

**Como jornalistas compreendem os gêneros jornalísticos?
uma conversa com quem faz notícia¹**

*How journalists understand the journalistic genres?
a conversation with those who write news*

Carlos Humberto Ferreira SILVA JÚNIOR²
Arthur Almeida DE OLIVEIRA³

Resumo

Este trabalho tem como objetivo captar como jornalistas em atividade compreendem os gêneros jornalísticos informativo e opinativo. Por meio de entrevistas semiestruturadas, buscamos verificar quais as definições que os profissionais dão a alguns formatos jornalísticos e a sua relação com os seus respectivos gêneros. Durante setembro de 2020, foram entrevistados seis jornalistas, todos atuantes em redações de veículos de comunicação. Como resultados preliminares, identificamos que há uma divisão clara na fala dos profissionais sobre o que é opinião e informação, mas que existem nuances na prática e nas subjetividades que envolvem suas atuações.

Palavras-chave: Comunicação. Jornalismo. Gêneros jornalísticos. Informação. Opinião.

Abstract

This paper aims to capture how working journalists understand the informative and opinionated journalistic genres. Through semi-structured interviews, we sought to verify which definitions professionals give to some journalistic formats and their relationship with their respective genres. During September 2020, six journalists were interviewed, all working in newsrooms for media outlets. As preliminary results, we identified that there is a clear division in the professionals' speech about what opinion and information are, but that there are nuances in the practice and in the subjectivities that involve their performance.

Keywords: Communication. Journalism. Journalistic genres. Information. Opinion.

¹ Versão inicial apresentada no IJ01 – Jornalismo, na XVI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom 2020).

² Doutorando em Comunicação pela Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Unesp/Bauru). Professor Bolsista do curso de Jornalismo pela mesma instituição.
E-mail: carlos.jr@unesp.br

³ Graduando do curso de Jornalismo da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design (FAAC) da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Unesp/Bauru).
E-mail: arthur.a.oliveira@unesp.br

Introdução

As pesquisas sobre os gêneros jornalísticos já possuem tradição no campo da Comunicação. Desde os estudos de Luiz Beltrão (1976; 1980), passando por José Marques de Melo (2003) e Manuel Carlos Chaparro (2008), buscamos entender melhor como os gêneros jornalísticos e os seus formatos vêm sendo definidos e compreendidos, a fim de que se tornem mais claros os seus processos de produção e recepção.

Com intuito de ampliar e contribuir com esta seara de estudos, neste trabalho, buscamos trazer impressões e especulações sobre como os jornalistas que atuam em algumas redações pelo país compreendem os gêneros jornalísticos, bem como definem estes formatos.

Tendo como base o pensamento de José Marques de Melo e Francisco de Assis (2016), realizamos entrevistas semiestruturadas com seis jornalistas de diferentes veículos de comunicação, todos da editoria de Política, tentando estabelecer os espaços de diálogo e discordância com a teoria proposta. Assim, ao mesmo tempo, buscamos entender as definições desses profissionais acerca daquilo que se toma como “opinião” e “informação” e, a partir disso, discutir como funciona a relação entre esses elementos, isso é, suas intersecções e divergências no jornalismo.

Vale ressaltar que este trabalho é uma pesquisa exploratória que busca, antes de tudo, procurar uma aproximação com os profissionais da mídia, para verificar como se relacionam com os conceitos de gêneros e formatos jornalísticos, em especial, a classificação proposta por José Marques de Melo e Francisco de Assis (2016).

A divisão opinião-informação, um paradigma jornalístico?

Quando utilizamos da definição de paradigma oferecida por Thomas Kuhn (1989), entendemos que a ciência possui certos padrões de comportamento, fazendo com que ela, ao mesmo tempo, conserve suas características, mas abra espaço para uma renovação constante. Os paradigmas funcionam como modelos, formas de pensar e fazer, que acabam justificando a ação de uma comunidade em prol de um objetivo comum ou semelhante. Como aponta Manuel Carlos Chaparro (2008), apesar de ser uma definição possivelmente imprecisa para tratar deste fenômeno, seu uso indiscriminado e o

dinamismo que o conceito ganhou no tecido social servem como justificativa para sua utilização nesta discussão:

A rigor, talvez não se trate de um paradigma, ao menos na significação científica do termo e no sentido que Kuhn (1989) lhe atribui, ao propor a teoria de revoluções científicas. Embora a dicotomia Opinião x Informação se tenha transformado, pela tradição, em espécie de matriz que há quase três séculos regula convicções conceituais que organizam e explicam o jornalismo (...) o contexto da justificação, engendrado pelos pensadores do jornalismo, acabou por criar uma "lei" que produziu especialistas, encheu livros e consolidou raízes, tanto nas redações quanto nos meios acadêmicos. Além do mais, o termo paradigma migrou da cultura científica para o espaço do senso comum, como sinônimo de modelo padrão. E isso também legitima o seu uso, aqui (CHAPARRO, 2008, p. 145).

As transformações nas formas de se comunicar, ocorridas especialmente no final do século XX e início do XXI, vêm colocando em xeque essa ideia e, assim, um dos pilares que moldaram o discurso jornalístico parece a cada dia ruir mais. O eixo que separa a opinião da informação para a construção de um relato que se baseia em um fato – anteriormente, lido como imparcialidade – cede frente às subjetividades distintas, que surgem na sociedade e apresentam suas próprias significações daquilo que presenciam.

Se, hoje, pouco se fala da imparcialidade (a inexistente capacidade de não se fazer juízo de valor ao significar a realidade), o paradigma da separação entre informação e opinião parece, ainda, manter-se como normativa, tanto para alguns estudos da área da Comunicação quanto para alguns profissionais. Não é incomum escutarmos as frases “devemos buscar a isenção em nossas apurações”; “o jornalista não deve interferir no fato, apenas relatá-lo”; ou “o jornalista não deve dar sua opinião”. Isso, inclusive, dentro dos ambientes universitários, onde se formam os jornalistas de amanhã.

Por outro lado, temos visto reivindicações advindas da própria sociedade que questionam a parcialidade dos veículos de comunicação e a forma como optam por selecionar os conteúdos que fazem parte de seus noticiários. Foi assim, por exemplo, nas Jornadas de Junho de 2013, quando o grupo Mídia Ninja surgiu e ganhou visibilidade, trazendo perspectivas de dentro dos atos e mostrando fatos pouco explorados nos veículos tradicionais, sinalizando a possibilidade de outras óticas para um mesmo acontecimento.

Falar sobre opinião e informação no jornalismo nos faz olhar diretamente para aquilo de essência que a atividade apresenta à sociedade e que acaba por justificar sua

ação, o que nos leva à forma como a prática jornalística configurou-se tanto em suas primeiras experiências quanto durante o seu percurso de desenvolvimento.

A criação do jornalismo como uma atividade privada que interfere na opinião e na vida pública, tendo a credibilidade como elemento fundamental de sua justificativa social, trouxe características particulares e dilemas à atividade. Diferente da publicidade – que possui um grau de verossimilhança menor com a realidade para que se possa justificar – ou do entretenimento – que não tem na verdade o seu principal mote –, a atividade jornalística propõe-se a relatar o ocorrido, informar de maneira útil e, em alguns casos, orientar os cidadãos em suas tomadas de decisão.

De acordo com Lisboa e Benetti (2015), o jornalismo baseia sua ação em uma “crença verdadeira justificada”, ou seja, aquilo que adquire status de verdade por um pretense processo de garantia de legitimidade; neste caso, o processo de apuração.

A argumentação do discurso jornalístico, influenciada fortemente pela visão positivista do século XIX, aponta para uma realidade possível de ser observada e captada sem a interferência do indivíduo que dela faz parte. Daí, surgem as ideias de imparcialidade e, posteriormente, objetividade que dariam base para o desenvolvimento da prática em nossa sociedade contemporânea.

Essa posição, baseada no pensamento de matriz positivista, acaba ignorando os interesses privados das empresas que compõem o ecossistema de comunicação, bem como o das decisões e aspirações dos produtores do conteúdo jornalístico. Com isso, a ação basilar do jornalismo posiciona-se e justifica-se perante a sociedade com pressuposto na argumentação da separação entre a opinião e a informação.

Essa separação, apesar de ter se tornado hegemônica após a segunda metade do século XIX, surgiu no jornalismo em 1702, com a criação do jornal inglês *The Daily Courant*⁴. Nesse período, comumente, a imprensa comentava os acontecimentos em vez de trazerem informações cruas ou relatos objetivos do que ocorria na sociedade; fórmula essa adotada de maneira inovadora pelo *The Daily Courant*. Curiosamente, os integrantes da publicação tinham um valor em comum, eles buscavam expressar em seus textos a *acurácia*, que significa ‘a precisão em uma medição’. O periódico buscava a máxima precisão ao relatar um fato, contar o que aconteceu e como ocorreu sem nenhuma espécie de interferência, inclusive, a de seus anseios particulares (CHAPARRO, 2008).

⁴ Primeiro jornal diário britânico, fundado em 1702 e produzido por Elizabeth Mallet. Foi inovador por oferecer a seu público a possibilidade de “chegares as próprias conclusões”. Deixou de circular em 1735.

Um dos autores mais importantes da área da Comunicação no Brasil, José Marques de Melo (2003), faz vez a essa visão que separa a informação da opinião ao desenvolver sua classificação dos gêneros jornalísticos. Desde sua primeira proposta, embasada nos estudos de Luiz Beltrão (1976; 1980), o gênero informativo contrapõe-se ao gênero opinativo, ambos considerados hegemônicos pelo autor (MARQUES DE MELO; DE ASSIS, 2016, p. 50).

Essa classificação tem como foco a função social e suas características em comum. O gênero informativo está ligado à vigilância social, enquanto o gênero opinativo está ligado a um fórum de ideias (MARQUES DE MELO; DE ASSIS, 2016, p. 49). Sobre os formatos que compõem o gênero informativo, Marques de Melo (2003) afirma que:

A distinção entre a nota, a notícia e a reportagem está exatamente na progressão dos acontecimentos, sua captação pela instituição jornalística e acessibilidade de que goza o público. A nota corresponde ao relato de acontecimentos que estão em processo de configuração e por isso é mais freqüente no rádio e na televisão. A notícia é um relato integral de um fato que já eclodiu no organismo social. A reportagem é o relato ampliado de um acontecimento que já repercutiu no organismo social e produziu alterações que já são percebidas pela instituição jornalística. Por sua vez, a entrevista é um relato que privilegia um ou mais protagonistas do acontecer, possibilitando-lhes um contato direto com a coletividade (MARQUES DE MELO, 2003, p. 66).

Já com relação ao opinativo, podemos citar o texto de Ana Regina Rêgo e Maria Izabel Amphilo (2013), que nos traz uma boa explicação do gênero opinativo presente na obra de Marques de Melo (2003):

O gênero opinativo, conforme Marques de Melo (2003, p. 102), emerge de quatro núcleos: a) da empresa, b) do jornalista, c) do colaborador, d) do leitor. Dessa forma, a opinião da empresa é destacada de forma opinativa no editorial. A opinião do jornalista se reflete nas categorias: comentário, resenha, coluna, crônica, caricatura e no artigo, que eventualmente pode ser escrito por um intelectual ou colaborador. O leitor participa desse processo opinativo através de cartas. Assim, Marques de Melo (2003) apresenta-nos a participação de quatro núcleos da sociedade que expressam suas ideias na imprensa (RÊGO; AMPHILO, 2013, p. 97).

Uma oposição que confirma aquilo que era pretendido em 1702 pelo *The Daily Courant*, já que, por meio de um processo, pretende abarcar a realidade de forma objetivada, sem interferências.

Para além das teorias, explicações e classificações, este trabalho busca compreender como esse dilema está sendo enfrentado pelos jornalistas que estão em atuação nas redações atualmente. Por isso, realizamos seis entrevistas com profissionais da área que desempenham a função de repórter em seus respectivos veículos. Será que o paradigma da opinião e da informação se mantém como uma das principais justificativas para o desenvolvimento das atividades desses comunicadores?

Processos metodológicos

Haja vista que esta pesquisa objetiva tratar o assunto de maneira especulativa, ilustrativa e inicial, a escolha pelos profissionais ouvidos em entrevista foi feita de maneira convencional, sem critérios acerca de aspecto específico de vínculo institucional com a empresa jornalística ou da identidade social do jornalista (raça, gênero, sexualidade, lugar de origem ou atuação, etc.).

Os fatores delimitantes foram a formação acadêmica em nível de graduação no curso de Jornalismo ou Comunicação Social; a efetiva atuação como funcionário em um veículo comunicativo (brasileiro ou com um grupo internacional com redação no Brasil); e o seu envolvimento na produção de matérias para a editoria de Política. No esforço de possibilitar também um recorte entre mídia hegemônica e independente na compreensão dos gêneros jornalísticos, destaca-se que foram entrevistados representantes de ambos os tipos de empresa.

Vale a ressalva que, mesmo em meio às dificuldades de organizar e realizar as entrevistas com os jornalistas, devido à intensa cobertura midiática da pandemia de Covid-19 e às corridas eleitorais municipais de 2020, na medida do possível, tentamos contemplar uma maior pluralidade social de vozes (por mais que, como já afirmado, esses elementos não sejam o objeto de estudo específico desta pesquisa). Assim, escutamos os entrevistados conscientes de que havia ali membros representantes de grupos culturalmente invisibilizados: mulheres, brasileiros de fora do eixo Sul-Sudeste, LGBTQIA+s⁵ e pessoas de ascendência étnica e racial não-branca.

⁵ A Comunidade LGBTQIA+ engloba uma série de identidades de gênero e sexualidade. A sigla é uma síntese de algumas delas, Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transgêneros, Transexuais, Travestis, *Queer*, Intersexuais e Assexuais. O símbolo de adição (+) é uma representação gráfica que registra a existência de outras identidades para além das citadas.

Em seis entrevistas individuais e semiestruturadas realizadas de maneira remota pela plataforma *Google Meet*, conversamos com jornalistas atuantes nos seguintes meios: Brasil de Fato, CNN, Folha de São Paulo, Marco Zero Conteúdo, Ponte Jornalismo e The Intercept Brasil.

Os diálogos foram planejados e realizados durante o mês de setembro de 2020 e, de forma a zelar pelas fontes e pela criticidade deste trabalho, as identidades dos entrevistados não serão reveladas. Assim, referidos, neste texto, somente a partir de números (1-6), correspondentes à ordem cronológica de realização das entrevistas, nem mesmo quando citados, o veículo sob o qual o jornalista trabalha terá o seu número de correspondência apresentado ao público.

Desenvolvidos a partir do material teórico proveniente dos autores já citados neste artigo, sobretudo José Marques de Melo (2003; 2016), os encontros foram guiados pela apresentação de uma situação-problema (uma espécie de sugestão de pauta de Política) para incitar o debate acerca de um fato e a forma como o jornalista, em seu processo pessoal e institucional, apuraria a informação e proporia um encaminhamento para a reportagem. O objetivo disso era analisar a escolha das fontes possivelmente mobilizadas e o elemento escolhido para dar destaque.

A situação-problema posta envolvia a problemática do pronunciamento do presidente Jair Bolsonaro no final de agosto de 2020 sobre o fim do pagamento do auxílio-emergencial, mesmo diante da vigência em grande parte do país de medidas de distanciamento social. De um lado, temos a dificuldade da complementação de renda das pessoas, em destaque à população cujos empregos são informais; do outro, a justificativa econômica do Estado de não conseguir mais arcar com esses pagamentos.

Com base nas falas dos jornalistas, algumas perguntas-auxiliares previamente pensadas e outras construídas a partir do que foi dito durante a entrevista ajudaram na análise da compreensão de como a opinião e a informação estavam presentes na prática cotidiana desses profissionais. As primeiras sendo: 1) Se você precisasse pegar o fato apresentado e escrever uma reportagem, como se daria o seu processo de apuração?; 2) De que forma esta escolha de destaque por um aspecto da notícia é feita e como isso impacta na produção e recepção da notícia?; 3) Como você vê a separação de opinião e informação dentro do Jornalismo?; 4) Em quais momentos pode-se opinar?; e 5) Você acredita que existe alguma diferença na flexibilidade entre se produzir informação e opinião em veículos independentes e hegemônicos?.

No geral, as indagações feitas pelo entrevistador ao jornalista davam-se, no início, pelo porquê de um ou outro lado ter ganhado mais ou menos destaque na possível apuração e, conseqüentemente, no texto a ser produzido. Se essas escolhas seriam, por exemplo, uma condição posta consciente ou inconscientemente por um olhar do jornalista ou pela linha editorial do veículo.

Para com o profissional, também houve um cuidado em se verificar qual a sua delimitação na conceitualização de cada um dos gêneros enquanto elementos compositores do Jornalismo, qual o fator que os faz divergir e qual é o espaço que permite a convergência entre a opinião e a informação. Além disso, explorou-se a ótica dos entrevistados sobre essa mesma definição, justapostos os produtos hegemônicos e independentes.

Em nossas conversas, foram identificados cinco similaridades entre os entrevistados: 1) a maioria fez uma divisão entre opinião e informação; 2) todos afirmaram que os conteúdos informacionais são carregados de subjetividade e opinião, mesmo que de forma não intencionada pelo jornalista; 3) afirmaram também que os especialistas são os melhores personagens para opinar nos conteúdos jornalísticos; 4) que para um conteúdo ser considerado opinativo é necessário que o leitor saiba que naquele momento está sendo emitida uma opinião; e 5) que existem diferenças no produto e na forma como se produzem matérias entre as mídias hegemônicas e não-hegemônicas.

É a partir desses cinco pontos destacados que faremos nossa análise. Tratam-se de especulações qualitativas que, amparadas por autores das Teorias do Jornalismo e da Sociologia da Comunicação, tentam projetar uma ilustração daquilo que se percebe, na contemporaneidade, como visões acerca, não só da produção jornalística brasileira, mas, também, de um paradigma da profissão.

A opinião de quem faz a notícia

Quando questionados sobre a diferença prática das produções jornalísticas em formatos opinativos e informativos, os entrevistados apontaram a busca e a incorporação de falas de pessoas tidas como “especialistas no assunto” como um dos grandes fatores da divisão dos gêneros (JORNALISTA 6, 2020). Para a maioria dos profissionais ouvidos, enquanto nos espaços opinativos o que se destaca é a voz do jornalista e a forma

como ele apresenta argumentos para comprovar um ponto comum, isso é, uma tese; nos textos informativos, o valor jornalístico é obtido por meio de um trabalho conjunto do comunicólogo com a sua fonte, que, por possuir autoridade, indica ao leitor possibilidades de análise sobre a pauta abordada.

Assim, se a credibilidade dos jornais é formada pelo cruzamento da autoridade das fontes consultadas e de uma legitimidade própria dos jornalistas, amparada pelos processos de apuração na prática de reconstrução discursiva de um relato polifônico e equilibrado (LISBOA; BENETTI, 2015, p. 21), o Jornalismo Informativo aparece como a materialização de uma transferência mútua de credibilidade. E, por esse motivo, essencialmente, difere-se do Opinativo, em que o texto conta somente com a figura do autor para se creditar.

É, sob essa mesma perspectiva lógica, que os entrevistados apontam uma clara delimitação dos espaços em que a opinião é passível. Em concordância à classificação de Marques de Melo (2003), todos os jornalistas afirmaram que, em alguns formatos de matérias, a presença da opinião é bem-vinda; mas que, por outro lado, há casos em que só é interesse do leitor o aspecto informativo, sem o juízo de valor do jornalista (por mais que, como já foi discutido neste artigo, não seja possível atingir a neutralidade total e, em menor ou maior escala, as narrativas jornalísticas carreguem, sim, subjetividade).

Nesse sentido, os formatos de nota, notícia e reportagem destacam-se como os mais recorrentes na produção informativa, enquanto a coluna e o editorial representam exemplos da opinião (MARQUES DE MELO; DE ASSIS, 2016, p. 50-51). Foi consenso entre os jornalistas afirmar, ainda, que, se escritas nesses dois últimos espaços, a opinião ganha credibilidade e, assim, valor jornalístico, por deixar transparente para o receptor que se trata de um “ponto de vista”, isso é, uma “visão particular do assunto”, que, não necessariamente, será suportado por um especialista (JORNALISTA 1, 2020).

Uma entrevistada pontuou também que a produção narrativa é mais complexa do que transmite o senso comum. A materialização de um texto vinculado pela mídia aparece como um produto que não reflete somente o trabalho do profissional responsável: “dentro da estrutura jornalística, importa tanto o seu lugar como jornalista quanto o lugar do jornal com relação a outros jornais e as outras esferas da sociedade” (JORNALISTA 4, 2020).

Esse ponto nos chama atenção pela proposta realizada por Silva Júnior (2018). O autor aponta que, para ser realizada uma análise discursiva no âmbito jornalístico, é necessário que o pesquisador leve em consideração justamente a relação de poder entre

aqueles que detêm o capital da empresa jornalística e o jornalista, sugerindo a existência de um “*ethos discursivo composto*”, que é acionado todas as vezes que os profissionais escrevem um conteúdo jornalístico.

Trata-se, portanto, de um sujeito discursivo que não carrega apenas a individualidade de quem escreve ou a opinião de quem paga, mas, sim, o produto de um acordo entre ambos. Sendo, ainda, o resultado desta união uma variável que se altera conforme a posição que o profissional ocupa em meio à realidade material do veículo e da disposição que possui com o público com o qual se comunica.

Pierre Bourdieu (1997) afirma que, dentro da lógica capitalista e frente à visão de que o jornalismo torna-se uma peça de troca comercial e de interesses, os jornais estão à mercê da economia e, assim, as pautas e as abordagens dos assuntos estão intrinsecamente relacionadas ao índice de audiência.

O campo jornalístico impõe sobre os diferentes campos de produção cultural um conjunto de efeitos que estão ligados, em sua forma e eficácia, à sua estrutura própria, isto é, à distribuição dos diferentes jornais e jornalistas segundo sua autonomia com relação às forças externas, as do mercado dos leitores e as do mercado dos anunciantes (BOURDIEU, 1997, p. 102).

Para os jornalistas ouvidos cuja experiência profissional já transitou entre ambientes de veículos hegemônicos e independentes, o pressuposto da existência dos meios alternativos – a maior delimitação do público-alvo, o teor ativista-político e a contraposição aos interesses ou tendências dominantes (KUCINSKI, 2018) – permite, naturalmente, uma maior presença de traços opinativos em matérias tidas como essencialmente informativas.

Isso porque, pelo fato de haver a capitalização do jornalismo, é possível que se adote na imprensa de circulação massiva uma postura de isenção para atrair mais leitores. É, inclusive, o que aponta uma das respostas recebidas: “descobriu-se, em algum momento na história do Jornalismo, que ser ‘isento’ vende mais. Se existe um jornal que se propõe a abarcar ambos os lados, ele também lucra mais, porque ele conversa com mais gente” (JORNALISTA 2, 2020).

É, dessa forma, que esses mesmos profissionais identificam na imprensa hegemônica a institucionalização de mecanismos capazes de minimizar a publicação de material opinativo desalinhado com os formatos que prevê o gênero informativo. Para citar alguns exemplos: a rapidez na produção da informação (*hard news*) somada ao

cuidado em se destringir um assunto em diversas notas, em vez de tratar tudo em uma única reportagem; a contratação de analistas e especialistas nos assuntos de maior recorrência nos noticiários, facilitando, assim, o contato com as ditas “autoridades”; e o processo em etapas de construção do texto, passando o conteúdo por várias pessoas antes do público geral.

Com relação ao posicionamento frente à apuração, foi nítido – havendo exceção a um caso – que os profissionais se colocaram em um campo não-militante, dando espaço à informação e à qualidade do conteúdo. Destacamos, como exemplos, duas falas de jornalistas pertencentes às mídias não-hegemônicas:

“A gente não tem partido (...) chegamos a um consenso, a gente não é ativista, somos jornalistas” (JORNALISTA 3, 2020); e “No texto dito informativo, é possível colocar algumas armadilhas textuais, (...) carregar nos adjetivos. No ponto de vista do texto, isso o empobrece e, como editor, temos muito trabalho em cortar esses adjetivos” (JORNALISTA 1, 2020).

Na primeira fala, fica perceptível que, mesmo verificando a possibilidade de se adotar um lado ou ter uma influência maior das subjetividades e opiniões, os jornalistas veem a necessidade de demarcar o seu espaço como profissional e não ativista. Já no segundo caso, existe um distanciamento dos adjetivos (elementos que dão qualidades subjetivas), demonstrando uma certa separação entre aquilo que é escrito e as visões individuais e pessoais.

Notamos também uma aproximação com aquilo que Lisboa e Benetti (2015) chamam de “crença verdadeira justificada”. A visão defende que o Jornalismo pretende aproximar-se dos elementos da verdade por meio de seu processo de apuração, que busca reconstruir o fato ocorrido a partir dos relatos coletados nas entrevistas e na construção dos textos. Já que a não-interferência se mostra impraticável, de acordo com as autoras, os jornalistas buscaram por meio da diversificação dos relatos encontrar aquilo que consideram mais próximo do que aconteceu.

Não por acaso, todos os jornalistas basearam seus argumentos em elementos que podem ser vistos como uma espécie de concretude da vida social, seja na institucionalização das normas e leis; nos estudos e na ciência; na busca pelos especialistas de cada área; na comprovação das informações por meio de dados oficiais ou pesquisas; e nas conversas com autoridades políticas que estão envolvidas diretamente com o ocorrido. Todos os entrevistados apontaram que há uma necessidade de se

encontrar na “materialidade” da realidade as razões para sua matéria existir (JORNALISTA 4, 2020).

Ou seja, existe uma preocupação por parte dos jornalistas com a justificativa daquilo que está sendo dito e exposto. Os dados por si não se comprovam sozinhos e é, nesse sentido, que cabe ao profissional atuar.

Considerações finais

Reforçando aquilo que Chaparro (2008) e Marques de Melo (2003) já afirmavam nas décadas passadas, com esta pesquisa podemos concluir previamente a visão de que a opinião e a informação são dois elementos de existência essencial para a manutenção do jornalismo segundo a visão e atuação dos jornalistas. Trata-se de conceitos importantes, não apenas das narrativas jornalísticas, mas, também, de toda a lógica de seu funcionamento, estando relacionadas com a estrutura fundante da prática social e com a forma como nós mesmos nos relacionamos com a realidade.

Outro ponto que nos chama atenção nesta pesquisa exploratória é verificar o quanto esses elementos compõem as dinâmicas das redações e como, de uma forma ou de outra, às vezes de maneira não objetiva, o jornalista se liga àquilo que se convencionou chamar de “fato”. Conceito esse que, pelas falas dos entrevistados, aparece quase como um elemento abstrato, apesar de fundamentais para suas práticas profissionais.

Como ponto de atenção para estudos futuros, abordar as diferentes concepções e compreensões do “fato” enquanto um conceito pode fazer com avancemos nesta ideia da separação entre opinião e informação, caso seja essa uma realidade. Por fim, nesta pesquisa foi possível identificar que todos os jornalistas com quem conversamos tiveram uma grande preocupação em justificar aquilo que estão fazendo em suas respectivas matérias, se mostrando amplamente amparados em relatas “aquilo que de fato ocorreu”, quando questionados sobre o gênero informativo e deixando a cargo de especialistas a opinião, sempre com o compromisso de que o leitor tenha plena consciência de que aquele conteúdo representa um ponto de vista.

Referências

- BELTRÃO, Luiz. **Jornalismo interpretativo: filosofia e técnica**. Porto Alegre: Sulina, 1976.
- BELTRÃO, Luiz. **Jornalismo opinativo**. Porto Alegre: Sulina, 1980.
- BOURDIEU, Pierre. **Sobre a Televisão: seguido de A Influência do Jornalismo e Os Jogos Olímpicos**. Tradução: Maria Lúcia Machado. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.
- CHAPARRO, Manuel Carlos. **Sotaques d'aquém e d'além mar: travessias para uma nova teoria de gêneros jornalísticos**. São Paulo: Summus, 2008.
- JORNALISTA 1. [Entrevista cedida a] Arthur Almeida de Oliveira. Bauru, 14 set. 2020.
- JORNALISTA 2. [Entrevista cedida a] Arthur Almeida de Oliveira. Bauru, 22 set. 2020.
- JORNALISTA 3. [Entrevista cedida a] Arthur Almeida de Oliveira. Bauru, 24 set. 2020.
- JORNALISTA 4. [Entrevista cedida a] Arthur Almeida de Oliveira. Bauru, 24 set. 2020.
- JORNALISTA 5. [Entrevista cedida a] Arthur Almeida de Oliveira. Bauru, 29 set. 2020.
- JORNALISTA 6. [Entrevista cedida a] Arthur Almeida de Oliveira. Bauru, 29 set. 2020.
- KUCINSKI, Bernardo. **Jornalistas e Revolucionários: nos tempos da imprensa alternativa**. 3. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2018.
- KUHN, Thomas. **A estrutura das revoluções científicas**. São Paulo: Perspectiva, 1989.
- LISBOA, Sílvia; BENETTI, Marcia. O jornalismo como crença verdadeira justificada. **Brazilian Journalism Research**, v 11. n 2, 2015. Disponível em: <<https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/664/666>>. Acesso em: 10 out. 2020.
- MARQUES DE MELO, José. **Jornalismo opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro**. 3. ed. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.
- MARQUES DE MELO, José; DE ASSIS, Francisco. Gêneros e formatos jornalísticos: um modelo classificatório. **Intercom - RBCC**, São Paulo, v.39, n.1, p.39-56, jan./abr. 2016.
- RÊGO, Ana Regina; AMPHILO, Maria Isabel. Gênero Opinativo *In*: MARQUES DE MELO, José; DE ASSIS, Francisco (orgs). **Gêneros Jornalísticos no Brasil**. São Bernardo do Campo: Editora Metodista, 2013.
- SILVA JR., Carlos Humberto Ferreira. **Vestígios de junho: o ethos discursivo composto nas manifestações de 2013 em São Paulo**. 2018. 162 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social). Escola de Comunicação, Educação e Humanidades. Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2018. Disponível em: <<http://tede.metodista.br/jspui/bitstream/tede/1766/2/CarlosHumbertoFerreiraSilvaJunior2.pdf>>. Acesso em: 05 out. 2020.