge a narração. Quer passar a impressão que os fatos falam por si mesmos. Acha difícil reconhecer a narrativa jornalística como um componente argumentativo.

A busca pela objetividade e pela imparcialidade no jornalismo resulta no apagamento do jornalista enquanto sujeito narrador da narrativa que ele constrói. Isso acontece porque o jornalismo tenta criar o “efeito de real”.

A estratégia textual principal do narrador jornalístico é provocar o “efeito de real”, fazer com que os leitores interpretem os fatos narrados como verdades, como se os fatos estivessem falando por si mesmos [...] ainda que não sejam “a realidade”, os textos jornalísticos têm veracidade, recorrem a recursos de linguagem para parecerem factuais, objetivos e verdadeiros (MOTTA, 2005, p. 106).

Para Borges (2011), o texto jornalístico precisa evocar confiança. A questão é que não se pode confundir essa confiança como uma garantia da fidelidade dos fatos, já que o texto jornalístico, como qualquer outro não se pode afirmar como isento de contaminações e sem pelo menos uma pitada de ficção. Traquina (2005), ainda pontua ainda que não cabe à linguagem o papel de transmissora direta do significado inerente aos acontecimentos, sendo que uma linguagem neutral é impossível.

Considerações finais

Conforme visto, parece que o jornalismo criou sua própria versão sobre a objetividade, que seria a maior fidelidade possível para com a verdade dos fatos, assegurada através dos processos de trabalho. Neste sentido, cobra-se o máximo de equilíbrio na forma de coletar, selecionar e editar as notícias. Ou seja, há a defesa de que a objetividade não existe, no entanto há um esforço em garantir a menor interferência possível.

E esse esforço inclui as técnicas de objetivação do discurso, como o uso na terceira pessoa, as aspas e citações, a não utilização de adjetivos ou termos que denotem emoção, além do formato próprio de hierarquização das informações, a chamada pirâmide invertida.

Entretanto, o mais importante no jornalismo é o compromisso com a verdade. Um texto jornalístico sempre vai demonstrar as intenções do autor, pois a neutralidade não é possível, pois convicções, emoções e outros sentimentos são inerentes ao ser humano.

Então é preciso clareza, que o jornalista pontue abertamente as razões de suas escolhas. Ele deve agir com honestidade para conquistar a confiança dos leitores. Assim, a objetividade no jornalismo é uma intersubjetividade. Não exige isenção total e sim equilíbrio.

Referências

BORGES, Rogério Pereira. **Autonomia e ruptura**: uma proposta teórica para o jornalismo literário. Tese apresentada na Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (UnB), 2011.

BRIXIUS, Leandro José. **Objetividade jornalística**: um estudo a partir das rotinas de produção das editorias de política de Zero Hora e Correio do Povo, 2006.

BUCCI, Eugênio. **Sobre ética e imprensa**. 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

CHAPARRO, Manuel Carlos. **Sotaques d'aquém e d'além mar** : Travessias para uma nova teoria de gêneros jornalísticos, 2008.

CHRISTOFOLETTI, Rogério. **A medida do olhar: autoria e objetividade na reportagem.** Tese de doutorado em Ciências da Comunicação. ECA, Universidade de São Paulo, Orient. Cremilda Medina, 2004.

CORNU, Daniel. **Ética da Informação.** – Bauru, SP: EDUSC, 1998.

CUNHA, Maria Jandyra C. **A Operação Condor.** Lugar de fala e enquadramento na narrativa jornalística. Revista Intercâmbio dos Congressos Internacionais de Humanidades (UnB), v. 03, p. 2010.

CUNHA, M. J. C.; CORREA, V. A. **O lugar de Fala de Taunay.** Um estudo sobre o enquadramento da narrativa na Guerra do Paraguai. Revista Intercâmbio dos Congressos Internacionais de Humanidades (UnB), v. 4, p. 2011. Disponível em: <http://unb.revistaintercambio.net.br/24h/pessoa/temp/anexo/1/1250/2052.pdf/>. Acesso em: 14/12/2012.

ERBOLATO, Mário. **Técnicas de codificação em jornalismo** – redação, captação e edição no jornal diário. São Paulo: Ática, 2001.

FRANCO, Carlos Alberto di. **Jornalismo e emoção.** "O dogma e a emoção", copyright O Globo, 2004. Disponível em: www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/pedro_do_couto. Acesso em: 08/01/2013.

GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da Pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo.** 3 ed. Porto alegre: Ortiz, 1987.

KNIGHTLEY, Phillip. **A primeira vítima;** Rio de Janeiro, Nova Fronteira, 1978.

LAGE, Nilson. **A bolha ideológica e o destino do jornalismo.** Texto baseado em palestra proferida no Fórum de Professores de Jornalismo, Campo Grande, MS, Abril de 2001.

_____. **A Reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística.** - Rio de Janeiro: Record, 2001.

_____. **Comentários à dissertação de mestrado** “O Estado de S. Paulo (142-1972), uma contribuição à história das técnicas jornalísticas” de Liriam Sponholz da Universidade Federal do Paraná, 1999. Disponível em: <http://www.dimasgomez.com.br/beta/>. Acesso em 15/05/2011.

_____. **Estrutura da notícia.** 6. ed. - São Paulo: Ática, 2006.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Comunicação e jornalismo: a saga dos cães perdidos.** SP. Hacker. 2002.

MELO, Isabelle Anchieta. **A defesa de uma nova objetividade jornalística: a intersubjetividade,** UFMG, 2007. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/melo-isabelle-intersubjetividade.pdf> Acesso em 15/12/2012.

MOTTA, Luiz Gonzaga. **A Análise Pragmática da Narrativa Jornalística**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. Rio de Janeiro. Anais... São Paulo: Intercom, 2005.

_____. **Narratologia**: teoria e análise da narrativa jornalística. – Brasília: Casa das Musas, 2005.

MORETZSOHN, Sylvia. **Profissionalismo e objetividade**: o jornalismo na contramão da política. IX COMPÓS: Porto Alegre/RS, 2000.

MOULLAUD, Maurice. **A crítica do acontecimento ou o fato em questão**. In: PORTO, Sérgio Dayrell (org.) 2.ed, 2002.

NATALI, João Batista. **Jornalismo Internacional**. São Paulo: Contexto, 2007.

PENA, Felipe. **O jornalismo Literário como gênero e conceito**. Trabalho apresentado ao NP de Jornalismo, do Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom, em 2006.

_____. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2006.

PEREIRA JÚNIOR, Luiz Costa. **A apuração da notícia**: métodos de investigação na imprensa/ Petrópolis, RJ: Vozes, 2006.

SOUSA, Jorge Pedro. **Elementos do jornalismo impresso**. Porto: Universidade Fernando Pessoa, 2001.

_____. **Notícias e os seus efeitos**: As teorias do jornalismo e dos efeitos sociais dos media jornalísticos. Minerva Coimbra, 2000.

TUCHMAN, Gaye. A objectividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objetividade dos jornalistas, 1972. In: TRAQUINA, Nelson (org.). **Jornalismo: questões, teorias e 'estórias'**. Lisboa: Vega, 1999.

_____. Contando estórias. 1976. In: TRAQUINA, Nelson (org.). **Jornalismo: questões, teorias e 'estórias'**. Lisboa: Vega, 1999.

TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo**, porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2. ed, 2005.

VILAS BOAS, Sérgio. **O estilo magazine**: o texto em revista. 2. ed. São Paulo: Summus editorial, 1996.