UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO
HABILITAÇÃO JORNALISMO

Nidiane Saldanha Perdomo

A FUNÇÃO SOCIAL DO JORNALISMO NO MERCADO DE NOTÍCIAS

Porto Alegre
2015

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO
HABILITAÇÃO JORNALISMO

Nidiane Saldanha Perdomo

A FUNÇÃO SOCIAL DO JORNALISMO NO MERCADO DE NOTÍCIAS

Monografia apresentada à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social - habilitação Jornalismo.

Orientadora: Prof. Sandra de Fátima Batista de Deus

Porto Alegre

2015

NIDIANE SALDANHA PERDOMO

A FUNÇÃO SOCIAL DO JORNALISMO NO MERCADO DE NOTÍCIAS

Monografia apresentada à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social - habilitação Jornalismo.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Sandra de Fátima Batista de Deus (orientadora) - UFRGS

Prof. Ilza Maria Tourinho Girardi (UFRGS)

Doutourando Francisco de Paula Rocha Amorim (UFRGS)

AGRADECIMENTOS

Obrigada Jean, marido - mas não só - amigo, companheiro para a vida, pelo apoio sem limites, pela paciência e pelo incentivo imenso.

À professora Sandra, pela orientação precisa e pela confiança em mim, às vezes maior que a minha, e pelas lições de jornalismo e de vida que me ensinou.

Mãe e pai, sempre, pelos exemplos de força e de felicidade.

Há muita atenção da imprensa e da população sobre os protestos nas ruas do Brasil. O curioso é que, quando são os índios que ocupam o espaço público, apesar de todo o seu colorido, de sua fascinante diversidade, eles correm o risco de tornar-se automaticamente invisíveis. Sua dor, sua morte e sua palavra parecem não existir – ou existir apenas no diminutivo. O olhar dos não índios os atravessa. Desta vez, ainda que por instinto de sobrevivência, seria conveniente enxergá-los. Mas, claro, sempre podemos concluir que o melhor para todos nós é viver cercado de cimento, fumaça e rios de cocô.

Eliane Brum

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo estudar a função social do jornalismo e suas relações com o atual sistema empresarial dos veículos de comunicação. Para isso, analisa a cobertura do jornal Zero Hora sobre o conflito agrário ocorrido na cidade de Faxinalzinho/RS, em abril de 2014, envolvendo agricultores e Kaigangues. A metodologia utilizada no trabalho é a análise de conteúdo. A base teórica que fundamenta a pesquisa vem de conceitos como Jornalismo Público e a função social segundo o Código de Ética. Recupera também os princípios da atividade jornalística, os critérios de noticiabilidade e a análise teórica das consequências da mercantilização que reposiciona a notícia como produto. Ainda traz uma breve contextualização histórica da questão agrária na região do acontecimento. A pesquisa conclui que o jornalismo atual não cumpre a sua função social, priorizando objetivos econômicos e preterindo o interesse público.

Palavras-chave: Jornalismo. Função social. Jornalismo Público. Conflito agrário

LISTA DE TABELAS

1. Tabela 1 - MATÉRIAS PUBLICADAS EM ZERO HORA EM ABRIL E MAIO DE 2014 ANALISADAS DE ACORDO COM O COMPRIMENTO DA FUNÇÃO SOCIAL DO JORNALISMO.....54

2. Tabela 1 - ELEMENTOS ENCONTRADOS NA ANÁLISE POR DATA DE PUBLICAÇÃO 55

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO 9
2. HISTÓRIA DO JORNALISMO 13
2.1. PORQUE PRECISAMOS DO JORNALISMO 13
2.2. A FUNÇÃO SOCIAL QUE LEGITIMA O JORNALISMO 14
2.3. VALORES DO JORNALISMO E O DILEMA DA ÉTICA JORNALÍSTICA ... 16
2.3.1. A ÉTICA VIGENTE NA ERA DO JORNALISMO INDUSTRIAL 17
2.3.2. A FUNÇÃO SOCIAL DESDE O CÓDIGO DE ÉTICA 22
2.4. O JORNALISMO NA ATUALIDADE 24
3. A CRISE DO JORNALISMO: A NOTÍCIA COMO PRODUTO 26
3.1. IMPLICAÇÕES DO MERCADO DE NOTÍCIAS 26
3.2. CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE 30
3.3.NOTÍCIA COMO SERVIÇO 33
3.4. JORNALISMO PÚBLICO 35
3.4.1. JORNALISMO PÚBLICO COMO ALTERNATIVA 39
4. A FUNÇÃO SOCIAL DO JORNALISMO E ZERO HORA 43
4.1. O COMPROMISSO COM O PÚBLICO NA PRÁTICA JORNALÍSTICA 43
4.2. CONTEXTO HISTÓRICO DA QUESTÃO AGRÁRIA NO NORTE DO RS . 44
4.3. PERCURSO METODOLÓGICO 46
4.4. A FUNÇÃO SOCIAL NAS PÁGINAS DE ZERO HORA 48
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS 56
6. REFERÊNCIAS 60

INTRODUÇÃO

Este trabalho aborda a função social do jornalismo e sua aplicação prática na imprensa da atualidade. Os modos de produção associados ao capitalismo na sociedade contemporânea transformaram a profissão do jornalista ao recategorizar a notícia como produto. A mídia hegemônica pauta-se por uma audiência específica e muitas vezes deixa de noticiar acontecimentos de forma plural, que contemple todas as parcelas da sociedade, optando por apresentar notícias que sejam positivas apenas do ponto de vista mercadológico mesmo que não sirvam ao propósito de favorecer a cidadania da população.

A pesquisa pretende analisar de que modo a organização atual dos veículos jornalísticos como empresas interfere na transformação de fatos de interesse social em notícias, e que abordagem essas notícias recebem para que se tornem interessantes para a audiência presumida dos veículos, através da hierarquização de informações e escolha de critérios de noticiabilidade.

Para alcançar esses objetivos, será aplicado o método da análise de conteúdo segundo Bardin, que será utilizado na seleção do corpus de análise e no estudo do jornalismo que é produzido na atualidade, possibilitando a identificação e o levantamento das características que representem o cumprimento satisfatório da função social, com base na produção teórica de autores que se dedicam à pesquisa do tema.

Serão analisadas as matérias jornalísticas publicadas no jornal Zero Hora que fazem referência ao conflito agrário entre Kaigangues e agricultores na cidade de Faxinalzinho, na região norte do Rio Grande do Sul, no período de abril e maio do ano de 2014.

Para melhor compreensão, o estudo está dividido em capítulos. O capítulo 2 trata da consolidação do jornalismo como profissão com base em sua prestação de serviços à sociedade, sua função de sentinela frente aos atos dos poderes governamentais que o legitima e justifica como parte essencial da organização democrática, e como muitas vezes essa função é deixada de lado pelas empresas

jornalísticas em prol de interesses financeiros, deixando de cumprir sua parte no acordo social.

Neste capítulo também é feita uma revisão teórica sobre conceitos essenciais para o jornalismo como a função e a responsabilidade social, contextualizando a importância da aplicação desses conceitos como guias que devem fundamentar o exercício da atividade jornalística para que ela corresponda ao propósito de ser uma ferramenta para a sociedade e como a organização empresarial dos veículos de imprensa interfere na concretização desse ideal ao priorizar a busca pelo lucro.

É proposta uma revisão acerca dos conceitos éticos que dizem respeito ao jornalismo, e fazem parte dos princípios que constituem esse campo social. São apresentados os dilemas existentes na adoção de diferentes correntes éticas por jornalistas e empresários de imprensa, e como a ética predominante no sistema industrial de produção de notícias se contrapõe aos fundamentos da profissão. Esses fundamentos são analisados à luz do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, sempre relacionando os preceitos éticos ao cumprimento da responsabilidade social do jornalismo.

São apresentadas as características do jornalismo na atualidade e sua evolução desde os primeiros estudos sobre a profissão, com destaque para a interação entre jornalismo e a sociedade na sua totalidade.

No capítulo 3, é abordada com profundidade a chamada crise do jornalismo, ocasionada pelo paradoxo de ter o interesse público como objetivo, mas estar em um meio empresarial que visa melhores resultados financeiros. Essa realidade de mão dupla sacrifica o equilíbrio entre o esforço para cumprir a função social enquanto se atende a interesses econômicos, transformando a notícia em um produto entre outros expostos no mercado. São pontuadas as transformações na mídia e tecnologia que interferem na dimensão da crise, e é reafirmado o valor do relato jornalístico para a constituição da sociedade democrática e da opinião pública consciente.

São revisados os critérios de noticiabilidade, os valores-notícia que permanecem importantes no exercício do jornalismo desde seus primórdios e como a opção por determinados valores pode dizer sobre a política editorial de cada veículo.

Outros fatores que interferem na transformação de um fato em notícia são abordados, como as rotinas de produção, o agendamento político e a independência dos anunciantes.

O fenômeno da utilização do jornalismo de prestação de serviço como alternativa ao cumprimento da função social é apresentado, relativizando o surgimento de uma nova vertente jornalística, que prima pelo interesse do público enquanto negligencia o interesse público, buscando manter altos índices de circulação e audiência sem considerar a qualidade da informação prestada.

O conceito de Jornalismo Público é apresentado como alternativa ao jornalismo de mercado. Serão apresentadas suas características principais como o respeito ao direito do público à informação plural e o dever do jornalista de fornecer um conteúdo de qualidade que possa ser utilizado para ajudar a sociedade a obter informação suficiente para exercer plenamente a sua cidadania.

O trabalho também traz a proposta de Rothberg de utilização do Jornalismo Público como uma provável solução para a crise do jornalismo. O autor defende que, na existência de um jornalismo que seja reconhecido pela independência econômica e pela qualidade de informação prestada com respeito a todos os segmentos sociais, o público poderá aprender a distinguir o jornalismo que atende à interesses econômicos do jornalismo que tem a cidadania como objetivo.

No capítulo 4 é explicitado o objeto de estudo, como será estudado na prática jornalística o cumprimento da função social. É descrita a metodologia que será empregada para analisar as publicações de Zero Hora sobre a questão agrária na cidade de Faxinalzinho. Para isso, segue uma pequena contextualização histórica sobre a situação dos indígenas e a suas batalhas pela demarcação de terra no Rio Grande do Sul. O percurso metodológico e o levantamento do material são descritos, seguidos da análise baseada no que a revisão teórica definiu como indicadores do cumprimento da função social no jornalismo.

A contribuição que essa pesquisa pode trazer ao jornalismo está na análise de um cenário que parece se mostrar avesso aos princípios que fundamentam o trabalho do jornalista e identifica um mercado formado por veículos noticiosos que

aparentam um maior comprometimento com os seus interesses econômicos do que com a função de informar a sociedade de maneira democrática.

CAPÍTULO 2. HISTÓRIA DO JORNALISMO

2.1 Porque precisamos do jornalismo

O jornalismo só existe como profissão e tem uma função na sociedade porque trabalha para fornecer à população informação que contribua com o desenvolvimento de sua cidadania. Essa característica constitucional do jornalismo faz com ele tenha entre os seus fundamentos principais elementos como a independência, o compromisso com a verdade, a lealdade com os cidadãos e o dever de apresentar as notícias de forma proporcional, entre outros apontados por Kovach e Rosenstiel (2004). Esses “elementos” citados servem para que as notícias não sejam apenas um apanhado de histórias que apelam aos impulsos irracionais e à curiosidade dos leitores.

O conteúdo do jornal também não pode servir somente para detalhar as últimas novidades de produtos e serviços que interessam às empresas anunciantes e a um público de elite. Essa é uma prática que deve ser evitada, embora o jornalismo, principalmente o impresso, utilize desse recurso para atrair um segmento específico de público, já que a venda do produto físico (o jornal) sequer se aproxima da receita obtida com os anunciantes, que anseiam por esse “nicho” de maior poder aquisitivo, de acordo com o que estabelecem Kovach e Rosenstiel (2004).

Em “Os Elementos do Jornalismo”, os autores determinam nove princípios básicos existência da atividade jornalística. Dentre os conceitos abordados na obra, os autores defendem que a finalidade do jornalismo se define pela função que as notícias têm na vida das pessoas (KOVACH e ROSENSTIEL, 2004). Portanto, “A principal finalidade do jornalismo é fornecer aos cidadãos as informações de que necessitam para serem livres e se autogovernar” (KOVACH e ROSENSTIEL, 2004, p. 31).

Segundo Traquina (2005) o jornalismo constitui um “quarto poder” devido a sua capacidade de investigar os outros poderes e de poder divulgar informações que permitem a existência da democracia. Esse poder está relacionado diretamente com a sociedade, já que

> O poder do jornalismo e dos jornalistas aponta para a importância das suas responsabilidades sociais. A afirmação do reconhecimento das suas responsabilidades, por parte dos jornalistas e também por parte das empresas jornalísticas, não é possível reduzindo as notícias a uma simples mercadoria, e ignorando a existência dos ideais mais nobres do jornalismo, que fornecem uma manta de legitimidade ao negócio. (TRAQUINA, 2005, p. 207-208)

Posto que o jornalismo se legitima enquanto no exercício de sua função social, que é a de oferecer aos leitores informação verdadeira e objetiva, que contribua para o crescimento do conhecimento da população e a municie com capacidade de compreender e participar da vida democrática, podemos estabelecer que o jornalismo é uma profissão amalgamada com a sociedade, de modo que o comprometimento de um causa reflexos no outro. Segundo Traquina (2005), a teoria democrática define que o jornalismo tem o papel de constituir um "mercado de ideias" onde todas as vozes devem ser ouvidas e discutidas.

2.2. A função social que legitima o jornalismo

De acordo com Pereira (2004) o jornalista deixa de ser o observador comprometido com o cidadão, segundo o que estabelece a Teoria da Responsabilidade Social, que foi muito popular até os anos 70, para se tornar um funcionário do novo "jornalismo de mercado", moldado em grande parte pelas novas práticas e transformações econômico-culturais. A transformação das notícias em produto traz consigo, segundo o autor, a decadência dos métodos de produção jornalísticos, já que agora a qualidade importa bem menos que o lucro. Pereira destaca que

> É inegável o impacto que a mercantilização da imprensa tem sobre o exercício profissional. Com o 'jornalismo de mercado' a crença uma missão jornalística entra em conflito com a lógica empresarial. (PEREIRA, 2004, p. 13)

E esse impacto reflete na responsabilidade que cada jornalista tem de se manter fiel à responsabilidade social que é inerente à profissão, mesmo que o mercado que o emprega mantenha uma constante pressão para que a lógica econômica prevaleça sobre a democracia.

Para Cremilda Medina (1982) as empresas jornalísticas se estruturam para conquistar as massas e atingir um “mercado promissor que deve ser abastecido com informações ágeis, leves, consumíveis...” enquanto o jornalista deve estar comprometido com o público, e não com as tiragens do jornal. Esse compromisso com os cidadãos, que embasa e faz do jornalismo uma atividade útil para o público, é o que define a função social da profissão.

Segundo Moretzsohn (2002), a teoria da responsabilidade social foi desenvolvida nos Estados Unidos, pela Comissão Hutchins, que produziu um relatório com recomendações para imprensa, entre as quais estava o dever de

> proporcionar “um relato verdadeiro, completo e inteligente dos acontecimentos diários dentro de um contexto que lhes dê significado”. Assim, já não bastaria apenas relatar o fato verdadeiramente: “agora tornou-se necessário relatar a verdade sobre os fatos”. (MORETZSOHN, 2002, p. 57)

Medina (1982) trata da responsabilidade social do jornalista e define que a função social implica em fornecer informações de modo exato e completo, para todos os grupos sociais e para que todos possam compreender os acontecimentos e ter conhecimento para tomar decisões de forma livre e judiciosa. Esse conceito de função social fundamenta teorias como o do jornalismo público, que tem como principal objetivo fornecer ferramentas para que a sociedade possa exercer plenamente a democracia.

Desde o início do desenvolvimento do jornalismo a questão da sua independência permanece. Ciro Marcondes Filho (2000) classifica o jornalismo em duas etapas: o primeiro jornalismo, de 1789 à metade do século 19, passando por períodos em que se caracteriza por ideais iluministas (função de esclarecimento político e ideológico), depois literários, seguido de uma grande fase centrada na política, com fins pedagógicos. O segundo jornalismo, de acordo com Marcondes, é o caracterizado pelo jornal como empresa capitalista, alavancada pelo advento das tecnologias do século 19.

De acordo com o autor, são duas etapas que diferem entre si apenas pelo comprometimento ideológico: primeiro com política e depois com o capital. Nessa segunda etapa, a transformação dos processos de produção do jornal faz com que este se torne auto-sustentável, e ao mesmo tempo escravo de grandes custos de

sua evolução, caindo na dependência das “exigências do capital”. À informação, então, é atribuído o valor de troca, e ela passa a ser valorada não somente pela importância e qualidade, mas pelo seu valor como produto no mercado.

O conflito entre a função social e os interesses mercadológicos está profundamente enraizado no jornalismo, já que é uma parte importante do seu processo de desenvolvimento. Enquanto a função social é imprescindível para que o jornalismo possa existir como parte essencial da sociedade democrática, as empresas precisam manter o interesse do público com estratégias de mercado que se orientam por interesses financeiros e não sociais. O jornalismo de serviço é uma das práticas utilizadas para equacionar esse conflito.

2.3 Valores do jornalismo e o dilema da ética jornalística

Verdade, independência e pluralidade de opiniões são valores constantes na ética do jornalismo. Na atualidade, mais precisamente no sistema empresarial de produção de notícias, muitas vezes esses valores são negligenciados para dar lugar a uma lógica de manutenção do status vigente, na qual o jornalismo deixa de cumprir seu papel de vigilante cão de guarda para se dedicar a fidelizar e atender os desejos de um público leitor estimado.

O jornalismo, segundo Karam (2004, p. 37) é “uma profissão e um campo de conhecimento com traços distintivos, que permitem e exigem um saber e um fazer específico e possibilitam uma teoria, uma estética uma ética e uma técnica próprias.” E é no terreno da ética que a função social se faz mais presente.

Citando a definição de Marilena Chauí, Eugênio Bucci (2000) apresenta a definição de ética como um conceito que tem duas faces, uma individual e outra social, uma se refere ao temperamento e caráter do indivíduo e outra ao seu modo de agir dentro de uma sociedade com valores estabelecidos. Enquanto o agente tem a liberdade de escolha sobre suas ações, ele deve escolher responder a um conjunto de valores sociais nos quais está imerso, estando então a ética, dentro da práxis.

Caio Túlio Costa (2009) trata da ética em uma comunicação que passa por profundas modificações, que vão da influência dos mercados econômicos, os

conglomerados de mídia e o amálgama entre informação e entretenimento. Essa "nova mídia" é analisada para compreender qual é a ética que a orienta nessa "nova forma de relacionamento com a informação e com o público – interativa, participativa." (COSTA, 2009, p. 16)

Para Costa, a ética é definida como a "ciência da conduta", que abarca conceitos importantes como "raciocínio prático, como o bem, a ação correta, o dever, a obrigação, a virtude, a liberdade, a racionalidade, a escolha" (COSTA, 2009. P. 19).

O autor também se preocupa em diferenciar ética e moral. Estabelecendo que a ética estuda a moral, a moral está relacionada ao dever, a obrigação e a conduta (elementos presentes em Kant) que falam sobre a questão pública; enquanto a ética se restringe mais ao raciocínio prático, ao particular, ao privado. A verdade é um elemento muito presente em discussões de ética. E de acordo com Costa, o fato de ser uma das prerrogativas do jornalismo é o que torna a ética tão próxima da comunicação.

A análise do jornalismo como objeto de estudo para compreensão da ética e da moral pode ser muito proveitosa, sendo que o jornalismo é uma profissão que se caracteriza por ter um compromisso com a sociedade e principalmente por cumprir seu papel de uma forma prática que precisa aliar a ética e uma deontologia particulares a esse fazer específico. Karam aponta que "é possível verificar que a afirmação de valores vive uma tensão entre o que se quer do jornalismo e os reais limites políticos, econômicos e mercadológicos impostos a ele." (KARAM, 2004, p. 94).

O jornalismo proporciona tantos dilemas a seus profissionais porque tem em sua base o conflito e a pluralidade entre diferentes pontos de vista, e deve sempre manter um caráter idôneo para não perder a credibilidade que lhe outorga sua função dentro da democracia.

2.3.1 A ética vigente na era do jornalismo industrial

De que maneira o jornalismo aborda as minorias e seus problemas, e como os traduz para uma maioria presumida de leitores que cada vez dedica menos tempo para a leitura do jornal? O jornalismo está abrindo mão do seu papel social de revelar

para a sociedade os problemas que acontecem na sua periferia ou se conforma em replicar as preferências da grande maioria presumida, que forma a audiência do veículo? Francisco José Karam (2004) é quem redige a pergunta:

> Protegida pelo acervo econômico-financeiro vinculado ao poder político, poderia a informação jornalística cumprir, no início do novo milênio, as finalidades para as quais apontaram os códigos ético-deontológicos profissionais durante o século XX?
> Muitas vezes, é difícil perceber até que ponto o jornalismo de interesse público confunde-se com a publicidade chamada de jornalismo. (KARAM, 2004, p. 230)

A questão a ser estudada é o que prevalece nesse jogo de forças: o cumprimento da função social ou a busca pelo lucro. Para Bucci,

> ao jornalismo cabe perseguir a verdade dos fatos para bem informar o público, o jornalismo cumpre uma função social antes ser um negócio, a objetividade e o equilíbrio são valores que alicerçam uma boa reportagem. (BUCCI, 2000, p. 30)

A importância de buscar respostas para estas perguntas se encontra na exposição de um recorte da realidade no jornalismo atual, que pode revelar falhas no desempenho dos jornais para com o público. A análise da imprensa se mostra relevante também para questionar o quanto a emergência do tempo pode interferir na qualidade da informação, e entender que consequências a banalização dessa falta de qualidade pode trazer para a formação democrática da sociedade.

> embora a imprensa seja um negócio comercial e a notícia seja mercadoria, e embora jornais, revistas e emissoras de televisão e rádio e os sites jornalísticos na internet sejam rotineiramente transformados em instrumentos do poder econômico ou do poder político, a expectativa da sociedade continua a exigir, ainda que tacitamente, a independência editorial (BUCCI, 2000, p. 58)

Para compreender essas questões, é necessário fazer uma revisão sobre a história da atividade jornalística, para que se avalie a importância do seu papel social. Buscando os fundamentos da profissão, fazer uma reflexão sobre a necessidade de oferecer para o público um jornalismo de qualidade e que não exclua as minorias. De acordo com BUCCI (2000, p. 12) “No projeto da democracia, a imprensa deve informar a todos sem privilegiar os mais abastados, e também dar voz às diversas correntes de opinião”.

Para poder dar voz a todos os lados de um conflito, o jornalismo não pode estar atrelado a compromissos com nenhuma das partes. A independência é outro

valor fundamental do jornalismo. No código de ética da Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj) consta: “o acesso à informação pública é um direito inerente á condição de vida em sociedade, que não pode ser impedido por nenhum outro tipo de interesse”. Esta independência é na verdade o reflexo da realidade social, que para Bucci (2000, p. 58) “resulta da tensão entre o grau de cultura democrática, de um lado, e a lógica do capital, de outro”. Mas como o público pode identificar a parcialidade do jornalismo em questões em que não está envolvido diretamente? Se a qualidade da informação for satisfatória e atender aos interesses da pluralidade, os leitores terão ferramentas para reconhecer o posicionamento do veículo e, à parte disso, ainda estarão munidos para construir a própria opinião.

> O efeito político do bom jornalismo é o fortalecimento da democracia: esta é a sua causa nobre. Por isso o jornalismo é, ou deve ser, ou deve-se esperar que seja, um fator de educação permanente do público – um fator de combate aos preconceitos, sejam eles quais forem. (BUCCI, 2000, p. 49)

Caio Túlio Costa (2009) cita a tese de Tobias Peucer, que em 1690 defendia que o jornalismo era baseado em “verdade, justiça e ética”, que os relatos jornalísticos deveriam primar pela exatidão na narrativa, e que as causas do surgimento de relatos impressos eram a curiosidade humana e a busca do lucro por aqueles que comercializavam as notícias. Costa retorna ao início da teoria do jornalismo para destacar que a ética, assim como o fator econômico, são intrínsecos ao fazer jornalístico desde sua origem.

Mas como se resolve o dilema da ética do jornalista quando ela não concorda com a ética da empresa em que trabalha? Para Bucci, não é uma ilusão acreditar que a redação é uma “ilha de ética” dentro de uma organização que tem uma agenda com objetivos deturpados, é como acreditar no tratamento médico de um hospital que compra remédios falsificados. Por isso é importante se questionar o peso da ética no cumprimento da função social. Não basta creditar a crise ao sistema industrial que é planejado para render mais com menos investimento, porque o jornalismo não é o simples beneficiamento de matéria prima em bem de consumo, mas é um campo de atuação que deve se orientar por princípios éticos e valores profissionais. Segundo BUCCI (2000, p. 12) “A ética jornalística não se resume a uma normatização do comportamento de repórteres e editores; encarna valores que

só fazem sentido se forem seguidos tanto por empregados de mídia como por empregadores". E a prevalência desses valores deve ser monitorada pelo público, que permite que o jornalismo continue fazendo sua parte.

> A ética jornalística não é um atributo intrínseco do profissional ou da redação, mas é, acima disso, um pacto de confiança entre a instituição do jornalismo e o público (BUCCI, 2000, p. 25)

Mas na atual configuração econômica, o maior dilema é se podemos esperar de um jornalismo de mercado um produto que seja ético e se adéque ao papel que a imprensa deve ter na sociedade democrática. Segundo Bucci (2000), a ética do mercado é a que a corrente teleológica denomina ética do egoísmo, na qual o agente contribui para o bem comum enquanto trabalha para realizar os próprios interesses. Mas essa ética não funciona em paralelo com a ética que fundamenta o jornalismo, gerando uma crise de princípios. Se o jornalismo deve ter como objetivo a verdade, a pluralidade de opiniões e o fornecimento de informações que possibilitem o pleno exercício da democracia pelos cidadãos, a imprensa não pode manter-se fiel apenas ao interesse próprio das empresas de comunicação, relegando à sociedade apenas contribuições ocasionais e que não contrariam o seu plano de objetivos econômicos. Conforme Bucci, os cidadãos têm direito a informação de qualidade e à liberdade de expressão.

> São estes, os direitos, que devem ser chamados a fornecer as bases para o exercício de uma imprensa que, embora tenha também um lugar no mercado e seja também uma realidade econômica, estabeleça sua meta mais alta na construção da democracia e no aperfeiçoamento dos direitos humanos. Os valores democráticos - que por definição, são públicos e não privados – são a mais fecunda inspiração, a mais elementar e a mais básica, do jornalismo. (BUCCI, 2000, p. 28)

O dilema recai sobre a validade de se discutir a ética dentro deste paradoxo de interesses. Como se pode atribuir a responsabilidade da ética deontológica (ética que estabelece um conjunto de valores para o profissional) a empresas que se baseiam na ética do egoísmo? (corrente que se guia pelo princípio de que agindo em interesse próprio, consequentemente haverá benefícios para a coletividade). Existem muitos argumentos e justificativas para a atuação dessas empresas, que podem ser válidos para justificar suas ações em prol do aumento dos seus lucros, mas nenhum

desses argumentos pode suplantar os princípios fundamentais que validam a existência do jornalismo na democracia. Segundo Karam,

> O discurso das empresas jornalísticas utiliza os preceitos éticos na sua construção idearia, mas os nega na prática. "Com isso, há uma contribuição para o aumento do descrédito no jornalismo, que bate de frente, cada vez mais, com a realidade vivenciada nas ruas e nos campos brasileiros. Ao não tratar intensa e persistentemente fenômenos como a fome, miséria e violência (e suas causas essenciais, que têm fartos exemplos em dados e fatos), reproduz e reforça comportamentos e saídas individuais. Nesse aspecto, os códigos éticos e a profissão jornalística correm o risco de não serem mais aquilo que se apregoou tanto durante o século XX e caminhar em direção à "marquetização" da realidade" (KARAM, 2004, p. 130)

A ética das empresas não deveria ser uma ética "à parte", pois sem a função social ela não tem utilidade para o cidadão e, portanto, não tem razão de ser. De acordo com Bucci,

> Os piores problemas da imprensa brasileira são problemas construídos no interior das empresas de comunicação por forças e interesses que ultrapassam os domínios de uma redação e nada tem a ver com os interesses legítimos de seus telespectadores, leitores, ouvintes. (BUCCI, 2000, p. 32)

A discussão de ética na imprensa envolve a relação de convivência entre as pessoas e em toda a sociedade. A informação de interesse público deve subordinar não só o jornalista, mas as corporações de mídia que os empregam, porque o jornalismo só existe em função do cidadão. Nenhuma das formas de jornalismo empresarial "deve existir com a simples finalidade de gerar empregos, fortunas e erguer os impérios da mídia; deve existir porque os cidadãos têm direito à informação" (BUCCI, 2000, p. 33) Desse modo, as ações que vão contra a ética do jornalismo não devem ser atribuídas somente aos profissionais, mas também às empresas e a sociedade.

> O problema ético é um problema estrutural e sistêmico. A desinformação não se deve apenas a maus profissionais, mas também a atitudes empresariais que revelam a falta de compromisso com o direito à informação, que se articulam para excluir o cidadão das decisões que em seu nome são tomadas. (BUCCI, 2000, p. 36)

Fica evidente a falta de coordenação entre um agente empresarial que se baseia na ética do egoísmo e uma profissão que encontra sua justificativa para existir e a importância da suas atribuições a uma ética onde a sociedade em sua pluralidade deve ser a prioridade. O dilema é como fazer um jornalismo para todos

se este jornalismo é vendido dentro de um produto feito e direcionado apenas para uma parcela da população.

2.3.2 A função social desde o código de ética

Os jornalistas contam com conjunto de princípios que são estabelecidos pelo código de ética da profissão. Segundo Karam

> A proximidade entre a relevância do jornalismo e uma teoria que o situe como forma de conhecimento social está internalizada nos códigos deontológicos, éticos, de conduta, de honra da profissão. (KARAM, 2004, p. 90)

O autor estabelece que o jornalismo é um campo particular, e o códigos de ética desempenham um papel importante, já que "buscam, de certa maneira, um "controle de qualidade" feito por quem apura a informação ou vive imediatamente no e do mundo da mídia" (KARAM, 2004, p. 91).

De acordo com Deolindo (2013), a quarta versão do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, em vigor desde 2007 (as anteriores datam de 1949, 1968 e 1986) traz as normas que devem orientar o exercício da profissão em cinco capítulos. Os primeiros dois artigos, que servem de base para todo o código, versam sobre o direito do cidadão à informação de relevância pública:

> Capítulo I - Do direito à informação
> Art. 1º O Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros tem como base o direito fundamental do cidadão à informação, que abrange seu o direito de informar, de ser informado e de ter acesso à informação.
> Art. 2º Como o acesso à informação de relevante interesse público é um direito fundamental, os jornalistas não podem admitir que ele seja impedido por nenhum tipo de interesse, razão por que:
> I - a divulgação da informação precisa e correta é dever dos meios de comunicação e deve ser cumprida independentemente de sua natureza jurídica - se pública, estatal ou privada - e da linha política de seus proprietários e/ou diretores.
> II - a produção e a divulgação da informação devem se pautar pela veracidade dos fatos e ter por finalidade o interesse público;
> III - a liberdade de imprensa, direito e pressuposto do exercício do jornalismo, implica compromisso com a responsabilidade social inerente à profissão;
> IV - a prestação de informações pelas organizações públicas e privadas, incluindo as não-governamentais, é uma obrigação social.
> V - a obstrução direta ou indireta à livre divulgação da informação, a aplicação de censura e a indução à autocensura são delitos contra a sociedade, devendo ser denunciadas à comissão de ética competente, garantido o sigilo do denunciante.

O Código de Ética concretiza os princípios democráticos do jornalismo e seu compromisso com a informação de interesse público. Conforme Bucci (2000, p. 24), “o jornalista não age para obter resultados que não sejam o de bem informar o público; ele não tem autorização ética para perseguir outros fins que não este”, e este modo de atuar está definido na deontologia e deve ser praticado pelos que exercem atividade jornalística, não apenas por opção ideológica, mas como requisito para a manutenção do campo social do jornalismo.

Além de definir sobre a independência da constituição econômica do veículo no inciso I do 2° artigo, o Código de Ética estabelece o compromisso com a responsabilidade social no inciso III. São princípios que constituem a teoria do jornalismo desde Peucer, e perpassam a discussão ética sobre o compromisso do jornalismo com a sociedade ser a única forma de justificar a sua manutenção.

Conforme Deolindo (2013), esse não é o único código que estabelece diretrizes para o exercício do jornalismo. Além da Lei Nacional de Imprensa e de códigos específicos desenvolvidos por associações como a Associação Nacional de Jornais e a Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo, entre outras, existem jornais como a Folha de São Paulo e o Estado de São Paulo que contam com manuais de redação para orientar suas práticas jornalísticas.

Francisco Karam (2004) cita parte do código de ética do grupo RBS (Rede Brasil Sul, do qual Zero Hora faz parte) para comprovar a utilização deturpada que a empresa faz dos princípios do jornalismo. Segundo o autor,

> No “ideário da RBS” (...) está escrito que a empresa tem entre seus princípios “manter uma postura independente, isenta e liberal”, e que é “a favor da economia de mercado, da livre iniciativa, da propriedade privada”, mas “tendo como limite o interesse social”. Tais observações podem ser consideradas contraditórias em si mesmas e palavras de ordem que não podem ser realizadas, ou apenas realizadas parcialmente, em certos momentos, em certos temas e por período curto. Longos períodos de cobertura de fatos e reafirmação de opiniões cabem apenas a fatos e opiniões que se adaptem melhor à lógica da economia de mercado do que ao interesse social. (KARAM, 2004, p. 153)

Esse aproveitamento deliberado dos fundamentos do jornalismo subjuga a função social a um apêndice que pode ser descartado em virtude do surgimento de fatos mais compatíveis com a estratégia administrativa da empresa jornalística. Para Karam

> Os conglomerados de mídia que atuam em diferentes ramos da economia colocam em jogo bilhões de dólares. Por isso, dentro de sua lógica particular, torna-se muito difícil atender ao interesse público se este lhe causar problemas financeiros ou ideológicos que comprometam seu futuro. De qualquer forma, os princípios morais profissionais continuam povoando as páginas dos manuais e dos códigos, recheando discursos em solenidades e congressos e fazendo parte de acordos. (KARAM, 2004, p. 231)

Mesmo que não seja o único conjunto de normas, o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros é o manual deontológico mais abrangente, estabelecendo princípios e deveres que são aplicáveis a todas as modalidades do jornalismo, e ainda devem ser considerados relevantes na reflexão sobre os fundamentos da profissão e sua função social.

2.4 O jornalismo na atualidade

Carlos Eduardo Franciscato (2005) apresenta as características essenciais do jornalismo contemporâneo, que se consolidaram através do tempo desde o surgimento da atividade informativa.

Franciscato (2005) aponta características que estão ligadas aos princípios da profissão, como a de que o jornalismo tem como base a existência da verdade que pode ser apreendida através da técnica e comunicada pela notícia, com o compromisso de fidelidade ao real e de produção de conteúdos para a “coletividade”. Ainda com relação aos princípios, diz que o jornalismo é uma instituição social, com um papel social específico e exclusivo de relatar a verdade do mundo e tem legitimidade para tal.

O autor também lista características que se relacionam com o modo como o jornalismo interage com a sociedade, quando diz que o jornalismo está em um ambiente de atuação que tem limites e relações de poder internas e externas, como “princípios da instituição, regras, metas, conflitos, pressões, imposições e disputas”. (FRANCISCATO, 2005, p. 167). Franciscato aponta que essa interação abrange bem mais que o campo jornalístico, já que o jornalismo está vinculado a “processos sociais amplos e históricos”, interagindo com a transmissão e construção da cultura, relações econômicas, políticas e tecnológicas, sendo um produto que reflete a forma

como se constituiu a sociedade em que está inserido. O autor também afirma que o jornalismo é fonte de informação de uso público que circula pela sociedade.

Quanto ao produto do jornalismo, Franciscato define que este deve ser analisado de forma específica, pois não possui rigor científico. É um recorte de observação, descrição e interpretação do jornalista e das fontes.

> A efemeridade do conteúdo jornalístico (seu vínculo ao tempo presente em movimento e o risco iminente de desatualização) leva o profissional a adotar um método de trabalho baseado em técnicas simplificadas para coleta de informações e construção de relatos, se comparado ao rigor científico. (FRANCISCATO, 2005, p. 168)

O autor também afirma que o jornalismo é um diálogo entre agentes de produção e recepção. Esse diálogo não envolve apenas a fala, mas a troca de expectativas, intenções e influências entre o jornalismo e o público e vice-versa. Ainda sobre a forma de produção, aponta que o jornalismo se alterna entre autoral e coletivo, ambos formatos em que a subjetividade e os valores do autor ou autores estão impressos no produto jornalístico.

CAPÍTULO 3. A CRISE DO JORNALISMO: A NOTÍCIA COMO PRODUTO

3.1. Implicações do mercado de notícias

O homem precisa de comunicação para sua vida em sociedade, e desde que o jornalismo se estabeleceu como campo social, os profissionais dessa área lidam com conflitos que surgiram paralelamente ao desenvolvimento do jornalismo. De acordo com Marques de Melo (2003), a imprensa surge no fim da Idade Média em decorrência do desenvolvimento do comércio, do começo da indústria e crescente urbanização, concomitantemente à popularização das universidades e o despontar de uma elite intelectual. Os jornais são fruto do mercado de notícias, e os jornalistas são seus operários.

Segundo Bucci (2000) "o~~s~~ jornalista vive de vender seu trabalho intelectual e seu talento no mercado". Mas enquanto se consolida como profissão, o jornalismo se desenvolve baseado em princípios e métodos de trabalho, que devem orientar a sua atividade. Kovach e Rosenstiel (2004) enumeram nove desses princípios, entre eles a verdade; lealdade com os cidadãos; verificação; independência de quem é notícia e do poder instaurado; compromisso público; relevância; proporcionalidade e respeito à consciência dos jornalistas.

Desde o surgimento da atividade jornalística, os conflitos entre os jornalistas e as empresas que detém os meios de comunicação ajudam a definir o lugar do jornalismo na sociedade. É uma situação de tensão entre duas forças: o jornalista deve manter o esforço de cumprir sua função social, mesmo que contrariando os interesses comerciais de seu empregador.

Mas o atual contexto mercadológico não proporciona equilíbrio entre essas duas forças. De acordo com Kovach e Rosenstiel (2004), estudos comprovam que os veículos de imprensa produzem seus conteúdos para um público específico, a elite da sociedade, deixando de cobrir fatos que interessam à maioria da população. Os autores apontam que esse "jornalismo concentrado na elite" não revela o mundo real, e só distancia o jornalismo da sua responsabilidade com a sociedade. Isso se materializa quando a população que não se vê nos noticiários sente que o que lhe é

relevante não é citado pelo jornalismo. O resultado é que essa parcela da sociedade deixa de acreditar no que é noticiado, expondo a ruptura no contrato social.

> Esse isolamento potencial de classe é reforçado por métodos demográficos dirigidos à elite, política adotada por muitas novas empresas. O resultado pode ser uma ameaça ao jornalismo como um todo. As pessoas mais e mais vêem a imprensa como parte do sistema do qual se sentem distanciadas, em lugar de um serviço público que age em seu nome. (KOVACH e ROSENSTIEL, 2004, p. 160-161)

Essa opção pela cobertura dirigida às elites custa muito ao jornalismo. A transformação sofrida pela profissão em seus modos de produção, primando pela rapidez e baixos custos em vez de uma apuração de qualidade em mais tempo é uma violência contra os princípios básicos da profissão, que implicam na verificação e no compromisso com a verdade. Segundo Fonseca,

> Observa-se o declínio da notícia como a expressão do jornalismo – entendida como informação atual, relevante e de interesse público – e a ascensão da idéia de informação, de prestação de serviços e de entretenimento. Sustenta-se a hipótese de que a lógica capitalista dominante no negócio jornalismo provoca mudanças nos critérios de noticiabilidade. Os critérios de relevância e interesse público cedem lugar para os de "interesse do público". (FONSECA, 2008, p. 293)

O problema dessa transformação da notícia em mercadoria não traz consequências apenas para o jornalismo. A sociedade fica dividida entre a parte contemplada e a parte silenciada. Mesmo junto ao público a quem as notícias são dirigidas essa informação é falha. Em busca de mais leitores e de mais lucro, as notícias se tornam cada vez mais superficiais, menos apuradas e mais submetidas aos interesses das assessorias de imprensa, que como fontes oficiais ou interessadas, pautam cada vez mais essa imprensa-empresa. O jornalismo se perde de sua função social.

> A crescente mercantilização das notícias e dos jornais, a sua subordinação às estratégias de marketing na obstinada captura de leitores-consumidores, está levando os periódicos impressos a um processo de simplificação extremo, que acaba por lhes subtrair o papel de esclarecimento, aprofundamento e análise das notícias que deles se espera. (FONSECA, 2002, p. 140)

Esse mercado de notícias corrompe os preceitos fundamentais do jornalismo que é priorizar o interesse público para agir em nome de estratégias econômicas que transformem o jornal em um produto que deve ser fundamentalmente vendável,

mesmo que para isso sejam sacrificados questionamentos éticos, políticos e problemas sociais que não estejam entre as preferências desse público alvo.

Dênis de Moraes faz uma descrição do atual sistema midiático mercantilizado, em que utiliza uma árvore como referência:

> Em seus galhos,abrigam-se os setores de informação e entretenimento. Cada galho se combina com os outros por intermédio de um fio condutor invisível – as tecnologias avançadas – que termina por entrelaçar e lubrificar os demais em um circuito comum de elaboração, irradiação e comercialização de conteúdos, produtos e serviços. A árvore pertence a um reduzido número de corporações que se incumbem de fabricar volume convulsivo de dados, sons e imagens, em busca de incessante lucratividade em escala global. (MORAES, 2013, P. 19)

Para o autor, o jornalismo é apenas um dos ganhos nessa árvore, mas acaba contaminado pelo seu ambiente, o sistema midiático, que tem como característica "a capacidade de fixar sentidos e ideologias, interferindo na formação da opinião pública e em linhas predominantes do imaginário social" (MORAES, 2013, p. 19).

Ignacio Ramonet (2013) destaca a perda de confiança da sociedade no jornalismo assim como ele se apresenta no sistema de mercado. Um conflito entre os interesses das empresas jornalísticas e os interesses da população, que é resultado da falha da imprensa em cumprir sua parte no acordo social.

> Costumamos pensar que os meios de comunicação são essenciais à democracia, mas atualmente, eles geran problemas ao próprio sistema democrático, pois não funcionam de maneira satisfatória para os cidadãos. Isso porque, por um lado, se põem a serviço dos interesses dos grupos que os controlam e, por outro, as transformações estruturais do jornalismo – tais como a chegada da internet e a aceleração geral da informação – fazem com que os meios sejam cada vez menos fiáveis ou menos úteis à cidadania. (RAMONET, 2013, p. 53)

O autor destaca que se a imprensa não é independente do poder econômico e os jornalistas não exercem plenamente a liberdade de expressão, a unidade democrática se quebra, pois permanece apenas a construção de um discurso hegemônico que favorece quem já está no poder, enquanto a mídia se torna um "poder complementar para oprimir ou manter a sociedade no estado atual" (RAMONET, 2013, p. 65).

Para Karam, o registro do presente é uma importante atribuição do jornalismo. "não se pode, portanto, apoiar a tese de que o jornalismo não trata de questões

essenciais à vida, à sociedade, à humanidade, no momento e na relevância com que surgem.” (KARAM, 2004, p. 23).

Autores como Bucci defendem que o jornalismo é importante pela sua atuação como “cão de guarda”, já que “falar em jornalismo é falar em vigilância do poder, e ao mesmo tempo, em prestação de informações relevantes para o público, segundo direitos e necessidades do público” (BUCCI, 2000, p. 18).

Berger aponta que o direcionamento das notícias através da seleção de um público é prejudicial para a credibilidade do jornalismo, e isso afeta o modo como o veículo é interpretado pela sociedade, que percebe que as notícias tendem para o lado ao qual seu público alvo simpatiza. No caso específico de Zero Hora, a autora destaca que

> Todo leitor que acompanhou a cobertura de alguma reivindicação social na qual esteve envolvido – seja um professor em greve, um colono sem-terra, um funcionário público de instituição em vias de privatização – sabe por experiência que o jornal não foi isento. Pode ate ter trazido as duas versões, mas a legenda na foto, o número de manifestantes, a palavra que designa o movimento, tomam posição. E a posição negada em nome do princípio liberal do jornalismo – a imparcialidade – é que confirma a que veio a imprensa, é consenso sabê-la arauto da perspectiva histórica da burguesia e, assim, sustentação do capitalismo. (BERGER, 2003, p. 41)

Segundo Karam, os julgamentos de valor e polaridade fazem parte da natureza humana, e sendo o jornalismo o resultado de uma produção humana, nele também estão presentes. Mas essa polarização diz muito sobre as intenções que a motivam: se uma matéria não é publicada, sobressai o valor que existe na sua não-publicação, o fornecimento ou a sonegação de uma informação implicam em “adesão em uma forma de ver o mundo, de orientá-lo em determinada direção, ou de tentar paralisá-lo pelas convenções do presente.” (KARAM, 2004, p. 85). Segundo Berger, “no caso de Zero Hora no processo de anulação da concorrência, transformando-se em “o jornal gaúcho” cujo poder está mais na condição de poder-dizer do que no próprio dizer” (BERGER, 2003, p. 47).

Por mais que a objetividade e a imparcialidade sejam ideais inatingíveis para o jornalismo, devido ao componente humano e social necessário ao seu exercício, é um dos preceitos fundamentais da profissão atender aos interesses plurais da sociedade.

3.2 Critérios de noticiabilidade

Para analisar o que transforma um acontecimento em notícia, é importante considerar os critérios de noticiabilidade. Segundo Franciscato, a expressão “critérios de noticiabilidade” foi criada para sistematizar o estudo dos motivos que levam alguns fatos a virar notícia. São “um conjunto de referências estáveis na rotina jornalística de trabalho que, analisadas em sua regularidade, revelariam a noticiabilidade de um evento.” (FRANCISCATO, 2005, p. 171)

De acordo com o autor, mesmo com o estabelecimento de premissas para compreender quais fatos serão contemplados pelo jornalismo, as notícias são objetos complexos que compreendem na sua constituição elementos culturais, expectativas, emoções e influências em mão dupla entre o jornal e o público leitor. Essa relação forma um vínculo que é parte elementar no produto jornalístico, já que o público tem o poder de validar ou de romper essa relação.

Nelson Traquina (2002) define os “valores notícia” como elementos presentes em todo o processo de produção jornalística: “São um elemento básico da cultura jornalística, partilhado pelos membros dessa comunidade interpretativa” (TRAQUINA, 2002, p. 203). O autor os classifica em dois tipos: de seleção e de construção. Os valores de seleção são os que determinam se um fato pode ou não virar notícia, enquanto os de construção estão relacionados ao modo como a notícia será produzida.

O autor cita como critérios de seleção: a morte; a notoriedade do agente do acontecimento; proximidade geográfica ou cultural; relevância na vida do público; novidade; tempo (efemérides); potencial de noticiabilidade (de ser compreendido pelo público); fatos notáveis e inesperados; conflitos; infrações; escândalos; disponibilidade de cobertura; quantidade de notícias sobre o evento; visualidade; concorrência e fluxo de notícias no dia de trabalho.

Os valores de construção apontados por Traquina (2002) são a simplificação (facilidade de compreensão do evento); amplificação; relevância para o público; personalização; dramatização e consonância (acontecimento inserido em narrativa pré-existente).

Esses critérios não são, contudo, regras. Segundo Traquina, eles não têm prevalência uns sobre os outros, e seu emprego não torna a notícia cientificamente justificável, já que os valores-notícia apesar de possuírem qualidades duradouras,

> não são imutáveis, tendo mudanças de uma época histórica para outra, sensibilidades diversas de uma localidade para outra, destaques diversos de uma empresa jornalística para outra, tendo em conta as políticas editoriais. As definições de o que é notícia estão inseridas historicamente, e a definição de noticiabilidade de um acontecimento ou de um assunto implica um esboço da compreensão contemporânea do significado dos acontecimentos como regras do comportamento humano e institucional. (TRAQUINA, 2002, p. 203)

Fatores que também interferem na avaliação dos valores-notícia, como a política editorial, as rotinas de produção no que tange à relação entre fonte e jornalista; e a influência das assessorias de imprensa. Traquina ressalta que por mais que os critérios de noticiabilidade não sejam uma receita de notícia, eles já "existem, duradouros, ao longo dos séculos". (TRAQUINA, 2002, p. 204)

Karam (2004) enxerga nessa capacidade de agendamento do jornalismo uma possibilidade de mediação em que "ao jornalismo cabe determinar, por sua essência, que somente alguns acontecimentos e versões serão noticiáveis e outros não. Isso não exclui, é certo, a seleção de natureza ideológica e política existente hoje." (KARAM, 2004, p. 31). Para isso o autor destaca que ao jornalismo precisa utilizar uma linguagem e um discurso que sejam abrangentes, já que

> o jornalismo contribui para a memória social. Do registro cotidiano que faz do movimento humano extraem-se bases para análises também históricas, antropológicas, sociológicas; projetam-se opiniões, dúvidas, debates, novos fatos e versões. (KARAM, 2004, p. 31)

Christa Berger (2003) analisa mais profundamente os fatores que influenciam os critérios de noticiabilidade, que fazem a passagem do acontecimento à notícia. A natureza da imprensa tende a formar um círculo que ajuda a determinar quão noticiável o fato é: o acontecimento precisa "caber" na linha editorial do veículo, não pode desagradar ou ofender o leitor e nem o anunciante. "A questão para um editor é: o que há de novo no mundo hoje que "caiba" no meu jornal, que conquiste leitores e que não se confronte com os que o sustentam economicamente" (BERGER, 2003, p. 37).

Segundo a autora, o jornalismo pode ser compreendido no seu vínculo com o mercado, pois ele determina a fórmula do que vai ser registrado no jornal.

Se cabe ao jornalismo o poder de decidir sobre o que é ou não relevante na sua seleção diária do que está acontecendo no mundo, esse poder também é nocivo na medida que essa seleção tem como filtro os interesses econômicos da empresa jornalística. Segundo Ramonet (2012), a imprensa que deveria ser o agente denunciador passa a agir em defesa da própria causa.

> À questão "O que é uma informação?", as mídias em desespero tendem agora a responder unicamente em termos de audiência. Uma "boa" notícia é aquela que pode interessar o maior número de pessoas. Não aquela que seria, por exemplo, a mais útil a coletividade, a mais decisiva ou a mais esclarecedora em matéria de economia, de ecologia, de política... Com efeito, as grandes mídias perdem de vista, assim, o verdadeiro sentido de sua missão. (RAMONET, 2012, p. 22)

Resumindo o papel da mídia na interpretação de relevância dos fatos pela sociedade, Karam diz que

> de um lado, a realidade impõe temas socialmente relevantes; de outro, os veículos de comunicação os registram e são responsáveis pela divulgação de dados suficientes para o público, a fim de que este reaja e aja em decorrência deles, tornando-o partícipe social do mundo diário. (KARAM, 2004, p. 49)

Recebendo esse recorte tão especializado de notícias, o público passa a distinguir diferentes níveis de relevância nos acontecimentos sociais. Se determinado tema não é abordado pela mídia predominante, ele não merece um maior grau de consideração mesmo que chegue até o leitor através da mídia alternativa. Segundo Karam,

> Existe uma possibilidade de contribuição social efetiva do jornalismo para o entendimento do mundo, de que forma, de como nele intervir, de como nele agir. (...) Assim, sua importância é maior do que apenas a de um produto entre outros na contemporaneidade, que não podem fugir à lógica do mercado e aos tempos homogeneizadores da globalização. (KARAM, 2004, p. 47)

Afirmando que essa informação relevante não chega ao público, entretanto não podemos dizer que este não está sendo informado. A quantidade de conteúdo recebido pelos cidadãos hoje é muito grande, e esse conteúdo é selecionado para chegar até o público. Para Ramonet, essa hiperinformação é um obstáculo, já que

> Em nossas sociedades democráticas, as informações tornaram-se tão abundantes, tão saturadas de parasitas (*Soft news, infotainment, trash news*), que elas nos asfixiam e nos impedem de saber quais "outras informações" nos são ocultadas. (RAMONET, 2012, p. 54)

Essa opção pelos critérios de noticiabilidade que têm mais apelo comercial do que democrático é uma das causas da crise do jornalismo. Ao reproduzir um conteúdo selecionado para uma elite que sustenta a empresa financeiramente, o jornalismo abre mão de seu papel social de selecionar a informação relevante para o interesse público e assume, nas palavras de Ramonet (2013), "sua nova função de cães de guarda da desordem econômica estabelecida".

Se, conforme Traquina (2002), os valores notícia refletem a sociedade em que se inserem, o que vemos é a consolidação da manutenção de um *status quo* através de veículos que "privilegiam seus interesses particulares em detrimento do interesse público" (RAMONET, 2013, p. 65). No contexto do sistema capitalista, essa atitude administrativa é corriqueira, já que os jornais também fazem parte de uma organização empresarial.

> Em tal cenário, a mídia integra-se perfeitamente, sem muito peso na consciência, considerando que seu negócio da comunicação é mais um entre outros no processo de produção do capital. No entanto, as consequências da informação ou desinformação jornalística são relevantes do ponto de vista da formação da cidadania e do acesso democrático e imediato a diferentes setores sociais onde se produzem ações e declarações. (KARAM, 2004, p. 232)

A grande questão é que sequelas trará para a democracia essa transformação do jornalismo em negócio. Se a sociedade está recebendo informação através dos filtros de uma entidade que defende os próprios interesses econômicos, a questão que fica é em que ela irá embasar as decisões que concretizam a sua cidadania.

3.3 Notícia como serviço

O jornalismo de serviço se caracteriza por apresentar informações diretas que atendem interesses de grande parte da sociedade, sem aprofundamento ou contextualização. Objetiva alcançar o maior número de leitores, oferecendo o que se presume que queiram receber.

Empresas jornalísticas como o Jornal Zero Hora, utilizam técnicas de marketing e pesquisas para conhecer seu público alvo, saber suas preferências e assim manter seus conteúdos de acordo com o que seu público presumido gosta de receber. Segundo Fonseca (2008), “esse tipo de jornalismo determina o declínio do conceito de notícia em favor de um jornalismo caracterizado pela prestação de serviço”, já que nem toda informação possa ser considerada jornalística, como acontece com o jornalismo de serviço.

De acordo com a autora, essa escolha faz com que o jornal abra mão de ser uma “fonte de conhecimento” para se adequar às vontades do leitor, perdendo a capacidade de tratar de temas que não correspondem com as preferências e os interesses de seu público, indicando “a renúncia à análise, ou ao esclarecimento”.

Marques (2006) pontua que a transformação do jornal e da notícia em mercadoria resultou no surgimento do jornalismo de prestação de serviço, que abandona temas de aceitação problemática como a política em favor de “criar ou atender os interesses do público-leitor”. Isso acaba por perpetuar a desinformação e fragmentação da sociedade, solidificando a linguagem, os valores e os costumes de uma parcela da população enquanto isola e marginaliza tudo o que é diferente da realidade dominante.

Segundo o autor, a imprensa que se organiza de acordo com o modo de produção capitalista é um agente reprodutor da ideologia dominante da sociedade da indústria cultural, à qual pertence a grande imprensa. Os grandes veículos de comunicação optam por

> apresentar fatos e ideias sem maiores contextualizações ou relações que lhes possam dar um sentido histórico, e passam, assim, a fixar padrões de pensamento como “chichês” ou preconceitos, repetindo-os até se fixarem como verdades. (MARQUES, 2006, p. 44)

Esse comportamento da imprensa de se furtar de opiniões contraditórias e não apresentar todos os ângulos de um fato demonstra a perda de sua função mediadora, de acordo com Marques (2006). Ao optar por noticiar os fatos que presumidamente interessam o leitor e tornam seu conteúdo mais palatável, a imprensa deixa de cumprir seu papel social de promover a reflexão e o conhecimento

sobre diferentes aspectos da sociedade e passa apenas a ser o portador de um discurso conservador e ideológico.

3.4 Jornalismo público

O jornalismo público[1] é um conceito que serve como alternativa a esse cenário mercadológico a que está submetido o jornalismo. Conforme Traquina e Mesquita (2003) ele se caracteriza pelo esforço na apuração e na objetividade das notícias, mas principalmente na preocupação em dar espaço de discussão para questões que possam transformar a realidade social, fornecendo aos cidadãos informação abrangente e de qualidade para que possam participar de forma assertiva na democracia.

O direito da informação como parte importante da constituição da cidadania será fundamentado de acordo com Gentilli (2002), destacando o papel da imprensa como uma necessidade social indispensável que precisa fazer parte de uma estrutura plural e acessível a todos.

Estabelecendo que a organização industrial do jornalismo interfere na função democrática das notícias, Fonseca (2002, 2008) destaca que a produção de informações cada vez mais é dirigida para um público visto como clientela, submetendo o jornalismo a um recorte que interessa a um determinado segmento da população e negando espaço e voz a problemas da maioria da sociedade que por razões econômicas escapa ao interesse dos anunciantes.

O papel do jornalista nesse contexto é analisado por Pereira (2004) e mostra que a mercantilização do jornalismo gera um conflito profissional quando demanda que seu compromisso seja em primeiro lugar com a empresa, quando, de acordo com os princípios fundamentais do jornalismo, deveria ser com a sociedade.

Esse lugar social também é apresentado por Silva (2012) que trata da importância da interação entre os jornalistas e as minorias sociais através de

---

[1] Conforme Traquina (2003) o movimento que surgiu nos Estados Unidos no fim dos anos 80 e que defende um “novo jornalismo” é conhecido por diferentes nomes de acordo com os autores que o abordam: Jornalismo Comunitário (Craig, 1995); Jornalismo de Serviço Público (Shepard, 1994); Jornalismo Público (Rosen, 1994; Merrit, 1995); Jornalismo Cívico (Lambeth e Craig, 1995). (TRAQUINA, 2003, p. 9) Nesse trabalho será tratado como Jornalismo Público por ser mais representativo da inclusão de todas as percalas da sociedade, foco dessa pesquisa.

microrredes de jornalismo público, para que os que são excluídos na mídia hegemônica tenham direito a sua cidadania, comunicação e informação.

Nesse contexto de diluição dos valores fundamentais do jornalismo, o conceito de jornalismo público traz uma perspectiva diferente sobre como devem ser as notícias, buscando principalmente reconciliar-se com a sociedade e retomar a credibilidade perdida com a mercantilização. De acordo com Merrit (1997 apud TRAQUINA, 2003) o jornalismo público vai além de dar notícias e busca ajudar a melhorar a vida pública; abandona o papel de "observador desprendido" para assumir o de "participante justo", tem como prioridade as ligações em vez das separações e vê o público não como consumidor, mas como ator da vida democrática.

Coleman (2003) aponta que esse tipo de jornalismo é o que mais se aproxima da teoria da responsabilidade social, pois vê nas notícias as ferramentas para que os cidadãos construam o próprio futuro. Destaca também que o jornalismo público é "uma resposta ao nosso desenvolvimento social" que surge em consequência dos caminhos traçados pelo jornalismo até o estado atual.

Para Eksterowicz, Roberts e Clark (2003) o jornalismo público tem como objetivo ajudar a imprensa a se conectar novamente com a sociedade e produzir discussões que levem o povo a resolver os problemas mais importantes. Segundo os autores, a desinformação da população é culpa do jornalismo, já que

> as organizações jornalísticas são fortemente influenciadas pela necessidade de vender espaço de publicidade. A questão do lucro, associada aos avanços tecnológicos, tem moldado o conteúdo das notícias num importante número de maneiras. (EKSTEROWICZ, ROBERTS e CLARK, 2003, p. 96)

Para Rothberg (2011), as discussões acerca da necessidade de se desenvolver um novo modelo de jornalismo nasceram da constatação que a cobertura de notícias estava cada vez mais distante dos temas que poderiam fazer a diferença nas escolhas democráticas e políticas dos cidadãos.

O autor traz como estopim dessa discussão as eleições presidenciais de 1988 nos Estados Unidos, que foram um exemplo de como a cobertura da mídia pode distanciar os cidadãos do aprendizado democrático. Notícias sobre "escândalos" de ordem pessoal dos candidatos e uma cobertura centrada mais na probabilidade dos

políticos de alcançarem o poder tomaram o lugar de informações sobre propostas e projetos de governo, o que poderia ajudar o público a tomar uma decisão mais consciente na hora de votar.

Em vez disso, a má influência exercida pelas assessorias de imprensa dos candidatos sob a imprensa acabou por desinteressar o público pelo noticiário político e afastá-lo das urnas com descrença nos candidatos, e por consequência, no sistema democrático. Desse contexto surgiu a teoria de jornalismo público, que deveria estreitar a relação com a sociedade e abastecê-la com informação "substancial e positiva, capaz, por sua vez, de fazer o público se reconectar com a política". (ROTHBERG, 2011, p 156)

O conceito de "público" é tido nessa proposta jornalística como aquilo que diz respeito à vida em sociedade e às atitudes dos cidadãos, tendo conhecimento sobre as decisões públicas e participação nas decisões e discussões entre diversos setores da sociedade. Segundo Rothberg (2011, p 158) "ao invés de apenas reportar os fatos da comunidade, o jornalismo deveria começar a se envolver efetivamente na busca por soluções aos problemas comunitários." O jornalismo público tem relação direta com a formação política da sociedade através da informação qualificada.

Silva (2012) define o conceito de jornalismo público como uma atividade em que "os grupos sociais estimulam os jornalistas ao ativismo em prol das causas justas, retirando o jornalista de sua posição de mero espectador e anunciante das injustiças do mundo" (SILVA, 2012, p. 55). O autor não restringe a participação do jornalista apenas à divulgação da informação de utilidade social, mas propõe também que ele deve ter consciência da realidade experimentada pelos grupos sociais que são pautados em seu trabalho. Aponta que existe a necessidade de "uma conversação midiática" para que os problemas sociais das minorias não sejam apenas ilustrações de uma realidade paralela entre outras notícias. Segundo Silva, não basta simplesmente "dar voz ao outro", é preciso proporcionar "visibilidade sistemática", para que as minorias possam não só apresentar, mas discutir o problema apresentado. O autor também reconhece que

> Se depender das grandes redes de mídia, que têm concessão pública para suas emissoras de rádio e televisão, esse canal ou espaço de expressão das minorias será sempre ofuscados pela estética dos investimentos narrativos à venda: notícias sobre a intimidade das celebridades do momento, sobre

> curiosidades banais em saúde e beleza, questões importantes esvaziadas na própria matéria, etc. (SILVA, 2012, p. 59)

Diversos autores, assim como Silva, são céticos quanto ao jornalismo público ocupar uma posição dominante frente ao jornalismo de interesse comercial. Mas permeando o jornalismo de mercado, existem pautas com temas de interesse para a sociedade e que a permitam discutir e resolver seus problemas mais pungentes, ainda que sejam raras.

Gentilli (2002) aborda a importância desse vínculo entre cidadania e comunicação, e coloca a informação pluralística e de relevância social como "uma das premissas de uma sociedade democrática".

O autor destaca que as informações chegam à população de forma indireta, através do jornalismo, e que o acesso a essas informações constitui um direito, confere condições de igualdade entre os sujeitos e oferece visibilidade ao poder e ao mundo. Mas essa informação também deve ser em quantidade e qualidade que permita o melhor julgamento a cada cidadão, conforme Gentilli:

> O direito à informação concebido como direito de cidadania é, exatamente, o direito àquelas informações necessárias e imprescindíveis para a vida numa sociedade de massas, aí incluindo o exercício pleno do conjunto de direitos civis, políticos e sociais. (GENTILLI, 2002, p. 43)

Tendo o autor estabelecido que a sociedade tem direito a informação abrangente e de qualidade, o jornalismo também pode ser visto como um agente de cidadania quando é o fornecedor das condições necessárias para que o povo possa exercer plenamente seus direitos na democracia. Conforme Traquina,

> O jornalismo, afinal, fornece um elemento muito especial, único, a uma determinada cultura: informação independente, confiável, precisa e compreensível, elementos importantes para que o cidadão seja livre. O jornalismo destinado a oferecer outras coisas diferentes acaba subvertendo a cultura democrática. (...) Não é só o jornalismo que perde aqui. O que está em jogo é se como cidadãos, temos acesso ou não a informação independente que nos permita participar do processo de governo. (TRAQUINA, 2005, p. 20-21)

Isso é o que o jornalismo público estabelece: um modo de se exercer a prática mais relacionado com a deontologia da profissão, e tendo o interesse público como objetivo final para que a sociedade receba informação de qualidade e em quantidade suficiente para exercer sua cidadania.

3.4.1 O jornalismo público como alternativa

Segundo aponta Danilo Rothberg, no livro “Jornalismo Público” (2011) há duas saídas para essa crise do jornalismo: uma que parte da iniciativa do Estado, com uma legislação que regule as empresas jornalísticas concomitantemente com a atuação de um jornalismo estatal que possa servir como parâmetro para que a sociedade avalie a mídia empresarial baseada em uma qualidade de informação que cumpra efetivamente com o seu papel social, e outra que depende dos próprios meios de comunicação e de seu comprometimento com a sociedade, de forma que se estabeleça uma conexão entre o jornalismo e os cidadãos em busca de soluções para os problemas da comunidade.

Para Rothberg (2011), o mercado de comunicação de massa apresenta distorções que precisam ser enfrentadas com políticas públicas. Destacando quatro “aspectos deformadores” do jornalismo, o autor cita a influência do poder econômico que permite que os meios de comunicação sejam apenas mais um tipo de propriedade privada; a influência política, que privilegia o acesso aos centros de decisão para os proprietários dos meios de comunicação; a influência cultural que transforma “visões hegemônicas” em “verdades universais” e a influência da categoria profissional dos jornalistas, que sujeita a esse contexto como nenhuma outra na sociedade, permite que várias forças se sobreponham entre o público e o seu direito à informação.

Na sociedade capitalista, a produção de um bem qualquer depende de investimento na manufatura e os lucros variam de acordo com a quantidade de cópias que irão ser comercializadas pela empresa. Segundo Rothberg,

> a partir da segunda cópia, digamos de um jornal, os salários dos jornalistas e o custos das impressoras e das tintas são diluídos pelo número de exemplares, e se ganha mais na medida em que for possível dividir mais e mais o custo inicial por milhares de cópias. (...) Isso tende a fazer com que os jornalistas simplifiquem os enfoques segundo fórmulas de produção da informação como entretenimento, negligenciando a profundidade dos assuntos e a pluralidade das perspectivas. (ROTHBERG, 2011, p. 8)

Além da questão econômica, a influência editorial das empresas em prol do próprio interesse e de aliados como anunciantes ou governos também são aspectos problemáticos dessa crise. Segundo Rothberg, o jornalismo não é o único setor a

sofrer com desigualdades em decorrência da lógica da produção industrial, mas ressalta que “talvez seja o único que pode afetar todos os outros, uma vez que é o responsável por informar as pessoas sobre como reverter as iniquidades das diversas esferas da vida em sociedade.” (2011, p. 9).

A informação é atualmente um bem de consumo, mas não é um bem qualquer, por causa do valor que pode acrescentar ao indivíduo que o consome.

> O direito à informação, fundamental para o exercício dos direitos civis, políticos e sociais que compõem a cidadania modernamente construída, deve ser provisionado porque representa um bem maior, do qual o país todo precisa para atingir elevados níveis de qualidade de vida desejados como atributos coletivos. (ROTHBERG, 2011, p. 21).

De acordo com o autor, por isso os meios de comunicação precisam estar comprometidos apenas com o interesse público, tendo em vista que o público não é considerado com relação ao seu poder de consumo, e sim como parte integrante de um sistema democrático e plural.

Outros obstáculos são previstos pelo autor para a resolução da crise do jornalismo, além dos que derivam da forma industrializada que as notícias são produzidas no atual cenário. Mais relacionadas à recepção das informações pelo público, essas “externalidades” estão ligadas ao efeito do consumo midiático individual, que não pode ser avaliado de forma isolada porque se propaga de uma pessoa para outra. Rothberg compara esses efeitos com a vacinação em uma população: cada pessoa se beneficia pelas outras pessoas que também foram vacinadas. Outro fator externo é o tempo necessário para avaliação de quais informações são necessárias para o desenvolvimento da cidadania. De acordo com o autor, o público pode facilmente abrir mão de investir em aprimorar seus conhecimentos quando o mercado oferece modelos massificados e acríticos de um modo muito mais acessível, e o resultado disso é “um livre mercado de comunicação que produz uma incultura de indigência intelectual e de ausência de inclinação ou familiaridade para a vivência democrática.” (ROTHBERG, 2011, p. 11)

A responsabilidade de avaliar a qualidade do serviço jornalístico oferecida pela mídia é do consumidor, já que ele tem liberdade para rejeitar informações tendenciosas e superficiais. Segundo Rothberg,

> se uma dada perspectiva é ofuscada no noticiário em função das preferências políticas de um jornal impresso, não se trata de falha técnica, e sim de uma opção decorrente da afirmação social do veículo, o que é desejável em uma democracia. (ROTHBERG, 2011, p. 114-115)

Contudo, o autor diz que a pluralidade de pontos de vista deve ser respeitada mesmo que a possibilidade de comunicação se efetive através de um veículo que é propriedade econômica. Cabe então ao público uma parcela maior de responsabilidade, e se esse leitor não está apto para

> distinguir relatos mais isentos daqueles mais distorcidos, prestigiando os primeiros pela compra de um exemplar, trata-se novamente de um problema relativo aos meios de alfabetização para a mídia que um sistema público de educação formal e informal deve manter, e não algo especificamente interno à problemática liberdade de imprensa.(ROTHBERG, 2011, p 115).

A solução apontada pelo autor é a manutenção de um padrão de alta qualidade de jornalismo no modelo produzido pelo Estado, de forma que se concretize um marco de comparação para o info-entretenimento e o sensacionalismo, juntamente com uma fiscalização e controle de veículos de imprensa privados, que devem ser orientados a trabalhar em função da ampliação da cidadania.

Diversos fatores tornam essa modalidade de trabalho diferente e nova em comparação com o jornalismo que resulta do processo industrial da produção de notícias. Entre eles, o autor destaca a queda da exclusividade do jornalista como o único que pode dizer o que é ou não é notícia, já que a relação entre jornalista e público tem que ser mais estreita para que a sociedade possa manifestar quais são os temas que quer ver no noticiário. A relação com as fontes também deve ser reformulada, revendo a ideia de que a proximidade com o saber e o poder fornecem material para as notícias, já que no jornalismo público a proximidade com a comunidade tem mais valor do que a com detentores de saberes específicos.

Todas essas diferenças respondem ao pressuposto de que o jornalista não pode esquecer, em nenhuma etapa do desenvolvimento do seu trabalho, que o seu objetivo é o interesse público, que todo o seu esforço deve ser em função da melhora da comunidade e não do aumento da tiragem. Embora, de acordo com Rothberg, o jornalismo público também tenha uma aplicação comercial, porque “uma comunidade mais forte tende a ler mais jornais, enquanto a alienação e a passividade são forças

contrárias, relacionadas à diminuição da circulação de jornais.” (ROTHBERG, 2011, p. 161)

Ainda que o jornalismo seja uma atividade pública na sua essência, vários fatores internos e externos à profissão resultam que “muitas vezes, uma reportagem pode privilegiar diversos interesses, exceto justamente os de grandes segmentos de leitores (...) embora tenha a pretensão de servi-los” (ROTHBERG, 2011, p. 195). O jornalismo público se coloca como uma alternativa a uma espécie de “jornalismo setorial”, que privilegiam grupos específicos ao tempo que pretendem representar a sociedade como um todo. Segundo Rothberg (2011), a ausência de visibilidade de grande parte da comunidade que não tem lugar no jogo de interesses da mídia comercial acaba por se tornar invisível, já que “o discurso privado *oferecido ao público* passa por *público* de fato, enquanto não é mais que a simulação de uma esfera que se pretende passar por *espelho* das preocupações sociais em geral” (ROTHBERG, 2011, p. 196).

Com isso, podemos definir que para atuar em nome do interesse público é necessário observar principalmente a pluralidade e o equilíbrio, valores que recuperam a função da informação jornalística de oferecer compreensão sobre os problemas que afetam a sociedade mesmo em setores ao quais não estamos inseridos, e proporcionam ao público entendimento para atuar como protagonista em conflitos na sociedade, de forma democrática.

CAPÍTULO 4. A FUNÇÃO SOCIAL DO JORNALISMO E ZERO HORA

4.1 O compromisso com o público na prática jornalística

O jornalismo existe para informar a sociedade e assim prestar um serviço público à população. Hoje, os maiores veículos de imprensa são empresas de comunicação orientadas por estratégias administrativas que devem resultar em um maior ganho financeiro. É importante analisar como o jornalismo se posiciona em relação às notícias que podem não atrair mais compradores para o seu produto.

De que maneira o jornalismo aborda as minorias e seus problemas, e como os traduz para uma maioria presumida de leitores que cada vez dedica menos tempo para a leitura do jornal? O jornalismo está abrindo mão do seu papel social de revelar para a sociedade os problemas que acontecem na sua periferia ou se conforma em replicar as preferências da grande maioria presumida, que forma a audiência do veículo? A questão a ser estudada é o que prevalece nesse jogo de forças: o cumprimento da função social ou a busca pelo lucro.

A importância de buscar respostas para estas perguntas se encontra na exposição de um recorte da realidade no jornalismo atual, que pode revelar falhas no desempenho dos jornais para com o público. A análise da imprensa se mostra relevante também para questionar o quanto a emergência do tempo pode interferir na qualidade da informação, e entender que consequências a banalização dessa falta de qualidade pode trazer para a formação democrática da sociedade.

Para compreender essas questões, é necessário fazer uma revisão sobre a história da atividade jornalística, para que se avalie a importância do seu papel social. Buscando os fundamentos da profissão, fazer uma leitura crítica da importância cívica de se oferecer para o público um jornalismo de qualidade e que não exclua as minorias.

Para atingir o objetivo proposto, será empregado o método da análise de conteúdo de acordo com Laurence Bardin (2010) que permite esclarecer as dúvidas apontadas no objetivo e no problema a ser estudado. O veículo escolhido para a análise foi o jornal Zero Hora, pertencente ao Grupo RBS de comunicação, o 6° maior jornal do Brasil de circulação paga e de maior abrangência no estado do Rio

Grande do Sul no ano de 2013, segundo dados da Associação Nacional de Jornais (ANJ), com circulação média de 183.839 exemplares. A opção pelo jornal Zero Hora se justifica por ser o maior veículo impresso no estado e por ter adquirido o status de símbolo da industrialização do jornalismo no Rio Grande do Sul, segundo Fonseca (2008), ao adotar técnicas industriais de produção para conquistar a liderança de mercado.

Aplicando as fases da análise segundo Bardin (2010), foi realizada a pré-análise, exploração do material e o tratamento dos resultados obtidos. Assim, optou-se por analisar a cobertura jornalística realizada pelo Jornal Zero Hora, no período de abril e maio de 2014, buscando notas ou reportagens que tratassem do conflito agrário envolvendo indígenas na cidade de Faxinalzinho[2], no Rio Grande do Sul.

4.2 Contexto histórico da questão agrária na região norte do RS

Faxinalzinho se encontra na região de maior concentração de populações indígenas do estado do Rio Grande do Sul. Segundo a prefeitura do município, o nome da cidade provém da denominação dada pelos índios que viviam na aldeia de Votouro, que assim chamavam a menor das duas áreas de mato raso que cercavam a região, sendo a outra denominada “Faxinal Grande”. A área onde hoje está a cidade de Faxinalzinho foi escolhida pelos colonizadores italianos por suas características de vegetação, de mata menos fechada, ideal para a criação de gado.

Da Ros (2012) apresenta uma revisão histórica da ocupação de terras no estado. Segundo o autor,

> A ocupação do território rio-grandense pelos colonizadores europeus foi um processo que, a exemplo das demais regiões do Brasil e de outros países da América Latina, ocorreu na base da expropriação dos antigos territórios indígenas. (DA ROS, 2012, p. 79)

Antes da chegada dos colonizadores, grandes grupos indígenas habitavam o estado, dentre as quais os Jês, que foram quase dizimados por doenças trazidas pelos imigrantes e pela ação dos bandeirantes. Os sobreviventes, juntamente com

---

[2] A cidade de Faxinalzinho fica na região noroeste do estado do Rio Grande do Sul, com área territorial de 143.382 km² e população estimada de 2.570 habitantes para o ano de 2014 (Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de População e Indicadores Sociais.). No censo demográfico de 2010, a cidade tinha 1.273 habitantes na área urbana e 1.294 pessoas residentes na sua área rural. (Fonte: IBGE, Censo Demográfico 2010).

outros grupos indígenas que habitavam as matas da região foram agrupados sobre a única denominação de Kaigangues (*Kaa*: mato; *ingang*: morador). (DA ROS, 2012)

Historicamente os Kaigangues estabeleceram-se na área noroeste, norte e nordeste do estado, região de matas altas que lhes proporcionava segurança e alimento. Os primeiros assentamentos indígenas ou “toldos” foram estabelecidos pelo poder público a partir de 1848, destinando a essa populações as terras que não fossem escolhidas pelos colonizadores (DA ROS, 2012).

As tentativas de alocar essas comunidades causaram resistência da parte dos Kaigangues, pois o estado não considerava o valor sociocultural da terra para os índios, estabelecia a permanência de grupos rivais no mesmo espaço e ignorava suas características nômades, considerando abandono definitivo de terra quando se deslocavam. A política de proteção ao índio da época se constituía em afastá-los das terras escolhidas pelos colonos para evitar conflitos. (DA ROS, 2012) Para isso, eram aplicadas a catequização, a persuasão com promessas de ajuda que não eram cumpridas ou a repressão violenta.

Com a proclamação da República, o governo começou a demarcar novas áreas para colonização européia. Como as terras do sul do estado já eram dominadas pelos grandes latifúndios de criação de gado que eram o centro da economia no ciclo do charque, restavam as áreas de mata da região norte, onde estavam a maioria dos “toldos”. De acordo com Da Ros (2012), a ocupação do território gaúcho foi baseada na expropriação de terras anteriormente ocupadas pelos índios, e nem mesmo a demarcação de suas aldeias pode conter os conflitos causados pelas invasões irregulares nos seus territórios causadas pelas contradições nos projetos oficiais de colonização.

“O processo de intrusão das áreas indígenas teve início em 1941, quando o governo estadual adotou uma nova política em relação aos índios e suas terras”. (DA ROS, 2012, p. 142) Foi feita uma nova demarcação das áreas, e como resultado, “em 1950 as terras indígenas somavam 53. 512 hectares, de um total de 92.292,51 hectares demarcados entre os anos de 1912 e 1918, ou seja, uma redução de 38.780, hectares” (DA ROS, 2013, p. 143) Essas áreas que “sobraram” foram declaradas pelo Estado como “reservas florestais remanescentes” e arrendadas para

posseiros com consentimento da Funai e do governo estadual, maior responsável por desencadear ocupações definitivas ou intrusões nas áreas de reserva. (DA ROS, 2012).

4.3 Percurso metodológico

A pré-análise foi feita com base em acessos nas edições online do jornal, onde pude constatar que Zero Hora havia feito uma cobertura do acontecimento por vários dias consecutivos. Para a pesquisa, optei por estudar a edição impressa do jornal por não poder precisar nas matérias online a data de publicação devido a atualizações posteriores feitas nas matérias.

Para acessar as edições do jornal, foram feitas três visitas ao setor de arquivo de imprensa do Museu da Comunicação Hipólito da Costa. Na época, o setor de arquivo passava por várias dificuldades, trabalhando com horário reduzido de atendimento. O Museu estava com problemas estruturais e não dispunha de funcionários suficientes para atender aos pesquisadores, limitando o número de visitas a oito pessoas por dia. O arquivo de imprensa possuía as edições de Zero Hora dos meses de abril e maio, porém faltava em seu acervo a edição do dia 30 de abril de 2014, e como foi verificado posteriormente, o caderno Proa da edição de 18 de maio do mesmo ano.

Para recuperar a edição de 30 de abril e atender à regra de exaustividade de material proposta pela análise de conteúdo, fui até o setor de Arquivo/Encalhe do jornal, por indicação dos funcionários do acervo do Museu da Comunicação. No local são armazenadas as edições impressas pelo período de um ano, e adquiri a edição que faltava ao arquivo de imprensa do Museu. Após o término desta pesquisa, a edição do dia 30 de abril será doada ao Museu Hipólito da Costa, para completar o seu acervo e assim poder ajudar a outros pesquisadores que precisarem fazer uso desse serviço tão importante oferecido à comunidade de forma gratuita. Para a pesquisa, registrei através de fotografias tudo o que foi publicado em Zero Hora no período sobre o tema, já que o Museu não oferece serviço de reprografia e não é possível retirar as edições do arquivo.

Inicialmente, na pré-análise, foi realizado um amplo levantamento nas edições do Jornal no período escolhido, e no total foram encontradas 24 edições que tratam do tema “índios”, dentre estas, vinte edições que mencionam o acontecimento em questão. Aplicando a metodologia da Análise de Conteúdo, foi feita uma leitura “flutuante”, por seu caráter aberto a ideias e hipóteses (BARDIN, 2010).

No entanto, na comparação com o primeiro levantamento de material, feito no online, foi encontrada uma matéria que não havia sido impressa. Muitos questionamentos foram feitos a partir dessa constatação, acerca do motivo que havia levado Zero Hora a não publicar na edição impressa a matéria em questão, que no site, datava do dia 17 de maio de 2014. Após uma nova pesquisa, dessa vez no arquivo online do próprio jornal, descobri a matéria em questão publicada na íntegra no suplemento de cultura Proa, na edição de domingo, 18 de maio de 2014, que faltava na edição deste dia consultada no arquivo do Museu Hipólito da Costa.

Dispondo de todo o material, para escolha do corpus de análise foram aplicadas as regras da exaustividade e da pertinência, observando que todo o conteúdo disponibilizado pelo jornal sobre esse tema foi revisado, e foram escolhidos para compor o corpus aqueles que tratam do acontecimento em questão com abordagem noticiosa.

Foram encontradas nestas edições, 21 citações ao acontecimento. Dentre estas, 5 eram chamadas de capa, 1 foto com legenda, 2 artigos de opinião, 1 reportagem especial e 13 matérias noticiosas. Na sequência, ficamos com 13 matérias que serão efetivamente analisadas, visando alcançar o objetivo proposto, de analisar como o jornalismo atual cumpre sua função social tratando de temas relevantes para a coletividade.

Considerando como itens indispensáveis para o comprimento da função social em matérias jornalísticas: o comprometimento com interesse público; a disponibilização de informações de modo exato e completo; a publicação de notícias de forma contextualizada, de forma que forneça para o leitor conteúdo suficiente para que possa tomar as próprias decisões e exercer a cidadania, e o oferecimento de um relato isento dos acontecimentos de forma que contemple a sociedade em sua

pluralidade (KOVACK: 2004; MEDINA: 1982; TRAQUINA: 2003), foi realizada uma análise nas reportagens selecionadas que é descrita a seguir.

4.4 A função social nas páginas de Zero Hora

A primeira matéria publicada em Zero Hora sobre o acontecimento é do dia 29 de abril. A notícia tem como título "**Dois agricultores são assassinados a tiros**" e relata que um "conflito por demarcação de terras terminou de forma violenta" quando "um suposto confronto com indígenas" resultou no assassinato de dois agricultores em Faxinalzinho. Segundo as fontes citadas na matéria, os indígenas estariam reivindicando a demarcação de terras na região há 12 anos e a Funai (Fundação Nacional do Índio) já havia solicitado um especialista para mediar o confronto. Essa é a primeira vez no mês de abril em que Zero Hora cita esse conflito agrário, já tendo citado o tema "índios" por duas vezes, em matérias que aludem as comemorações do dia 19 de abril – dia do índio – mas sem constar nenhuma referência a protestos ou confrontos pedindo demarcação de terras. Nas duas matérias em que índios são citados, uma trata de uma visita turística a duas aldeias indígenas e um artigo opinativo sobre a importância de valorizar a ligação dos povos indígenas com a terra. Quando retoma o tema, o título da notícia denuncia a hierarquia de informações: agricultores assassinados. As reivindicações dos indígenas ficam relegadas a segundo plano, demonstrando que a morte é o critério que pesa para que a notícia esteja no jornal. Apenas as polícias civil e militar e um funcionário da Funai foram fontes na matéria.

No dia 30 de abril, o título da matéria de duas páginas é: "**Agricultores x índios – Uma tentativa de acalmar o conflito**". Apesar de trazer um *box* com informações que tratam do histórico da questão agrária na cidade de Faxinalzinho e região, a abertura da matéria trata da vinda de assessores do gabinete do ministro de justiça José Eduardo Cardozo para mediar o conflito. Nessa matéria, o cacique da aldeia responsável pelos protestos foi ouvido, e os índios são apresentados como "caingangues" e não apenas como "indígenas". Embora a quantidade e qualidade da informação jornalística sejam maiores nessa matéria, ainda sobressai o destaque que Zero Hora dá para a rivalidade entre os dois lados da questão agrária, colocando

agricultores e índios como oponentes e rivais quando a história dos problemas com a posse das terras no local é resultado de séculos de decisões políticas que se contrapõem.

Em 3 de maio, a página “Política+”, assinada pela jornalista Rosane de Oliveira, traz uma matéria sobre o acontecimento sob o título “**Alerta ignorado**”. No texto e na foto, o destaque é uma manifestação organizada por agricultores em protesto aos assassinatos cometidos pelos índios. A proposta destacada na matéria, do deputado Gilberto Capoani (PMDB) que estava na manifestação, não vê necessidade de ampliar as fronteiras das terras demarcadas e propõe reinserção das comunidades indígenas. Segundo a própria matéria, o problema agrário na região já havia sido denunciado às autoridades há dois anos. O que chama atenção na análise da matéria é que o protesto dos agricultores e suas reivindicações têm espaço nas páginas de Zero Hora, enquanto que os protestos dos Kaigangues e as suas requisições não são sequer citados.

Na reportagem de página dupla sobre preconceito no estado publicada em Zero Hora em 5 de maio, a questão dos indígenas é citada juntamente com casos de homofobia, racismo e neonazismo. A questão da demarcação de terras é explicada historicamente de modo acessível e satisfatório, apresentando a situação de preconceito vivida pelos povos indígenas no Rio Grande do Sul. O acontecimento é citado, mas pela primeira vez o índio é a parte central da informação, como fica claro no subtítulo da matéria, que diz: “**Disputa de terras insufla agressões**”.

Em 6 de maio, a sessão “notícias” traz uma nota com o título: “**Aulas em Faxinalzinho continuam suspensas**”. A nota diz que há uma semana não há aulas na cidade em decorrência da “sensação de medo que paira sobre a região” depois da “morte de dois agricultores em conflito com indígenas”. Como complemento, a nota traz uma confirmação por parte da assessoria de imprensa da vinda do ministro da justiça José Eduardo Cardozo. A nota é totalmente parcial ao dar caráter de notícia a uma impressão de um dos lados do conflito, generalizando a violência do acontecimento ao tratá-la como uma fábula de faroeste, em que os índios são colocados em uma posição externa a da comunidade dos cidadãos que têm filhos

que vão à escola, por exemplo, para figurarem como fonte do medo e insegurança dos habitantes, agora chancelada pelas páginas do jornal.

Zero Hora noticia em uma página inteira, em 8 de maio, a matéria intitulada "**Sem ministro, tensão aumenta**" repetindo a expressão agricultores x índios, em letras maiúsculas, antes do título. O jornal destaca a ausência de José Eduardo Cardozo, que era esperado para mediar o impasse agrário. Um dos entrevistados pela reportagem é o presidente da Associação de Moradores de Faxinalzinho, Ido Marcon, que diz: "A gente não sabe o que esperar. Quando anoitece, ninguém sai na rua. Parece um filme de terror". Também entrevistado, o cacique Zaqueu Kaingang, presidente da Federação das Organizações Indígenas do Estado, tem atribuídas a ele duas afirmações: confirma que lideranças de outras aldeias estão se deslocando para a região e promete bloquear a estrada por tempo indeterminado. O jornal determina que uma impressão como "parece um filme de terror" merece ser citada integralmente, mas a fala de um líder indígena, que reflete uma decisão política de um dos lados do conflito, não recebe o mesmo tratamento. O veículo traz também uma entrevista com o ministro da Justiça, na qual são feitas perguntas sobre a investigação da morte dos agricultores, se serão tomadas medidas para "acalmar os ânimos", e o motivo da demora em resolver o problema. Uma fala do ministro ganha destaque: "O clima está muito difícil no Estado". Evidências de que Zero Hora opta por noticiar impressões, dar destaque a sensações dos seus entrevistados, e pouco se dedica a elucidar para os leitores as causas envolvidas na disputa de terras.

Na sessão notícias de 9 de maio, o destaque é para uma reunião que irá acontecer entre lideranças de agricultores e de indígenas. Além de detalhes sobre a reunião, o jornal informa que os protestos dos índios teriam trazido "uma onda de tensão" para o município. Logo abaixo, informa que não havia nenhum relato de incidentes desde a morte dos dois agricultores. Em um subtítulo, é recuperado o resultado de uma medida semelhante, que tentou organizar uma mesa de negociação entre índios e agricultores em Sananduva, cidade vizinha. Ambos os lados afirmam na notícia que as negociações não aconteceram de fato. Esse é um claro exemplo de jornalismo de serviço disfarçado de notícia: a única informação é

que haverá uma reunião naquela tarde, mas que como no exemplo citado, ela pode não dar resultado.

“Reunião da paz acaba em prisão” é a chamada da matéria da sessão notícias de 10 de maio. No texto, é descrito o momento em que agentes da Polícia Federal interromperam a reunião entre produtores rurais e índios para efetuar a prisão de cinco Kaigangues, suspeitos do assassinato dos dois agricultores. Além da descrição, críticas por parte do governo do estado sobre a iniciativa de prender os indígenas na hora marcada para a reunião de negociação, e alegação de “coincidência” por parte do ministro da justiça. Zero Hora repete expressões já citadas em outras notícias, como “tensão em Faxinalzinho” e “Produtores x indígenas”. Destaca-se também a forma como é contextualizado o acontecimento, utilizando a identidade de um dos presos: “Entre os detidos na ação de ontem (...) está o cacique Deoclides de Paula, líder da comunidade que pressiona pela demarcação de terras no município, o que desalojaria agricultores.” O fragmento denota a imparcialidade do texto, ao descrever a consequência do pedido dos índios como um fato negativo para os produtores, enquanto nas demais matérias onde são apresentadas as proposições dos agricultores de realocar a aldeia, o jornal as apresenta como saída para a crise ou solução para o conflito.

Em 11 de maio, a edição de domingo de Zero Hora traz na capa uma grande foto do cacique Santos, de cocar, com a chamada “**Índio quer terra. Branco também**”. Apesar da chamada de capa, a reportagem de 4 páginas “**Entre o tiro e a lança**” é um exemplo de imparcialidade e de informação de qualidade e que pode ser considerada satisfatória nos parâmetros do jornalismo cidadão, já que ouve indígenas e agricultores, traz uma contextualização histórica da situação de conflito agrário na região, proporcionando informação suficiente para que o leitor do jornal possa se inteirar das verdadeiras causas da questão e tomar decisões democráticas com base nesse conhecimento. A primeira parte da reportagem é um resumo histórico do conflito por terras no norte do Rio Grande do Sul, que permite que o leitor compreenda como a legislação e as decisões políticas foram construindo o cenário de disputa da atualidade. A matéria ouve lideranças Kaigangues e agricultores, e pela primeira vez atribui a sensação de medo e tensão aos dois lados

do conflito, não tomando parte de nenhum dos lados. O texto apresenta as decisões das lideranças de índios e de colonos como ações políticas, sem priorizar interesses de um ou de outro. Mesmo ao citar o fator religioso, ao tratar da ocupação de uma capela, a matéria contextualiza a decisão dos índios ao expor que também estes tiveram seus cemitérios destruídos para a criação de lavouras. A reportagem traz depoimentos de pessoas envolvidas na disputa, mostrando como decisões políticas podem influenciar a vida da população de forma negativa, pois são os moradores e índios que estão suscetíveis à violência.

"**Esperança de paz adiada**" é o título da matéria de 12 de maio, que trata do adiamento da reunião entre lideranças indígenas e de agricultores com o ministro da Justiça em Brasília. A matéria de uma página traz uma boa contextualização do acontecimento e apresenta depoimentos de índios e agricultores, demonstrando que ambos os lados estão sofrendo com a falta de uma solução. A contextualização do conflito agrário é feita de forma imparcial, e traz informação suficiente para que o leitor compreenda a importância da decisão política envolvida. A matéria traz ainda esclarecimentos sobre a prisão dos cinco índios efetuada na reunião as partes e o desacordo entre governo estadual e federal sobre o cumprimento dos mandados de prisão em uma reunião de negociação.

Em 13 de maio, "**Tensão suspende até a festa de aniversário**" traz um panorama de como está a região, citando em Faxinalzinho as escolas estão fechadas e a comemoração do aniversário de emancipação foi cancelada. A matéria faz uma pequena contextualização do conflito agrário, com o número de famílias que vivem na reserva indígena e o número de famílias de agricultores que seriam desalojados em caso de ampliação da reserva (360 e 170, respectivamente). A reportagem também traz uma pequena entrevista com o prefeito da cidade de Faxinalzinho, Selso Pelin, onde declara que tendo em vista os valores a serem indenizados para os agricultores "seria mais barato comprar outra área" (frase em destaque) e realocar os indígenas. Apesar de trazer informações sobre o histórico do conflito agrário, a matéria não oferece nenhuma informação nova: diz que não houve novos protestos, não houve novos confrontos e que não recomeçaram as aulas. O problema está em dar destaque à declaração do prefeito sem relativizar a sua

posição. Zero Hora não explica porque a questão de demarcação de terras indígenas não é apenas uma questão econômica, mas social e cultural.

Na edição de 23 de maio, o jornal reporta os resultados da reunião do ministro da Justiça com lideranças indígenas do rio Grande do Sul. De acordo com o texto, foi definida a redução da área reivindicada pelos índios na região de Mato Preto e caciques de outras tribos não concordaram com a redução de território. A notícia destaca que nenhum representante da aldeia Votouro Kandoia, que fica em Faxinalzinho, compareceu à reunião. Sobre a ausência, consta uma declaração do ministro: “perderam uma boa oportunidade de iniciar o diálogo”. O texto ainda trata das resoluções estabelecidas na reunião para indenização dos agricultores que serão desalojados, e observa que “há sinais de que a negociação pode ser tensa”. Não há nenhuma contextualização sobre o acontecimento, ou sobre as reivindicações dos índios sobre a área. Sobre as ausências de lideranças indígenas, Zero Hora não se manifesta além de noticiá-las. Não consta na matéria nenhum indício de que houve tentativa de contato com os índios.

Na edição do caderno Proa de 18 de maio, o destaque é a reportagem “**O lugar do índio**”, da jornalista Letícia Duarte. A matéria de três páginas necessita de uma análise à parte das demais, por estar em um suplemento de caráter cultural que tem como característica textos de estilo literário, mais aprofundado e com objetivo de incitar o debate nos leitores.

O texto coloca o índio de forma humana, como um componente da sociedade brasileira, tentando desfazer a imagem alegórica do silvícola isolado no meio da floresta. A reportagem traz uma contextualização do acontecimento em Faxinalzinho e dados sobre outros locais onde há conflitos motivados pela questão agrária. A utilização de fontes como historiadores, pesquisadores e antropólogos que se dedicam a estudar a questão indígena contribui para a recuperação histórica das raízes das disputas territoriais e explica para o leitor qual a importância da ligação com a terra para os índios. Nesse caso, a fonte especializada é crucial para o cumprimento da função social, pois está em jogo a interpretação de um sistema de valores que não é compartilhado entre a cultura do branco e a do índio, mas que

precisa ser compreendido e respeitado porque dividem o mesmo espaço democrático, onde as decisões da maioria afetam a uns e a outros.

A reportagem destaca a ligação dos povos com a terra, com a mata, com o rio, e suas práticas culturais de compartilhar alimento entre todos na tribo, trazendo um novo olhar sobre a população indígena. No fim do texto, questiona as diversas políticas existentes para fornecer aos brasileiros informações sobre a cultura de seus povos indígenas, que esbarram na falta de estrutura do Estado. A matéria destaca a fala de um integrante de Conselho Indianista Missionário (CIMI) que diz que “a sociedade não tem ciência do que se passa a não ser quando acontece uma tragédia”. Termina assim a matéria, com a publicação de uma crítica à imprensa.

Para melhor visualizar os resultados obtidos com a análise, segue uma tabela que apresenta o resultado de cada matéria e os totais da pesquisa.

Tabela 2: MATÉRIAS PUBLICADAS EM ZERO HORA EM ABRIL E MAIO DE 2014 ANALISADAS DE ACORDO COM O COMPRIMENTO DA FUNÇÃO SOCIAL DO JORNALISMO

Data de publicação	Título da reportagem	Cumpre função social	Não cumpre função social
29/04	Dois agricultores são assassinados a tiros		x
30/04	Agricultores x índios – Uma tentativa de acalmar o conflito		x
03/05	Alerta ignorado		x
05/05	Estado da intolerância	x	
06/05	Aulas em Faxinalzinho continuam suspensas		x
08/05	Sem ministro, tensão aumenta		x
09/05	Produtores e índios se reúnem		x
10/05	Reunião da paz acaba em prisão		x
11/05	Entre o tiro e a lança	x	
12/05	Esperança de paz adiada	x	
13/05	Tensão suspende até a festa de aniversário		x
18/05	O lugar do índio	x	
23/05	Índios aceitam redução de área		x
TOTAL	-	4	9

Tabela 3: ELEMENTOS ENCONTRADOS NA ANÁLISE POR DATA DE PUBLICAÇÃO

29/04	Morte, apenas fontes oficiais
30/04	Ministro, agricultores x índios
03/05	Protesto de agricultores, parcialidade
05/05	Especial – contexto, imparcialidade
06/05	Sensacionalismo, ministro
08/05	Ministro, sensacionalismo, parcialidade
09/05	Sensacionalismo, serviço como notícia
10/05	Sensacionalismo, conflito, personalização, parcialidade
11/05	Especial – imparcial, contexto histórico e cultural
12/05	Imparcial, contexto, qualidade
13/05	Não-notícia, parcialidade
18/05	Cultura – contexto, imparcialidade, qualidade
23/05	Parcialidade, ministro

Os resultados da análise mostram que das treze matérias selecionadas apenas quatro continham os requisitos básicos para serem identificadas como exemplos de jornalismo que cumpre sua função social. É importante destacar que dentre essas quatro reportagens que cumprem estes requisitos, três delas são reportagens especiais ou estão em suplementos de cultura.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O jornalismo se justifica por sua função social de informar a sociedade e assim prestar um serviço público à população. Hoje, os maiores veículos de imprensa no Brasil são empresas de comunicação, conglomerados orientados por estratégias administrativas que resultem em um maior ganho financeiro. É importante analisar como o jornalismo se posiciona em relação a notícias que podem não atrair mais compradores para o seu produto. O lugar para notícias sobre índios, negros e outras minorias nesse jornalismo ainda é incipiente, e quando aparece, está relegado aos ambientes alternativos como em suplementos especializados e entre os textos literários dos cadernos de cultura.

A ética existe em relação ao outro. O jornalismo é um bem da coletividade. Essas máximas que orientam e regram a deontologia do jornalismo parecem ocupar um espaço teórico e onírico se comparadas ao que a análise da mídia atual nos apresenta: notícias que carecem de confirmação, textos que reforçam estereótipos, hierarquia de informações que privilegia a curiosidade e o sensacionalismo em detrimento do interesse público, entre outras inconformidades. O que infelizmente se constata é que a ética e a moral do jornalista ficaram relegadas aos estudos na academia, e que os princípios são ótimos para figurarem imponentes no quadro na parede da empresa, mas que na rotina das redações o que tem maior peso na escolha do que é ou não notícia, de que modo vai se apresentar esse ou aquele fato, ainda é o gosto do público presumido e suas preferências e opiniões políticas pré-concebidas, ou seja, um jornalismo que fala apenas para uma pequena parcela da sociedade que têm bem definidos os seus temas de interesse, e que se contenta ao receber informações que não denunciam ou questionam o estado das coisas, apenas se resignam a replicar a mesma fórmula, para manter a liderança nas tiragens seu *status* monopolista.

O jornalismo se consolida como campo social devido a sua possibilidade de informar a sociedade com isenção, objetividade e qualidade sobre assuntos que tenham interesse público e alcancem a grande maioria da população, ajudando a sociedade a compreender o mundo e seus acontecimentos. Se o jornalismo abre mão de noticiar temas de interesse social, e como alternativa, opta por publicar

matérias que têm por objetivo apenas aumentar o alcance ou a tiragem do produto jornalístico, ele abre mão da função social que o legitima como parte fundamental da sociedade. Nesses casos, o jornalismo se abstém do papel de preservar a democracia mantendo os cidadãos informados sobre acontecimentos que estão fora de sua esfera de alcance, preservando assim o público de intransigências e de injustiças através da informação e da denúncia de irregularidades.

O Jornalismo Público defende que o jornalismo deve priorizar assuntos de interesse da população como um todo, e que estes mesmo não relacionados com os critérios editoriais das empresas jornalísticas deveriam ter seu lugar garantido na agenda porque cumprem com o princípio que estabelece o jornalismo como campo social, o de levar informação útil para que a sociedade saiba o que acontece no país e no mundo e tenha ferramentas para realizar ou reivindicar mudanças na sociedade democrática.

Os povos indígenas são vítimas do impulso comercial sobre suas terras desde que o primeiro explorador chegou ao Brasil. Vítimas de atos políticos irresponsáveis, que lhes assentaram em postos indígenas para depois lotear a área de suas aldeias e distribuí-la para agricultores em uma tentativa de reforma agrária, os povos indígenas buscam na justiça do Estado o direito de viver na sua cultura, na terra que seus ancestrais escolheram para chamar de casa. Mas esse direito bate de frente com outros interesses, interesses políticos de um lobby de representantes “do povo” que se esforçam para reforçar cada vez mais os lucros do agronegócio, agregando em suas fileiras também os pequenos agricultores, em nome da manutenção da crença do direito de propriedade sobre a terra, que estabelece que só quem tem possui o direito de ter mais. Depois de anos de luta pelo direito de permanecer no lugar onde estão as raízes da sua cultura, os Kaigangues da aldeia Votouro–Kandoia, no norte do Rio Grande do Sul, viram o processo de demarcação das suas terras permanecer estagnado em decorrência da forte pressão política exercida por representantes da chamada bancada ruralista, que defende a bandeira do agronegócio. Após a comprovação por meio de um estudo antropológico ordenado pelo Governo Federal que determinou que as terras no norte do estado são lugar de origem dos povos indígenas, o processo de demarcação da aldeia foi paralisado.

Exigindo novos levantamentos sobre a área e uma revisão no valor das indenizações que seriam pagas aos agricultores que seriam desalojados, o processo burocrático que daria aos indígenas o direito de permanecer no seu território de origem foi engavetado. Em resposta, os Kaigangues se deslocaram para acampamentos em locais próximos à área de demarcação, onde vivem em condições precárias, esperando uma resolução do Estado. Em abril de 2014, os índios decidiram derrubar árvores e interditar as estradas que dão acesso ao município de Faxinalzinho, para protestar contra a demora na demarcação da terra. Esta movimentação não teve espaço de notícia no Jornal Zero Hora.

Em 19 de abril, Zero Hora lembrou-se dos povos indígenas, com uma matéria sobre aldeias na região metropolitana que poderiam ser visitadas em comemoração ao dia do índio. Repentinamente, no dia 29 de abril, uma notícia destaca: “Dois agricultores são mortos em conflito com indígenas”. A morte é o critério de noticiabilidade que prevalece. Morte de agricultores, brancos, que “só estavam trabalhando”. A morte soterra o fato de que um conflito agrário estava acontecendo, mas que não merecia (segundo sua postura editorial) estar nas páginas do jornal. Como explicar anos e anos de políticas desastrosas, diante do espaço que pode ser ocupado com expressões como “tensão”, “terror”, “clima de medo” e morte? Zero Hora optou por não explicar. Seu público alvo aparentemente não se interessa por índios acampados protestando em rodovias. Se houve morte, se noticia, mas o contexto, esse fica relegado a segundo plano.

É o que foi constatado na análise de 13 matérias publicadas em Zero Hora em abril e maio de 2014, que se referem ao acontecimento em Faxinalzinho. Destas, 9 não continham os requisitos necessários para serem identificadas como jornalismo que cumpre sua função social. Das 4 que tiveram avaliação positiva para função social, apenas uma era uma notícia diária, sendo as outras 3 reportagens especiais ou textos do suplemento cultural. Diante disto, o que se expõe é que o jornal se limita a noticiar os acontecimentos de forma parcial e descontextualizada, apenas para registrar os fatos ocorridos, chegando a incitar a rivalidade, publicando informações não confirmadas e negando às lideranças indígenas o direito de expressão. Fica claro que é a parte mais relevante da notícia é a que envolve o ministro da Justiça,

tanto que a sua ausência ganha destaque, exemplificando a não-notícia. O que é não-usual, o que não acontece ocupa mais espaço nos textos noticiosos de Zero Hora do que a manifestação das lideranças de povos indígenas. Em vez disso, o jornal opta pelo sensacionalismo, publicando declarações vazias recolhidas dos moradores (brancos) do local.

Fica claro que o espaço para a reflexão e o questionamento se encontra nas grandes reportagens. Em número bem menor, entretanto carregadas de informações históricas e demonstrando uma imparcialidade que se pode classificar como jornalística. Nesse território, os indígenas são ouvidos e apresentados aos brancos as razões das suas reivindicações, desde a importância da sua ligação com a terra até traços peculiares da sua cultura.

O que sobressai da análise da função social através do jornalismo de Zero Hora é um desmoronamento do jornalismo de qualidade diante da emergência das rotinas de produção, que exigem pressa e determinam uma apuração que não onere a empresa. Parece ser o que motiva as matérias construídas apenas com declarações de fontes oficiais como a Brigada Militar, assessorias de imprensa e associações de moradores, diferente do que aparece nas reportagens especiais, onde o repórter é deslocado para o local, e cumpre seu papel ao ouvir os dois lados da questão. É preocupante pensar que a informação que recebemos é selecionada pelo custo de produção e não pelo compromisso com a verdade. Que a função social do jornalismo está destinada a ser um luxo, uma iguaria oferecida ao leitor com parcimônia nos cadernos de cultura. E que os índios são notícia apenas se a morte ou uma personalidade de cargo importante está relacionada às suas reivindicações.

O que se constata é que o jornal de maior circulação do estado não cumpre a sua função social ao privilegiar a maioria não-indígena da sua população, mas continua na liderança das tiragens ao oferecer ao seu público presumido uma seleção ligeira e interessada do cotidiano, que acaba por formar a base do conhecimento que essa população irá utilizar para tomar as suas decisões democráticas no futuro.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE JORNAIS. Os maiores jornais do Brasil, de circulação paga, por ano. Disponível em http://www.anj.org.br/maiores-jornais-do-brasil-2/. Acesso em 20 de junho de 2015.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Tradução: Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro – Lisboa: Edições 70, 2010.

BERGER, Christa. **Campos em confronto: a terra e o texto.** 2. ed.– Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2003.

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

CÓDIGO DE ÉTICA DOS JORNALISTAS BRASILEIROS. (2007) Disponível em http://www.fenaj.org.br/federacao/cometica/codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros..pdf . Acesso em 16 de junho de 2015

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

DA ROS, César Augusto. **Terra e poder no Rio Grande do Sul: As políticas agrárias durante o governo Olívio Dutra (1999-2002)**. Rio de Janeiro: Garamond, 2012.

DEOLINDO, Jacqueline da Silva. **Regras da Casa: elementos para uma historiografia do código de ética dos jornalistas brasileiros**. In: 9° Encontro Nacional de História da Mídia. Disponível em http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/9o-encontro-2013/artigos/gt-historia-do-jornalismo/regras-da-casa-elementos-para-uma-historiografia-do-codigo-de-etica-dos-jornalistas-brasileiros. Acesso em 16 de junho de 2015.

FONSECA, Virginia Pradelina da Silveira. **A subordinação do jornalismo à lógica capitalista da indústria cultural.** In: Revista Famecos: Mídia, Cultura e Tecnologia. Porto Alegre N. 17 (abr. 2002), p. 126-141

FONSECA, Virginia Pradelina da Silveira. **Indústria de notícias: capitalismo e novas tecnologias no jornalismo contemporâneo**. Porto Alegre: Editora da Universidade/UFRGS, 2008. 310 p.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. **A Fabricação do Presente: como o jornalismo reformulou a experiência do tempo nas sociedades ocidentais**. São Cristóvão: SE: Editora UFS, 2005. 273 p.

GENTILLI, Victor. **O conceito de cidadania, origens históricas e bases conceituais: os vínculos com a Comunicação**. In: Revista Famecos: Mídia, Cultura e Tecnologia. Porto Alegre N. 19 (dez. 2002), p. 36-48

KARAM, Francisco José Castilhos. A **ética jornalística e o interesse público**. São Paulo: Summus, 2004. 274 p.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os Elementos do jornalismo: o que os jornalistas devem saber e o público exigir.** 2.ed. São Paulo: Geração, 2004.

MARCONDES FILHO, Ciro. Comunicação e Jornalismo. **A saga dos cães perdidos.** São Paulo: Hacker Editores, 2000. 176 p.

MARQUES, Fábio C. **Uma reflexão sobre a espetacularização da imprensa**. In: COELHO, Cláudio Novaes Pinto e CASTRO, Valdir J. de (orgs.) Comunicação e sociedade do espetáculo. São Paulo: Paulus, 2006.

MEDINA, Cremilda de Araujo. **Notícia: um produto à venda: Jornalismo na sociedade urbana e industrial**. São Paulo, Alfa-Ômega, 1978. 194 p.

MEDINA, Cremilda de Araujo. **Profissão Jornalista: responsabilidade social**. Rio de Janeiro: Ed. Forense-Universitária, 1982. 302 p.

MELO, Jose Marques de. **História social da imprensa: fatores socioculturais que retardaram a implantação da imprensa no Brasil**. 2.ed. Porto Alegre: Edipucrs, 2003. 184 p.: il.

MORAES, Dênis de. **Mídia, poder e contrapoder: da concentração monopólica à democratização da informação**/Dênis de Moraes, Ignacio Ramonet, Pascual Serrano. Tradução Karina Patrício – São Paulo: Boitempo; Rio de Janeiro: FAPERJ, 2013.

MORETZSOHN, Sylvia. **Jornalismo em "tempo real": o fetiche da velocidade**. Rio de Janeiro: Revan, 2002. 191 p.: il.

PEREIRA, Fábio Henrique. **Da responsabilidade social ao jornalismo de mercado: o jornalismo como profissão**. BOCC: Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação. 2004. Disponível em: http://www.bocc.ubi.pt/pag/pereira-fabio-responsabilidade-jornalista.pdf

RAMONET, Ignacio. **A explosão do jornalismo: Das mídias de massa à massa de mídias**. Tradução Douglas Estevam – São Paulo: Publisher Brasil, 2012.

ROTHBERG, Danilo. **Jornalismo público: informação, cidadania e televisão**. São Paulo: Editora Unesp, 2011. 212 p.

SILVA, Ricardo Duarte Gomes. **O papel social do jornalismo cívico e a interação midiática entre o jornalista e as minorias sociais**. In: Revista de C. Humanas. Viçosa, v.12 n 1 (jan/jun 2012), p. 52-65

TRAQUINA, Nelson. **Os valores notícia segundo Traquina**. In:Jornalismo. Lisboa: Quimera, 2002. P 186-208

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**. In: Traquina, Nelson. Teorias do jornalismo. Florianópolis: Insular, 2004-2005. 2. ed. Florianópolis: Insular, 2008. 2v.: il.

TRAQUINA, Nelson e MESQUITA, Mário (orgs.). **Jornalismo cívico**. Lisboa: Livros Horizontes, 2003. 143 p.