

## **Mestrado em Ciências da Comunicação**

**Ano Lectivo: 2005-2006.**

### **Seminário: Estudos Avançados em Media e Jornalismo: Teorias e Metodologias.**

#### **Objectivos:**

O Seminário de Pós-graduação em Estudos Avançados em Media e Jornalismo tem por objectivo proporcionar a familiaridade com alguns dos principais tendências no âmbito dos estudos sobre Media e Jornalismo, ao nível teórico, metodológico e pratico, com particular atenção nas seguintes áreas: a) análise da produção, recepção e consumo das mensagens mediáticos; b) efeitos dos media e do jornalismo na sociedade e no sistema político, com especial atenção à relação entre os media, a esfera pública e a sociedade civil; c) Identificação dos pressupostos teóricos, práticas e métodos de algumas formas especializadas de jornalismo em diferentes áreas da sociedade: ciência, saúde, educação, arte e cultura, estilo de vida e identidades

#### **Conteúdos:**

- 1 A informação noticiosa como género discursivo.
2. A constituição do campo jornalístico.
3. Os efeitos da informação noticiosa. A *mass communication research* de origem americana e a reflexão crítica de origem europeia.
4. Jornalismo e especialização: práticas e pressupostos teóricos.
5. O jornalismo e o sistema político: imprensa, esfera pública e sociedade civil.

### **Metodologias:**

- A exposição teórica é considerada indispensável sendo acompanhada pelos seguintes elementos: a) Leitura e interpretação de textos; b) apresentação e discussão argumentada de estudos de caso onde os alunos possam proceder à aplicação dos pressupostos teóricos e metodológicos considerados adequados e que documentam a matéria em exposição.

### **Normas de avaliação:**

1. Os participantes no seminário deverão inscrever-se na discussão de ensaios ou capítulos previamente apresentados, privilegiando-se textos cursos mas suficientemente significativos. 2. O Seminário tem uma componente comum especialmente fundada nos três primeiros itens e uma componente de temáticas mais especializadas. Logo, deverão redigir um ensaio que se traduza numa componente de revisão da bibliografia geral e, numa segunda parte, contenha a investigação sobre um tema mais específico abordado ao longo do seminário.

3. O peso relativo de cada um dos componentes será discutido com os participantes no seminário e decidido na primeira aula do mesmo.

### **Bibliografia:**

Bromley, Michael e O'Malley, Tom (Eds.), *A Journalism Reader*, New York and London, Routledge.

Alsina, Miguel Rodrigo (1996), *La construcción de la noticia*, Barcelona, Paidós.

Correia, João Carlos, *Comunicação e Cidadania*, Lisboa, Horizonte: 2004

Schudson, Michael (1978), *Discovering the news*, New York, Basic Books.

João Carlos Correia

Programa:

**Introdução** – A introdução pretende clarificar os contornos do objecto da disciplina ou seja, a informação jornalística. Por outro lado, procura dar a conhecer alguns ângulos fundamentais sobre os quais este tema é abordado. Desde logo, uma referência breve mas dificilmente dispensável à problemática da objectividade e a caracterização da teoria da notícia como uma área epistemológica cuja literatura incide em três temas fundamentais:

A) Uma teoria do discurso jornalístico, na qual se analisa a notícia como enunciado discursivo;

B) Uma teoria da produção noticiosa, que explica os factores que condicionam a produção noticiosa;

C) Uma teoria dos efeitos das notícias sobre a sociedade e sobre os sistema político que se tornou nos últimos anos (Cfr. Saperas, 1993) uma das pedras chave do estudo do jornalismo.

Estrategicamente colocada no início, introduzem-se algumas aproximações metodológicas explicitamente dirigidas para a recolha de pesquisa empírica.

**A primeira parte – A notícia como enunciado discursivo e forma narrativa** – observa a notícia como género discursivo, comentando o caso especial da narrativa jornalística no seu confronto com outras formas de narrativa.

Demonstra-se, deste modo, a existência de mecanismos narrativos específicos e estratégias enunciativas que são próprias do enunciado jornalístico.

Verifica-se que o saber jornalístico oscila entre as pretensões de validade próprias do saber narrativo (verosimilhança, orientação para um auditório de acordo com fórmulas

consagradas pela sua capacidade apelativa) e uma ambição de rigor e de certeza que se traduz na busca de adequação entre os enunciados e os factos.

**Na segunda parte – A produção social das notícias** – observam-se as razões e constrangimentos de natureza social, profissional, industrial e cultural que rodeiam a produção destes enunciados.

Constata-se a existência de um corpo de valores e de saberes – “a ideologia profissional” dos jornalistas – que intervém nos próprios processos de produção noticiosa.

Analisa-se a existência de convenções e especificações que respondem em grande parte às exigências de uma produção industrial standardizada;

Destaca-se a existência de estruturas comerciais nomeadamente da publicidade, que, por vezes, implicam constrangimentos de monta, essenciais para a configuração do modelo jornalístico que hoje conhecemos;

Problematiza-se o aparecimento de uma profissão especializada que funciona no seio de determinados constrangimentos organizacionais e de rotinas produtivas; a adequação de uma linguagem que exige uma certo grau de homogeneidade e de tipificação;

Seguidamente, **a terceira parte – Os Efeitos das Notícias** – implica uma análise relativamente exaustiva sobre algumas das principais abordagens sobre os efeitos dos *media*, na sua função informativa, seja ao nível da sociedade seja ao nível do sistema político. Procede-se a uma revisão da teoria dos efeitos tentando reposicionar, na linhas das propostas de autores como Adoni e Mane (1984) e de investigações de maior fôlego como as de Gaye Tuchman (1978), e Saperas (1993), a teoria da construção social da realidade como um modelo abrangente que engloba uma tentativa de integração recíproca entre a *mass communication research* de origem americana e a reflexão crítica de origem europeia.

**A teoria do espelho e o aparecimento da noção de objectividade.** O saber jornalístico pressupõe a hegemonia do uso cognitivo da linguagem e a atribuição do monopólio desta forma de saber a instituições especializadas – os *media* informativos – e profissões especializadas – o jornalista – dotadas das competências que asseguram a legitimidade dos enunciados (M. Mouillaud, 1997: 53).

Para consagrar a legitimidade dos enunciados e enunciadores construiu-se um núcleo de valores – que alguns classificam como ideologia ou mitologia – cuja noção chave é a de um observador imparcial e desligado dos acontecimentos. O desenvolvimento da objectividade pressupõe dois momentos históricos no jornalismo moderno: o aparecimento,

em meados do século XIX, de uma imprensa informativa que tinha como paradigma fundamental a ambição de separar factos e opiniões; a emergência, no primeiro quartel do século XX, do conceito de objectividade já pensada como ritual estratégico, enquanto conjunto de procedimentos destinados a reforçar a fé nos factos abalada pela profissionalização das relações públicas e pela propaganda de guerra.

A maior parte dos relatos históricos acerca da emergência da objectividade apontam a aparição da imprensa popular por volta dos anos 30 do século XIX como o desenvolvimento mais significativo. Até à década de 30, não existia a questão da objectividade. Foi durante esta década que o domínio da imprensa partidária estabelecida, com as suas notícias fortemente politizadas e o seu conteúdo editorial acentuadamente empenhado, ficou sob a ameaça de uma imprensa muito mais alinhada com os imperativos comerciais. Até aí, os jornais apresentavam quase sempre uma configuração publicista e doutrinária, resultante, em grande parte, da actividade de um intelectual que desempenhava uma missão de divulgação das ideias com que ele se identificava (Schudson, 1978: 16). Nos EUA, o *New York Sun*, que apareceu em 3 de Setembro de 1833, é geralmente olhado como o primeiro representante da imprensa popular e foi quase imediatamente seguido pelo *Evening Transcript* e pelo *New York Herald* (e mais tarde pelo *New York Tribune* em 1841 e pelo *New York Times* em 1851). Aparece profundamente associada a um período de afirmação liberal, expressa na crença do homem, na igualdade política e na igualdade de oportunidades a nível económico (Schudson, 1978: 43). Em França, as primeiras manifestações dessa imprensa popular surgiram com Émile Girardin empresário e jornalista que lançou *La Presse*, *Le Siècle*, *Le Journal des Connaissances Utiles*, procedendo a uma verdadeira “revolução industrial da imprensa”, como lhe chamou Tengarrinha (1986: 214). Em Inglaterra, assiste-se ao desenvolvimento desta forma de jornalismo, em especial ao Domingo: *Sunday Times*, *Sunday Monitor* e o *Lloyd's Weekly News* que fará a cobertura do caso de Jack, O Estripador. Em Portugal, foi o *Diário de Notícias* fundado em 1865 por Eduardo Coelho que seguiu o modelo dito supraclassista e partidário: “Eliminando o artigo de fundo, não discute política nem sustenta polémica Regista com a possível verdade todos os acontecimentos, deixando ao leitor quaisquer que sejam os seus princípios, o comentá-los a seu sabor”, lia-se no seu número programa de 29 de Dezembro de 1864, citado por Tengarrinha (1986: 215).

Grande parte do sucesso conseguido por este tipo de imprensa está relacionada com o aparecimento da publicidade e, em especial, com a sua democratização e profissionalização crescente. Na verdade, a publicidade já existia mas era ocasional. O aparecimento dos pequenos anúncios, o redireccionamento do jornal como uma empresa que depende do jornal

para sobreviver e a libertação de preconceitos de natureza moral em relação à publicidade (desdenhada ou filtrada por outros jornais em função de critérios de natureza moral) foi essencial para constituir a imprensa popular (Cfr. Schudson, 1978: 20). Porém, a narrativa liberal segundo a qual a publicidade contribuiu para a independência dos jornais será sujeita a um forte escrutínio através de uma visão crítica formulada por James Curran e Jean Seaton. “A lenda do anunciante como parceiro da liberdade de imprensa é invocada por jornalistas, quer da direita, quer da esquerda, para justificarem o papel da publicidade na imprensa” (Curran e Seaton, 2001: 18). Na verdade, os jornais ligados a um espaço público operário ou que evidenciavam uma tendência radical ou reformista foram preteridos pelos anunciantes e foram perseguidos por leis e tributos fiscais, nomeadamente o imposto de selo, que condicionavam, objectivamente, a orientação editorial destas publicações. As forças de mercado, na leitura de Curran e Seaton, tiveram sucesso onde a censura prévia falhara,

O contorno da esfera pública foi completamente redesenhada por este tipo de jornal que se designava a si próprio como a voz do povo numa era de intensa democratização. A imprensa popular manifestava interesse em reportar de um “modo realista”. O *New York Herald* proclamava, em 1835, a necessidade de registar os factos com o recurso a um estilo despido de verbosidade. Fundado por uma das figuras centrais do jornalismo americano – James Gordon Bennett – o *New York Herald* foi talvez um dos primeiros jornais do mundo a perceber que a obtenção de novidades que interessassem aos leitores era a finalidade primeira da imprensa (Schudson, 1978: 51). O uso da palavra realismo surge, neste contexto, como algo que não resulta de uma utilização meramente casual.

O ambiente positivista do século XIX e a invenção e divulgação da fotografia reforçavam a ideia de um centramento no retrato fiel dos factos. Com efeito, “é nesta época em que o positivismo é reinante que todo o esforço intelectual tanto na ciência como na filosofia como ainda na sociologia e em outras disciplinas, ambicionava imitar esse novo invento – a máquina fotográfica, que parecia ser o espelho, à muito procurado, capaz de reproduzir o mundo real” (Anthony Smith citado por Traquina, 1988: 29). Ao empregar o daguerreótipo como metáfora da sua actividade, os jornalistas apresentavam-se como pretendendo fazer uma cópia diária da vida quotidiana. O jornalismo industrial emergiu claramente associado aos regimes de verdade marcados pela generalização do capitalismo e das utopias industrialistas que estão na génese do positivismo. Uma das imagens de marca dos novos tipos de enunciados emergentes no século XIX – a objectividade como relação com o facto servida por uma técnica ou conjunto técnicas que se idealizam como as mais

adequadas à descrição desse facto – não se pode dissociar do optimismo triunfante de uma época em que o progresso surge enfatizado pela capacidade da razão poder averiguar tudo sobre o mundo exterior: “Os repórteres deveriam relatar as notícias como tinham acontecido como máquinas, sem preconceitos nem coloração (...) Qualquer sinal de personalidade que emergisse nos relatos deveria ser suprimido” (Tuchman, 1978: 159). Em 1851, o *Boston Herald* manifestava o propósito de “daguerreotipar os acontecimentos para os olhos do público”. Ao empregar o daguerreótipo como metáfora, “os jornalistas construía a imagem do espelho e da cópia. Os jornais apresentaram-se “como produzindo uma fotografia diária da vida nacional” (Schiller, 1979: 49). Para o jornalista Isaac Pray, “um repórter deve ser uma máquina de repetir” (Schiller, 1979: 50).

Graças à sua fundamentação no mercado, muito mais dirigido para as vendas e para a obtenção de publicidade, a imprensa popular forneceu aos leitores produtos mais baratos e mais acessíveis, nomeadamente sob o ponto de vista temático. Muitos destes jornais se proclamaram não apenas politicamente neutrais como se revelaram indiferentes aos assuntos da esfera pública (Cfr. Schudson, 1978: 21). A “objectividade” entendida como um relato factual parece conviver com uma despolitização que se faz acompanhar da crise da imprensa partidária. O sensacionalismo parecia conviver com a objectividade pois os jornais pareciam compatibilizar-se com “esta nudez crua da verdade” e preferiam a cobertura factual à explanação editorial (Cfr. Allan, 1997: 303-305).

A objectividade desenvolve-se em relação com a apropriação comercial pelos jornais de uma função política tornada crucial na modernidade: a necessidade de falar em nome de todo o público (Cfr. Schiller, 1979: 48). Os jornais, seguindo novas técnicas, adoptam uma nova perspectiva segundo a qual “nenhum jornal pode ser popular em geral se seguir orientações partidárias” (Schiller, 1978: 49). O princípio genérico que fundamenta este fenómeno é a racionalidade económica de carácter predominantemente instrumental, cujos objectivos são a conquista das audiências, a diversificação do consumo público e a reestruturação contínua do mercado. Em todos os países, na mesma altura, regista-se a convivência fácil entre a adopção desta objectividade e a preferência por um registo sensacionalista: “ Prefere-se cada vez mais a informação objectiva à discussão e à opinião, as notícias sensacionais aos editoriais reflectidos” (Tengarrinha, 1986: 219). Detecta-se, nesta observação, uma tensão entre a narrativa que confere ao mercado um papel particular na emancipação do jornalismo e uma outra narrativa que, ao invés, retrata a sua despolitização exactamente pela sua subordinação à lógica do mercado. Por um lado, a linguagem da imprensa tornar-se-ia mais igualitária ao mesmo tempo que se lançavam as

audiências num aprazível mundo de fantasia marcado pelo sexo, beleza e fama através de uma cobertura cada vez mais centrada na vida dos poderosos e dos famosos (Cfr. Curran, 2002: 18).

Além destes factores, um outro, de natureza mais prática e tecnológica, terá vindo a contribuir para o aparecimento da chamada objectividade jornalística: a introdução do telégrafo. Em 1844, uma linha experimental entre Washington e Baltimore foi usada para transmitir a primeira reportagem jornalística publicada no *Baltimore Patriot*. Quatro anos mais tarde, seis jornais de Nova Iorque fundaram uma estrutura cooperativa chamada *Associated Press*, a primeira agência, a qual tinha em vista dotar os seus sócios do acesso a acontecimentos produzidos em locais remotos e em situações complexas como a Guerra da Secessão. O *New York Herald* chamou a atenção para a influência coesiva que esta primeira agência noticiosa tinha sobre a escrita jornalística e, conseqüentemente, sobre a vida cívica. À medida que novos jornais subscreviam o novo serviço noticioso, este tornava-se um factor cada vez mais importante de nivelamento e homogeneização dos relatos noticiosos. As novas convenções de um serviço noticioso à distância deixaram a sua marca numa seca linguagem factual, de onde se eliminassem os traços individuais reveladores da subjectividade individual ou quaisquer forma de preferência editoriais, destinada a agradar a todos os clientes da agência, mas também num conjunto de procedimentos de rotina que tenderam a assegurar a codificação da objectividade como um padrão normativo (Cfr. Allan, 1997: 306).

Embora sem ser chamada como tal, a objectividade jornalística, nesta fase embrionária constitui uma aquisição inicial da imprensa de massas, utilizada estrategicamente para alcançar todos os públicos e camadas sociais e impedir suspeitas sobre a parcialidade dos jornalistas lançadas pelas facções em conflito. José Manuel Tengarrinha parece partilhar esta opinião: “Na necessidade de encontrar um público mais largo, o jornal procura manter uma posição imparcialmente objectiva, dirigindo-se assim a todos, e não a um grupo de leitores ideologicamente afins, necessariamente muito mais restrito” (Tengarrinha, 1986: 219).

Um segundo momento histórico tem lugar no século XX, nos anos 20 e 30. O ambiente de pessimismo e descrença nas potencialidades da democracia, que assombrou os anos vinte e trinta, conduziu a um clima intelectual marcado pela dúvida e pelo cinismo. Os acontecimentos relacionados com a I Grande Guerra, o aparecimento de novas profissões no domínio da comunicação – como as Relações Públicas, fundadas especialmente por Ivy Lee e Edward Bernays –, a desilusão popular com as campanhas de propaganda, mas também com a aparição de assessores de imprensa e de “Peritos em Publicidade”, levaram à consolidação da preocupação com o relato objectivo. Ivy Lee respondia ao ambiente de

ausência de confiança numa descrição fiável nos factos com uma proposta de trabalho que tinha implícita uma reflexão teórica: a propaganda era um esforço para propagar ideias, o que era perfeitamente aceitável desde que o público soubesse quem era responsável por elas. A ideia era susceptível de ser facilmente difundida em face da atitude desiludida perante a possibilidade de relato dos factos. Bernays, sobrinho de Freud e familiarizado com a psicanálise, partilhava com Lee a descrença na psicologia da multidão, a sua sensibilidade para factores de natureza irracional que contribuíam para a formação da opinião. O impacto da nova profissão foi imenso: multiplicaram-se, assim, novas formas de relacionamento entre os poderes estabelecidos e os jornalistas. Generalizaram-se os porta-vozes oficiais e o recurso às conferências de imprensa. Com a introdução das relações públicas por Ivy Lee, o “exclusivo” e a “primeira-mão” haviam começado a ser ameaçados pelos *press release* e pela comunicação institucional. Este conjunto de circunstâncias tornava-se uma ameaça para a própria razão de ser do jornalismo. Finalmente, durante a I Guerra Mundial, a propaganda de guerra mostrou a sua eficácia na mobilização da opinião para apoiar a participação dos Estados Unidos ao lado dos Aliados (Cfr. Schudson, 1978: 141-142).

O ideal da objectividade como técnica de produção de enunciados consensualmente validados sobre o mundo, assente numa radical separação entre factos e opiniões, surgiu, pois, como afirmação de um método pensado para um mundo nos quais os factos já não eram merecedores de confiança. A objectividade já não se referia à confiança nos factos mas a um conjunto de regras e procedimentos profissionalmente adequados. Assim, quanto mais se ganhava a consciência da subjectividade, mais importância se dava a um conjunto de conhecimentos a que se dava o nome genérico de objectividade. Generaliza-se todo um movimento em defesa de um novo modo de profissionalismo mas consciente acerca das consequências da subjectividade no relato jornalístico (Cfr. Schudson, 1978: 153). Tendo em conta a elevada dependência do mundo moderno em relação às notícias, a fragilidade da natureza humana não deveria ser um pretexto para a complacência mas para uma atenção mais cuidada.

### **A controvérsia da objectividade: pontos de vista objectivistas e construtivistas**

Procedendo a uma arrumação conceptual simplificada será possível localizar duas posições fundamentais que se confrontariam no domínio daquilo a que se poderia designar por abordagem epistemológica do jornalismo: objectivismo e construtivismo (Cfr. Mesquita, 2003; Sousa, 2000; Dolores Montero, 1993). Na perspectiva objectivista, a realidade social “surge como um dado *a priori* que o jornalista deve observar de forma a reconstituir fielmente.

Na óptica «construtivista», a «realidade» e a «informação» são entendidas como construções sociais e não como um conjunto de dados preexistentes”.

A perspectiva «objectivista» identifica-se como uma crença nas notícias enquanto espelho da realidade e reflecte em grande parte o contexto histórico e cultural em que as principais características do jornalismo moderno, como indústria e como profissão, foram configuradas, como aliás já foi enunciado no parágrafo anterior: “o ideal da objectividade sugere que os factos possam ser separados das opiniões ou juízos de valor, e que os jornalistas consigam uma distanciação relativa aos acontecimentos do mundo real cujo significado e verdade eles transmitem ao público através de uma linguagem neutra e de competentes técnicas de reportagem.” (Hackett, 1993: 105). Se enquanto ideal profissional, a objectividade desempenha uma função social na coesão da comunidade profissional, enquanto modelo de explicação científica das relações entre factos e enunciados, resiste dificilmente às críticas que lhe são formuladas. Para facilitar o raciocínio podem-se considerar algumas objecções de fundo à posição objectivista que passamos a resumir:

1- Desde logo, a defesa da objectividade enquanto capacidade de os enunciados reflectirem a realidade não constitui, pelo menos hoje, uma posição epistemológica de fundo mas antes uma «ficção fundadora que confere razão de ser à profissão» (Delforce citado por Mesquita, 2003: 46).<sup>1</sup> A objectividade, entendida no sentido redutor de “espelho da realidade”, não resulta de nenhuma reflexão filosófica sobre a natureza dos factos e da sua relação com o os enunciados que pretendem descrevê-los mas, antes, de uma certa necessidade pragmática de auto-legitimação por parte dos profissionais envolvidos. Segundo Delforce (citado por Mesquita, 2003: 47), “o sistema conceptual positivista é necessário para realizar um trabalho de que constitui o fundamento.” Assim, “a objectividade é, antes de mais, um método prático de aproximação dos factos e dos acontecimentos que fazem a actualidade, explicitado num vasto conjunto de regras de procedimento, prontuários e normas que auto-legitimam a sua actividade: é a condição de possibilidade da *techné* a que se dedica, o método que, supostamente, o transporta até à *verdade dos factos*” (Mendes, 2001: 392; itálico do autor).

Para autores como Schiller (1979), Tuchman (1978), ou Hackett (1993), a crença no relato noticioso como espelho da realidade implica sempre a ocultação das condições de enunciação com os seguintes objectivos principais:

---

<sup>1</sup> Neste sentido, talvez não seja completamente adequado falar da posição objectivista como uma das duas posições que se confrontariam numa epistemologia do jornalismo. A posição objectivista não seria uma posição epistemológica mas um corpo de convenções profissionais que, no máximo, implicaria pressupostos epistemológicos pouco reflectidos.

**a) A afirmação da legitimidade dos enunciados, dos produtos e das regras jornalísticas e, conseqüentemente dos profissionais de jornalismo.** Pretende-se transmitir a ideia de que existe uma profissão especializada no relato da verdade acerca do mundo social, que essa profissão depende de um saber estabelecido e que a aplicação desse saber origina relatos competentes sob o ponto de vista da sua adequação à realidade.

**b) A protecção dos profissionais contra situações atentatórias da sua integridade profissional.** Se existe uma parcela da realidade que pode ser relatada desde que se observem determinados procedimentos, então o seu cumprimento assegura que o jornalista ficará salvaguardado contra situações desagradáveis como julgamentos, processos de difamação e calúnia, etc. A invocação da objectividade implica demonstrar que se fazem todos os possíveis para o narrador se remover da própria história, mantendo a credibilidade, evitando reprimendas por parte de superiores e a ameaça omnipresente de processos judiciais (Cfr. Tuchman, 1993: p. 83.)

A necessidade de proceder sob um ponto de vista idealmente “neutro” que permitisse legitimar o discurso em nome do bem público contra os chamados interesses particulares ou de facção, colocando o jornalista ao abrigo de eventuais dissabores (Cfr Schiller, 1979: 47.); a utilização desse conjunto de procedimentos a fim de restabelecer a legitimidade do relato noticioso (Cfr. Schudson, 1978: 22.); a obrigação de obedecer a um ritual estratégico que inclui a observância de um conjunto de procedimentos (a audição das partes em conflito, a apresentação de provas, o uso das aspas, a estruturação da informação como forma narrativa sequencial), que permitam ao jornalista apresentar-se como objectivo, protegendo-se dos riscos da sua profissão (Cfr. Tuchman, 1978), ocultam numerosos conflitos e negociações em torno da indicação dos acontecimentos que virão a ser transformados em notícias e permitem aos jornalistas assegurar que desempenham a sua função de acordo com as exigências profissionais e sociais. Assim, “o termo «estratégico» denota a tática ofensiva de prevenir o ataque ou de deflectir, do ponto de vista defensivo, as críticas” (Traquina, 2002: 143).

2- A posição objectivista dificilmente suporta o confronto com reflexões epistemológicas de fundo. A defesa da objectividade tal como é aqui apresentada não corresponde, pois, à afirmação de uma posição epistemológica no âmbito de uma controvérsia sobre a natureza dos factos e da verdade das suas descrições, a não ser no âmbito de posições empiristas muito ingénuas. Assim, a defesa da sacralidade dos factos merece da parte de Urabayen a alusão ao texto de Claude Bernard em que este afirma que

“todo o facto é uma abstracção” Com esta frase, recorda-se a ideia simples mas de consequências e repercussões complexas segundo a qual é o observador quem determina uma parcela da realidade, para isolá-la debaixo da denominação de facto (Cfr. Urabayan, 1993: 23). Igualmente, é possível invocar as posições de Weber segundo a qual não existe investigação científica sem a delimitação do objecto pelo observador. Segundo Weber, todo o conhecimento reflexivo da realidade infinita por parte de um espírito finito assenta no pressuposto implícito de que, em cada caso, apenas um fragmento finito da mesma realidade constituirá um objecto de apreensão científica. Logo, “há uma minúscula parte da realidade individual considerada em cada caso que é colorida pelo nosso interesse, condicionada por ideias de valor, e só essa parte é que tem para nós significado”. (Weber, 1995: 624; 627; 629).

As reflexões em torno da linguagem, nomeadamente a compreensão das linguagens enquanto produtos históricos e culturais, contribuíram para esta visão crítica da objectividade. O estudo do discurso permitiu compreender que a linguagem não se esgota na sua função referencial e permitiu distinguir entre a realidade referente que se encontra no exterior do enunciado e a porção de verdade que um enunciado pode conter acerca da realidade. Foi possível equacionar a existência de diferentes géneros de discurso que vão abordar a realidade de maneiras diferentes assim como ter em conta a diversidade de auditórios a que se dirigem esses discursos.

As contribuições da ciência cognitiva colocaram dificuldades à concepção ingénua e positivista de objectividade. A objectividade como capacidade de reproduzir exactamente a realidade não deixa qualquer capacidade interpretativa na formação do conhecimento. Só pode ser sustentada enquanto tal se for teoricamente relacionada com os modelos transmissivos da informação, centrados na difusão unilateral de dados codificados por um emissor através de um canal até um receptor que os descodifica e os envia ao destinatário. Ora, sabe-se que o cérebro humano não se limita a reproduzir um saber mas a recriá-lo, a reproduzi-lo e a reinterpretá-lo num processo complexo em que intervêm esquemas de interpretação, informações prévias e em que a própria emoção (Cfr. Damásio, 1995), anteriormente reduzida ao papel de ruído no modelo emissor-receptor também intervêm de forma imprescindível (Cfr. Meditsch, 2002: 12-13). À intervenção do equipamento cognitivo dos indivíduos na produção e reprodução do conhecimento soma-se, na crítica, a um modelo empirista ingénua de objectividade, o papel desempenhado pelas instituições e pelas tecnologias intelectuais disponíveis em cada sociedade e cultura, graças às mutações que desenvolvem em torno das formas de conhecer e de pensar (Cfr. Goody, 1988; Ong,

1982; Lévy, 1994 citados por Meditsch, 2002: 14). Hoje sabe-se que a realidade social não é superfície lisa nem o acontecimento existe de per si mas antes na convergência entre o acontecimento e a sua percepção (Rebelo, 2000: 17).

Algumas abordagens epistemológicas “contribuíram para destruir o ideal de uma verdade única e obrigatória, e principalmente para estabelecer os limites lógicos de qualquer reivindicação da objectividade” (Meditsch, 2002: 11).

Paul Watzlawick (1993), investigador da Escola de Palo Alto, alerta para o facto de muito frequentemente se fazer a confusão entre dois aspectos diferentes daquilo a que chamamos realidade (Cfr. Watzlawick, 1991: 7). Existe um nível primeiro que diz respeito às propriedades físicas e à possibilidade de verificação científica e objectiva. O segundo nível diz respeito à atribuição de um valor e de um significado e tem o seu fundamento na comunicação. O termo «realidade de primeira ordem» poderá ser utilizado de cada vez que se referem os aspectos acessíveis a um consenso de percepção ou a uma verificação experimental, verificável e repetível. Um exemplo será o do ouro, elemento de propriedades físicas bem delimitadas as quais nada têm a ver com a sua função social que remete para a «realidade de segunda ordem». Só uma confusão entre dois níveis de realidade pode permitir afirmar que um enunciado que remete para valores e significações se considere objectivo e adequado ao real.

A Teoria dos Sistemas Autopoéticos de Luhmann, em especial nos seus desenvolvimentos mais recentes originou um percurso que acentua “a construção social da realidade” ao chamar a atenção para a diferenciação sistémica e para a adopção de critérios próprios a cada sistema. As novas formas de construtivismo em que se inscreve o pensamento de Luhmann não conduzem a uma negação do mundo nem discutem a existência da realidade. Simplesmente encara-se o mundo, à maneira fenomenológica como horizonte inalcançável (Luhmann, 2000: 8-9). No caso da informação noticiosa ( Cfr. Luhmann, 2000) há apenas uma aplicação de critérios binários que dizem respeito a duas possibilidades: a informação/não informação. Não faz sentido de falar de manipulação como não faz sentido falar de “verdade”. Não adianta ver como os *mass media* desvirtuam a realidade pois tal suporia uma realidade ontológica, pré-livre, dada e livre de toda a construção. Os *media* não se podem senão ter a si mesmos como verdade, vendo-se compelidos a construir uma realidade distinta frente à sua própria realidade. Caberá pois a Luhmann descrever um conjunto de critérios selectivos daquilo que pode ser interessante para o campo programático do jornalismo no sistema dos *mass media*. A este conjunto de critérios de selecção (personalização, actualidade, contravenção das normas, etc.)

acrescentam-se as rotinas das organizações especializadas em seleccionarem informação (Cfr. Luhmann, 2000: 44-54).

Gadamer (1976) e Habermas (1987) contribuíram para a ideia da impossibilidade de abordagem neutra do real. Para o primeiro, toda a observação implica uma pré-compreensão inscrita na tradição vigente na comunidade. Habermas, por seu turno, desmente a ausência de relações entre conhecimento e interesse, distinguindo entre o conhecimento prático, técnico e emancipatório.

Com a introdução do conceito de *Lebenswelt*, através de Schutz e de Habermas, surgiram argumentos novos contra a possibilidade pensar em qualquer observador da sociedade no sentido lato – nomeadamente, no jornalista – como um sujeito exterior e distante armado de uma independência e de uma neutralidade sem falha. As investigações produzidas no âmbito da Teoria da Notícia vieram confirmar a pertinência destas abordagens: o jornalista “inscreve-se pela sua *praxis* na realidade que escreve e estabelece” (Rebello, 2000: 18).

Na sequência da valorização do quotidiano empreendido por Schutz e pelos seus seguidores, Berger e Luckmann, o senso comum irá emergir na análise fenomenológica do mundo sócio-cultural (fenomenologia da sociedade) como uma atitude cognitiva que esta corrente de pensamento chamará de atitude natural. Orientada por considerações de natureza pragmática, a atitude natural envolve a suspensão da dúvida acerca de saber se as coisas são como parecem ou se a experiência passada será ou não um guia válido para o futuro. Tal atitude contém uma tese implícita na qual se aceita o mundo como existente e aceite tal como ele se dá, na sua evidência. “Na atitude natural eu sempre me encontro a mim próprio num mundo que tenho por garantido e evidentemente «real» em si mesmo” (Schutz e Luckmann, 1995: 4). É caracterizada menos pelo realismo do que pela ingenuidade do realismo, ou seja, pelo facto que o indivíduo se encontra diante do objecto sem se interrogar sobre o sentido da sua objectividade. No mundo sócio-cultural, também chamado mundo da vida quotidiana, a objectivação do significado e, logicamente, a possibilidade de coordenação de significados subjectivos, é algo que só pode ser conseguido através de actos comunicativos. É graças à comunicação que posso olhar para o mundo de um modo em que este se apresenta a si próprio como completo, constituído e tido-por-adquirido (*taken-for-granted*) (Cfr. Schutz, 1967: 36).

O jornalismo opera, precisamente, neste mundo da atitude natural permitindo a objectivação de significados partilhados por todos. É o facto de operar na realidade dominante que constitui a fragilidade e a força do modo de conhecer próprio do jornalismo. “É

frágil, enquanto método analítico e demonstrativo, uma vez que não se pode descolar das noções pré-teóricas para representar a realidade. É forte na medida em que essas mesmas noções pré-teóricas orientam o princípio de realidade dos seus públicos, nele incluídos filósofos e cientistas quando retornam à vida quotidiana vindos dos seus campos finitos de significação” (Meditsch, 2002: 15). Consequentemente, é possível manter uma posição que reivindica a sustentação de um ideal democrático que constituiria uma das justificações sociais do jornalismo: ”manter a comunicabilidade entre o advogado, o físico, operário e o filósofo. Enquanto a ciência continua reescrevendo o conhecimento do senso comum em linguagens formais e esotéricas, o jornalismo trabalha em sentido oposto.” (Meditsch, 2002: 16). Assim, o jornalismo, na sua proximidade ao mundo quotidiano, distingue-se da ciência porque não parte de uma hipótese nem dum sistema teórico anterior praticando uma observação não controlado (do ponto de vista da metodologia científica) por parte de quem o produz. Governa-se por uma lógica do singular que remete para a especificidade do próprio facto: “O universo das notícias é o universo das aparências do mundo; o noticiário não permite o conhecimento essencial das coisas, objecto do estudo científico, da prática teórica, a não ser por eventuais aplicações a factos concretos” (Lange, 1979: 23 citado por Meditsch, 2002: 18).

Segundo Hackett (1993), quando se enfrentam as premissas em que se fundam os procedimentos considerados adequados à objectividade torna-se evidente a fragilidade da crença entre a adequação dos factos e a realidade exterior. A objectividade é entendida como a conformidade com a realidade que se pode evidenciar através de duas estratégias diferentes: ou se apresentam todas as versões contraditórias do mesmo facto ou tenta-se apresentar uma visão imparcial desse mesmo facto.

No primeiro caso, a objectividade identifica-se com um paradigma relativista “através do equilíbrio das visões do mundo antagónicas e incompatíveis, cada uma das quais com a sua validade (Hackett, 1993: 105).. Segundo Rosen (2000: 142), “ o problema do jornalismo «por um lado e por outro» mostra-nos que muitas vezes o equilíbrio é uma forma de fuga à verdade mais do que um caminho na sua direcção. É uma forma de negar a sua responsabilidade em relação ao problema da verdade no seu todo. É por esta razão que alguns estudiosos vêem a objectividade não como uma declaração de responsabilidade mas antes como uma forma que os jornalistas têm de fugir à responsabilidade pelos seus actos”.

Em alternativa, a ambição de uma visão imparcial dos factos implica uma presunção de acordo com a qual, os jornalistas e os *media* noticiosos são observadores independentes, separáveis da realidade social, pelo que o meio noticioso, quando correctamente utilizado,

pode assegurar a sua veracidade. “O objectivo de evitar a distorção pressupõe uma afirmação positivista, não relativista, da veracidade dos factos, cuja visibilidade é temporariamente obscurecida pelo jornalista tendencioso” (Ibidem). No fundo, “ esta posição implica que os jornalistas e os *media* noticiosos sejam observadores independentes da realidade social que eles noticiam; que a verdade ou o conhecimento dependam da neutralidade do observador/jornalista em relação ao objecto de estudo; que o meio noticioso, quando utilizado «correctamente», é neutral e destituído de juízos de valor, podendo assim garantir a veracidade da «mensagem» ” (Hackett, 1993: 106).

3- A crença num olhar jornalístico desenraizado do contexto de produção noticiosa será particularmente desmentido pelas observações praticadas no âmbito da pesquisa de *newsmaking*. Estes estudos acabam por tornar evidente que existe todo um conjunto de constrangimentos e rotinas – ou seja, de elementos que integram o campo de enunciação – que nunca se deixam ver graças ao conjunto de dispositivos de veridicção omnipresentes no discurso jornalístico: a omissão de deícticos como «hoje», «aqui» e «agora» e a tentativa generalizada de ocultar as conduções em que o enunciador produziu o relato. Estes estudos realçam que os contextos profissionais, organizativos e burocráticos circundantes fazem incidir uma influência decisiva nas escolhas por parte dos diversos elementos que participam na produção noticiosa.

Nas diversas fases da actividade de recolha, distribuição e produção de notícias, a acção mediadora do jornalista exerce-se no contexto de diversos factores constitutivos de uma rede complexa de condicionalismos e constrangimentos que, no termo do processo, fazem com que as notícias tenham um determinado conteúdo, uma determinada forma. Estes constrangimentos desenvolvem-se na confluência de factores relativos à redacção (Estatuto e política editoriais, valores-notícia dominantes, públicos-alvo, rotinas produtivas, relações com a administração), relativos à empresa (objectivos estratégicos, posicionamento da empresa, gestão), relativos aos valores profissionais (cultura e ideologia profissionais, normas deontológicas, características do mercado de trabalho, enquadramento jurídico da profissão, características sociológicas do grupo profissional), relativos ao sistema mediático (nomeadamente as suas relações com o sistema económico e político, propriedade dos *media*, nível de concentração e legislação respeitante à comunicação social) e relativos ao sistema social (designadamente lugar atribuído aos *media* na sociedade, níveis de cidadania e participação, níveis de escolaridade, analfabetismo e literacia bem como hábitos de consumo dos bens culturais) (Cfr. Correia, 1997: 23). As notícias são assim encaradas como

um resultado de interacção entre factores de natureza pessoal, social cultural, ideológica, económica, política, entre outras. A qualidade naturalista dos relatos noticiosos é por vezes difícil de interpelar, a não ser quando confrontada com assuntos controversos.

Segundo Molotch e Lester (in Traquina, 1993), a posição objectivista omite a luta pela definição dos significados que se verifica em torno dos agentes com acesso aos meios de comunicação de massa. A sinalização de ocorrências significativas – principal consequência da actividade jornalística – corresponde à necessidade pragmaticamente motivada dos actores sociais de construírem um tempo público através do qual as comunidades humanas partilham um passado, presente e futuro percebido colectivamente (Cfr. Molotch e Lester, in Traquina, 1993: 36-37). As escolhas de ocorrências, só por si implicam uma selecção do que é considerado importante, notável e significativo, sendo que as noções de importância, significado e notoriedade dos protagonistas e dos acontecimentos não se podem separar das motivações pragmáticas das pessoas e das organizações que as promovem. Esta investigação que estará no cerne desta disciplina tornará mais clara o motivo pelo qual a objectividade jornalística enquanto corrente epistemológica não colhe.

4- A ideia segundo a qual a objectividade corresponde a uma função socialmente útil é, todavia, merecedora de interesse. Apesar de a objectividade apresentada de modo ingénuo pelos mitos da profissão ser insustentável sob o ponto de vista epistemológico, ela pode funcionar como uma espécie de compromisso orientador com uma ambição de ser preciso e rigoroso. Por um lado, em face da óbvia paralisia que constituiria a interrogação permanente sobre o estatuto epistemológico dos «factos» com que lida, o sistema conceptual positivista e empirista permite realizar o trabalho. Apesar de ele não poder ser objectivo, “o destinatário da mensagem jornalística, independentemente das reflexões epistemológicas, confrontará sempre o jornalista e, sobretudo, o repórter, com a exigência que se traduz, na linguagem do senso comum, em «dizer as coisas como elas são. Mesmo que se saiba que essa transparência não é possível, que a percepção, a linguagem, a «grelha» cultural o limitam na pretensão de reconstituir os acontecimentos, mesmo que se saiba que os factos, no dizer de Paul Veyne, «são aquilo que nós os fazemos ser», o profissional de jornalismo confronta-se com a necessidade externa, social, comunitária, de mobilizar, nas palavras de Ricoeur «uma subjectividade que seja precisamente apropriada à objectividade» visada pelo historiador ou, acrescentamos nós, pelo jornalista” (Mesquita, 2003: 47). Tal subjectividade não pode ser sinónimo de arbítrio mas de esforço explicativo. A adequação entre os enunciados e os factos, pensada de uma forma ingénua e positivista, não existe. Apesar de ser impossível

pensar um objecto, sem um sujeito que o pensa, sem um conjunto de relações em que esse observador está envolvido, é todavia, legítimo construir expectativas sobre o rigor desse trabalho de observação, sobre a tentativa de manter um distanciamento quanto à necessidade de buscar elementos adicionais de prova que confirmem a observação. Nenhuma das observações relativas às cautelas a ter com a noção de objectividade tem necessariamente de implicar o menor afastamento em ao rigor no relato. Nenhuma alternativa à objectividade pode assentar num relativismo onde qualquer relato seria possível.

5- A (re) introdução desta espécie de «objectividade matizada», que reconhece os seus limites mas que se considera necessária, implica o reconhecimento de alguns princípios que e se julgam ser compatíveis com esta ideia:

a) Em primeiro lugar, a necessidade de tentar superar os mecanismos rotineiros de produção noticiosa, tentando cultivar a reflexividade crítica relativamente aos temas, procedimentos, fontes e protagonistas noticiosos geralmente sancionados pela prática quotidiana. A manutenção da reflexividade crítica é importante para reflectir sobre o trabalho e para evitar que a «ideologia profissional» obscureça os limites do jornalismo e dos jornalistas.

b) Finalmente importa extrair conclusões para uma visão equilibrada da regulação e multiplicar os mecanismos que tornem transparentes os condicionantes que incidem sobre a prática jornalística. “A notícia é apresentada ao público como sendo a realidade e, mesmo que o público perceba que se trata apenas de uma versão da realidade, dificilmente terá acesso aos critérios de decisão que orientaram a equipa do jornalista para a construir, e muito menos, ao que foi relegado e omitido por estes critérios, profissionais ou não. Neste ponto, a proliferação recente da instituição do Provedor de leitores – o *ombudsman* – é certamente um progresso, não apenas pelo que possa discutir directamente da produção dos *media*, mas também por contribuir para levantar o véu que encobre os procedimentos habituais de construção da informação jornalística” (Meditich, 2002: 19).

A objectividade é, pois, transferida para o campo onde ela deve ser discutida. Isto é, ela tem uma função pragmática de legitimação social de uma profissão e de método de trabalho. O reconhecimento dessa função não é necessariamente negativo pois implica o aumento da vigilância sobre os obstáculos que impedem um relato sério e rigoroso.