

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO

TESE DE DOUTORADO

**AS FINALIDADES DO JORNALISMO:
o que dizem veículos, jornalistas e leitores**

Gisele Dotto Reginato

Porto Alegre, 2016

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO

**AS FINALIDADES DO JORNALISMO:
o que dizem veículos, jornalistas e leitores**

Gisele Dotto Reginato

Tese apresentada como requisito parcial para a obtenção do título de Doutora pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Orientadora: Profa. Dra. Marcia Benetti

Porto Alegre, 2016

CIP - Catalogação na Publicação

Reginato, Gisele Dotto

As finalidades do jornalismo: o que dizem
veículos, jornalistas e leitores / Gisele Dotto
Reginato. -- 2016.

260 f.

Orientadora: Marcia Benetti.

Tese (Doutorado) -- Universidade Federal do Rio
Grande do Sul, Faculdade de Biblioteconomia e
Comunicação, Programa de Pós-Graduação em Comunicação e
Informação, Porto Alegre, BR-RS, 2016.

1. Função do Jornalismo. 2. Discurso. 3. Jornais.
4. Jornalistas. 5. Leitores. I. Benetti, Marcia,
orient. II. Título.

Gisele Dotto Reginato

**AS FINALIDADES DO JORNALISMO:
o que dizem veículos, jornalistas e leitores**

Tese apresentada como requisito parcial para a obtenção do título de Doutora pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Aprovada em 18 de março de 2016

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Claudia Lago - USP

Profa. Dra. Márcia Franz Amaral - UFSM

Profa. Dra. Marcia Benetti - UFRGS (orientadora)

Prof. Dr. Sean Hagen - UFRGS

Profa. Dra. Virgínia Fonseca - UFRGS

Dedico esta tese:

Para Arlete, Luiz Flávio, Luiz Gustavo,
Paulo e Marcia Benetti.
Porque me incentivam a sentir, a dialogar e a
questionar. Porque me ensinam a
compreender o que mais faz sentido.

AGRADECIMENTOS

Diz Michel Foucault que uma experiência é qualquer coisa da qual saímos transformados em nós mesmos. Certamente, o doutorado foi uma das minhas mais incríveis e desafiadoras experiências. Agradeço às pessoas que deram suporte e torceram para que esses quatro anos fossem mais produtivos e felizes.

Aos meus pais, Arlete e Luiz Flávio, pelo apoio incondicional e por serem meus maiores exemplos. Por me incentivarem, desde criança, a ir atrás de respostas. Ao meu irmão, Luiz Gustavo, pela amizade insubstituível. Vocês fazem e sempre farão parte das minhas maiores conquistas. Ser doutora pela UFRGS dá sentido a muitas escolhas que fiz e nas quais vocês tiveram protagonismo sempre. Sei que irão se orgulhar.

Ao Paulo, por me fazer enxergar o sentido mais bonito dos dias. Pelas incontáveis doses de afeto, de segurança, de paciência e de bom humor. Pelas discussões sobre jornalismo e por ter auxiliado a buscar bibliografia. Por transformar a escrita da pesquisa numa solidão sempre compartilhada. Por ser o melhor companheiro de tese (e de vida).

À minha orientadora, Marcia Benetti, por ter me ajudado a compreender o jornalismo e a vida. Pela inspiração, pelo acompanhamento incansável e pela leitura atenta. Agradeço por ter dado trela às minhas ideias e ter compreendido minhas inquietudes – que não foram poucas. Por ter me amparado em todos os momentos e, ao mesmo tempo, ter me incentivado a ser autônoma. Por honrar seu papel de professora numa universidade pública, com dedicação, competência e muito amor pela pesquisa. Obrigada por tudo, mais uma vez e sempre, especialmente pela amizade que segue para além do doutorado.

A todas as colegas do grupo de pesquisa Nupejor com quem convivi em diversos momentos do doutorado, pela amizade, oportunidade de diálogo e pelas dúvidas que compartilhamos. Nossas discussões sobre jornalismo e discurso estão implícitas nestas linhas.

Aos amigos e familiares que comemoraram as conquistas e entenderam as ausências. Vó Marlene e tia Liége, por sempre estarmos perto, mesmo que a quilômetros de distância. Laura Wottrich e Renata Córdova, por sorrisos, abraços e surpresas que tornam a vida mais leve; por tantos encontros terapêuticos e por transformarmos bares, cafés e redes sociais em divãs para problematizar o mundo e nós mesmas. Às amigas que o doutorado me presenteou, especialmente: Debora Elman, Laura Storch e Silvia Lisboa, pela cumplicidade e pelo imenso afeto; Débora Gadret, por termos dividido tantas alegrias, dúvidas e emoções desde nosso primeiro dia no doutorado até literalmente o ponto final da tese. À família Finatto (Paula, Maria José e Paulo “pai”), pelo incentivo, pelo carinho com que ouviram os dilemas da tese e por valorizarem minha conquista. À Joana Nunes, Francine Cadore e aos queridos da 34ª turma de Jornalismo da UFSM, pelo tanto que torceram para que desse certo.

Aos colegas da Fundação de Economia e Estatística (FEE), pela acolhida e pelos ensinamentos sobre pesquisa. Obrigada à Solange Prediger, pela compreensão e parceria; à designer Gabriela Santos, por transformar em belas imagens meus rabiscos para desenhar a tese; à Sandra Bitencourt, pelo carinho e pelo tanto que partilhamos nos desafios de fazer jornalismo numa instituição pública. Agradeço também o incentivo de Susana Kerschner, Nóra Kraemer, Anelise Rocco, Jéssica Gertz, Jorge Accurso e Roberto Rocha.

Aos professores que me honraram por terem aceitado ler a pesquisa. Carlos Franciscato, pelas contribuições e provocações na banca de qualificação, que me guiaram durante a escrita da tese. Virgínia Fonseca, pelas sugestões e reflexões fundamentais. Sean Hagen, pessoa e profissional que muito admiro, obrigada pelo apoio constante e pela interlocução preciosa. Cláudia Lago, por me ajudar a pensar o jornalismo e pelas pesquisas inspiradoras que nortearam muitas das minhas discussões. Márcia Amaral, por ter incentivado o meu ingresso na pesquisa, por ter sido uma orientadora generosa na graduação e no mestrado e, desde então, ter se tornado uma referência para mim.

Aos colegas de tantas disciplinas e de Representação Discente, aos orientandos e alunos dos estágios docentes, por compartilharmos questionamentos e aprendizados. À Capes, pela bolsa que possibilitou a dedicação integral à parte desta pesquisa; aos professores e funcionários do PPGCOM, pelo apoio. À UFRGS, pelo privilégio de uma formação pública, de qualidade e da qual tenho muito orgulho.

*“Há um tempo em que é preciso abandonar as roupas usadas
que já têm a forma do nosso corpo
e esquecer os nossos caminhos
que nos levam sempre aos mesmos lugares.
É o tempo da travessia
e, se não ousarmos fazê-la,
teremos ficado, para sempre,
à margem de nós mesmos”.*
(Fernando Pessoa)

RESUMO

Esta tese mostra como os principais sujeitos participantes do contrato de comunicação jornalístico (veículos, jornalistas e leitores) percebem as finalidades do jornalismo. A metodologia utilizada é a Análise de Discurso. Os veículos selecionados são Folha de S.Paulo, O Globo e O Estado de S. Paulo, os três maiores jornais de referência brasileiros, cujo discurso foi mapeado em 38 documentos institucionais (princípios editoriais, manuais de redação, códigos de ética, editoriais). O discurso de 85 jornalistas brasileiros foi analisado em 40 documentos (biografias, livros, documentários, trabalhos acadêmicos e entrevistas). O discurso de 250 leitores foi encontrado em 279 comentários postados em *sites* dos jornais Folha de S.Paulo, O Globo e O Estado de S. Paulo e nas páginas desses jornais no Facebook. A tese chegou a dois tipos de resultados. Um, de caráter empírico, deriva da análise do material discursivo dos três sujeitos: o que veículos, jornalistas e leitores dizem sobre as finalidades do jornalismo. No discurso dos sujeitos, estão presentes as seguintes finalidades do jornalismo: a) fiscalizar o poder e fortalecer a democracia; b) informar; c) esclarecer o cidadão e apresentar a pluralidade da sociedade; d) verificar a veracidade das informações; e) selecionar o que é relevante; f) investigar; g) registrar história e construir memória; h) interpretar e analisar a realidade; i) defender o cidadão; j) fazer a mediação entre os fatos e o leitor; k) integrar e mobilizar as pessoas; l) divertir (finalidade só considerada por veículos e jornalistas, não por leitores). A tese traz diversas conclusões sobre como cada sujeito compreende essas funções. Outro resultado, de caráter teórico, se desdobra em dois: o primeiro é a elaboração de um quadro com a síntese das finalidades do jornalismo segundo os autores consultados; o segundo é a formulação de uma proposta das finalidades do jornalismo. Cheguei a uma proposta de que o jornalismo tem 12 finalidades a cumprir: a) informar de modo qualificado; b) investigar; c) verificar a veracidade das informações; d) interpretar e analisar a realidade; e) fazer a mediação entre os fatos e o leitor; f) selecionar o que é relevante; g) registrar a história e construir memória; h) ajudar a entender o mundo contemporâneo; i) integrar e mobilizar as pessoas; j) defender o cidadão; k) fiscalizar o poder e fortalecer a democracia; l) esclarecer o cidadão e apresentar a pluralidade da sociedade.

Palavras-chave: Função do Jornalismo; Discurso; Jornais; Jornalistas; Leitores; Teoria do Jornalismo; Papel Social do Jornalismo; Finalidade do Jornalismo.

ABSTRACT

This doctoral dissertation shows how the main subjects participating in the journalistic communication contract (media companies, journalists and readers) perceive the purposes of journalism. The methodology that was used is Discourse Analysis. The media companies which were selected are Folha de S.Paulo, O Globo e O Estado de S. Paulo, the three major reference Brazilian newspapers, whose discourse was mapped in 38 institutional documents (editorial principles, writing manuals, codes of ethics, editorials). The discourse of 85 Brazilian journalists was analyzed in 40 documents (biographies, books, documentaries, academic works and interviews). The discourse of 250 readers was found in 279 comments posted on the websites and Facebook pages of the newspapers Folha de S.Paulo, O Globo e O Estado de S. Paulo. The research reached two kinds of results. One, of an empirical nature, stems from the analysis of the discourse materials from the three subjects: what the media companies, journalists and readers say about the purposes of journalism. In the discourse of the subjects, the following purposes of journalism are present: (a) watching over how power is exerted in society and strengthening democracy; (b) informing; (c) clarifying issues for citizens and providing them with a plurality of society; (d) checking the veracity of information; (e) selecting what is relevant; (f) investigating; (g) recording history and constructing memory; (h) interpreting and analyzing the reality; (i) defending citizens; (j) mediating between facts and readers; (k) integrating and mobilizing people; (l) entertaining (purpose considered by media companies and journalists only, not by readers). The dissertation reached a number of conclusions about how each subject understands these functions. Another result, of a theoretical nature, splits into two: the first outcome is a table that was designed aiming to present a summary of the purposes of journalism according to the authors who were consulted; the second is a proposal of the purposes of journalism. I present a proposal according to which journalism has 12 purposes to fulfill: (a) informing in a qualified sense; (b) investigating; (c) checking the veracity of information; (d) interpreting and analyzing reality; (e) mediating between facts and readers; (f) selecting what is relevant; (g) recording history and constructing memory; (h) helping to understand the contemporary world; (i) integrating and mobilizing people; (j) defending citizens; (k) watching over how power is exerted in society and strengthening democracy; (l) clarifying issues for citizens and presenting the plurality of society.

Keywords: Function of Journalism; Discourse; Newspapers; Journalists; Readers; Theory of Journalism; Social Role of Journalism; Purpose of Journalism.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Sistematização do corpus de análise dos sujeitos	73
Figura 2 - Logo do jornal Folha de S.Paulo na <i>homepage</i> do site	76
Figura 3 - Campanha do jornal O Globo de 2008.....	77
Figura 4 - Slogan da campanha institucional de maio de 2015	79
Figura 5 - Painel do Leitor Folha.....	94
Figura 6 – Comentários dos leitores nas matérias da Folha	95
Figura 7 – Espaço de matérias mais comentadas no <i>site</i> da Folha	95
Figura 8 - Folha no Facebook.....	96
Figura 9 - Espaço de comentários no <i>site</i> do Globo	97
Figura 10 - Espaço de matérias mais comentadas no <i>site</i> do Globo.....	97
Figura 11 - Destaque na capa do Globo para número de comentários	97
Figura 12 - O Globo no Facebook.....	98
Figura 13 - Espaço de comentários no Estadão <i>on-line</i>	99
Figura 14 – Fórum dos Leitores no Estadão <i>on-line</i>	99
Figura 15 – Indicativo do número de comentários nas matérias de capa do Estadão....	100
Figura 16 - Estadão no Facebook.....	101
Figura 17 - Principais finalidades do jornalismo para os veículos	108
Figura 18 - Principais finalidades do jornalismo para os jornalistas	133
Figura 19 - Principais finalidades do jornalismo para os leitores	174
Figura 20 – Principais finalidades do jornalismo para veículos, jornalistas e leitores...	206
Figura 21 - Principais cruzamentos das percepções dos sujeitos.....	211

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - As finalidades do jornalismo segundo a teoria.....	59
Quadro 2- Circulação dos quatro maiores jornais do país em 2015 (soma de edições impressas e digitais).....	75
Quadro 3 - Documentos consultados para análise do discurso dos veículos	80
Quadro 4 - Documentos consultados para análise do discurso dos jornalistas	83
Quadro 5 - Espaços consultados em busca de comentários de leitores	90
Quadro 6 - Informações das páginas do Facebook dos três veículos analisados.....	92
Quadro 7 - As finalidades do jornalismo segundo a teoria.....	202
Quadro 8 - As finalidades do jornalismo propostas pela tese	217

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	14
2. AS FINALIDADES DO JORNALISMO SEGUNDO A TEORIA	21
2.1 Finalidades do jornalismo: 1690 a 1950.....	22
2.2 Finalidades do jornalismo: 1950 a 1990.....	30
2.3 Finalidades do jornalismo: a partir de 1990	40
2.4 Quadro das finalidades do jornalismo segundo a teoria.....	58
3. METODOLOGIA: ANÁLISE DO DISCURSO E CONSTRUÇÃO DO <i>CORPUS</i>.....	62
3.1 Análise do Discurso	62
3.2 Construção metodológica: descrição dos objetos e delimitação do <i>corpus</i>	70
3.2.1 Discurso dos veículos	73
3.2.2 Discurso dos jornalistas	82
3.2.3 Discurso dos leitores	87
3.2.3.1 Facebook e <i>sites</i> dos jornais	94
3.3 Resumo da sistematização	101
4. PERCEPÇÕES DOS VEÍCULOS SOBRE AS FINALIDADES DO JORNALISMO	103
4.2 Análise do discurso dos veículos	107
4.3 Discussão dos resultados.....	124
5. PERCEPÇÕES DOS JORNALISTAS SOBRE AS FINALIDADES DO JORNALISMO	128
5.1 Análise do discurso dos jornalistas	131
5.2 Discussão dos resultados.....	160
6. PERCEPÇÕES DOS LEITORES SOBRE AS FINALIDADES DO JORNALISMO	168
6.1 Análise do discurso dos leitores	172
6.2 Discussão dos resultados.....	194
7. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS: PARA QUE SERVE O JORNALISMO?	201
7.1 Mapeamento do que os autores dizem sobre as finalidades do jornalismo....	201
7.2 Identificação e cruzamento das percepções dos três sujeitos	204
7.3 Proposta de relação de finalidades do jornalismo	214
8. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	231
9. REFERÊNCIAS	236

1. INTRODUÇÃO

*“O ponto de partida deve ser: ‘Não sei’.
O que é uma entrega total’.
(Clarice Lispector)*

O jornalismo é um campo central à sociedade. É assunto em diversos espaços, desde salas de aula e locais de trabalho até rodas de conversas entre amigos e salas de espera de consultórios médicos. Diariamente, filmes, séries de TV, documentários, músicas, obras ficcionais, *memes*, *gifs*, charges, quadrinhos e novelas constroem sentidos sobre o jornalismo e os jornalistas. Textos que vão desde a formalização jurídica até a cultura popular e a arte contemporânea discutem cotidianamente a responsabilidade social do jornalismo. Ao fazerem críticas ou representações, os sujeitos e as instituições apontam as expectativas que têm sobre o papel que o jornalismo deve cumprir na sociedade e ajudam a fortalecer as percepções sobre esta atividade.

No campo acadêmico, em estudos de inúmeras áreas – não só da Comunicação, mas também do Direito, da Medicina, da Enfermagem, da Economia–, o jornalismo é tomado como objeto para ilustrar questões que afetam a vida em sociedade, já que ele é historicamente legitimado por apresentar o que acontece de mais importante no cotidiano e serve como documento da memória social. Muitas dessas pesquisas criticam o papel do jornalismo em alguma cobertura específica, questionam a obrigação do jornalismo no tratamento de determinada pauta, concluem que atualmente, com as mudanças tecnológicas, a função do jornalismo se alterou. Mas considero ser necessário fazer uma pergunta “anterior”: afinal, **qual é a finalidade do jornalismo?**

Muitos pesquisadores demonstram a importância da questão que busco responder nesta pesquisa. Fonseca (2005) afirma que deve ser reiterada sempre a pergunta “qual o papel do jornalismo na sociedade?”, especialmente num contexto em que parece estar se tornando senso comum a ideia de que jornal e informação jornalística são meros produtos. A autora também aponta que discutir esse papel não é questão restrita a jornalistas ou a pesquisadores da área, mas do interesse de todos os cidadãos, dada a centralidade que as indústrias culturais contemporâneas ocupam no processo de informar e de formar uma opinião pública (FONSECA, 2008). Kovach e

Rosenstiel (2004, p. 30) entendem que uma resposta simplista à questão “para que serve o jornalismo?” já não é mais suficiente – se é que um dia foi – diante de um público cada vez mais cético, num contexto tecnológico em que qualquer pessoa pode “proclamar” que está “fazendo jornalismo” e no qual as regras do ofício são “espanadas e redefinidas, e às vezes abandonadas”.

Vemos, assim, a importância de nos debruçarmos sobre o discurso jornalístico, que é um discurso público e durável pelo qual circulam sentidos também construídos em outros lugares e, então, deve ser pensado muito além da narrativa de eventos descartáveis. O jornalismo é um modo de conhecimento a partir do qual o homem compreende a si mesmo e aos outros (BENETTI, 2013).

A pergunta sobre qual é o papel do jornalismo na sociedade poderia ser respondida por meio de diversos enquadramentos e tipos de pesquisa, mas optei pela análise das percepções¹ sobre as finalidades do jornalismo. Ao selecionar que sujeitos deveriam ser analisados, escolhi utilizar o critério daqueles que estão envolvidos no contrato de comunicação jornalístico, a partir da condição de identidade (“quem diz e para quem”). Foi assim que defini **veículos, jornalistas e leitores**, que põem em relação as instâncias de produção e de recepção (CHARAUDEAU, 2007).

Assim, o **objetivo geral** desta tese é *compreender como os principais sujeitos participantes do contrato de comunicação jornalístico (veículos, jornalistas e leitores) percebem as finalidades do jornalismo*. Os **objetivos específicos** são: a) identificar o que o discurso institucional dos veículos estabelece como finalidades a serem exercidas pelo jornalismo, problematizando especialmente o papel destas organizações e os lugares que concede para jornalistas e leitores; b) analisar o que os jornalistas definem como finalidades do jornalismo, investigando a associação destas definições com os valores deontológicos da profissão e problematizando a percepção dos jornalistas sobre as limitações impostas pelas organizações e sobre as expectativas dos leitores; c) mapear a expectativa dos leitores sobre as finalidades do jornalismo, buscando também entender como eles compreendem os lugares a serem ocupados pelas organizações e pelos

¹ A noção de **percepção** é fundamental nesta pesquisa. Como apresento na metodologia, no terceiro capítulo, defino percepção como *a compreensão do sujeito a respeito de uma determinada questão*. Essa compreensão é expressa pelos sentidos produzidos pelo sujeito, e esses sentidos podem ser observados de muitos modos – nesta pesquisa, eles serão examinados por meio do discurso verbal desses sujeitos. A percepção só ganha sentido numa relação que é intersubjetiva: veículos, jornalistas e leitores *percebem* as finalidades do jornalismo a partir de indicadores construídos historicamente e que estão fundamentados no contrato de comunicação e nas expectativas que os sujeitos têm do jornalismo e de seus lugares enquanto sujeitos participantes do processo jornalístico.

profissionais jornalistas no cumprimento destas expectativas; d) sistematizar as finalidades do jornalismo, cruzando as percepções dos sujeitos (veículos, jornalistas e leitores) com uma consistente revisão teórica, advinda de autores clássicos e contemporâneos que trabalham com a temática da tese.

Para cumprir esses objetivos, os objetos da pesquisa foram selecionados e o *corpus* construído tendo a clareza de que cada um dos sujeitos exige uma abordagem específica para assegurar representatividade e validade dos resultados. Os veículos selecionados são **Folha de S.Paulo**, **O Globo** e **O Estado de S. Paulo**, os três maiores jornais de referência brasileiros, cujo discurso foi mapeado em 38 documentos institucionais (princípios editoriais, manuais de redação, códigos de ética, editoriais). O discurso de **85 jornalistas brasileiros** foi analisado em 40 documentos com falas de jornalistas (biografias, livros, documentários, trabalhos acadêmicos e entrevistas). O discurso de **250 leitores** foi encontrado em 279 comentários postados em *sites* dos jornais Folha de S.Paulo, O Globo e O Estado de S. Paulo e nas páginas desses jornais no Facebook.

A tese é inscrita em uma compreensão de que o jornalismo, como discurso, só existe na relação entre os sujeitos da interlocução (ORLANDI, 2007a) e de que todo discurso é norteado pelo que se imagina do outro e de si mesmo (PÊCHEUX, 1993). O discurso reflete as características da sociedade que o torna possível e origina-se de sujeitos posicionados em um tempo e um lugar condicionados social e historicamente (BAKHTIN, 1996; MAINGUENEAU, 2008a). Sendo o jornalismo um gênero discursivo particular (BENETTI, 2008a), este discurso só acontece se os interlocutores reconhecerem as permissões e restrições que definem o gênero, de forma que entendo que os sujeitos estão ligados por um contrato de comunicação (CHARAUDEAU, 2007).

Um dos elementos desse contrato é a condição de finalidade (para quê se diz), a partir da qual decidi escolher o termo **finalidade** para definir o tema desta pesquisa². Charaudeau (2007, p. 69) afirma que a condição de finalidade implica que todo ato de linguagem seja ordenado em função de um objetivo: a finalidade se define “através da expectativa de sentido em que se baseia a troca, expectativa de sentido que deve permitir responder à pergunta: ‘Estamos aqui para dizer o quê?’”. Essa é a questão que

² Apesar dessa escolha, que é teórica, ao longo da tese também utilizo outros termos, como papel, função, missão, obrigação e dever. Ainda que essas palavras tenham particularidades de significado, tomo-as como sinônimos de finalidade.

move os sentidos construídos por veículos e jornalistas e que faz com que o leitor crie expectativas e faça exigências sobre o jornalismo.

Para cumprir suas finalidades, o jornalismo está guiado por princípios, e seu primeiro objetivo é oferecer o presente social (GOMIS, 1991; FRANCISCATO, 2005), reconstruindo cotidianamente os eventos que dizem respeito ao homem. O jornalismo é um sistema perito (MIGUEL, 1999), o que implica a crença, por parte do público, em sua competência especializada. A credibilidade deriva da percepção (histórica e social) de que o jornalismo é uma prática autorizada a narrar a realidade (SERRA, 2006).

Assim, quando entendemos que o jornalismo implica reciprocidade, ainda que assimétrica, das relações entre os jornalistas, os veículos e os leitores (GENRO FILHO, 1987); quando consideramos que os aspectos tecnológicos têm relação com o papel social que as notícias desempenham em cada época (FRANCISCATO, 2005) e, num contexto de jornalismo em rede (HEINRICH, 2011), interações com novos sujeitos tensionam o campo jornalístico; quando assumimos que, apesar das transformações resultantes da tecnologia, existem valores inegociáveis e fundamentais para discutirmos as finalidades que o jornalismo deve cumprir para demarcar sua distinção em relação a outros gêneros – como o publicitário, o científico ou o literário – e reiterar os vínculos com o público a partir do contrato de comunicação; uma questão se coloca e norteia esta tese como **problemática de pesquisa**: *como os principais sujeitos participantes do contrato de comunicação jornalístico (veículos, jornalistas e leitores) percebem as finalidades do jornalismo e os papéis que cabem a si mesmos e aos outros sujeitos?*

Esta pesquisa se justifica primeiramente pela importância de problematizar teoricamente a condição de finalidade do jornalismo no contrato de comunicação. Benetti (2011) entende que a condição de finalidade (*para quê se diz*) rege as demais condições do contrato, que são: condição de propósito (*o que se diz*), condição de identidade (*quem diz e para quem*), condição de dispositivo (*em que condições se diz*) e condição textual (*como se diz*). O contrato de comunicação implica o entendimento de três eixos: existência de pelo menos dois sujeitos em relação de intersubjetividade; existência de convenções, normas e acordos que regulamentam as trocas discursivas; existência de saberes comuns que permitem que se estabeleça uma intercompreensão do todo em certa situação de comunicação (CHARAUDEAU, 2008a). Esses pressupostos são fundamentais para compreender o funcionamento do jornalismo.

Justifico também a escolha da pesquisa porque a problematização resultante do diálogo entre as teorias do jornalismo e as teorias do discurso vem sendo trabalhada por mim desde 2008, tendo sido o eixo fundamental da dissertação de mestrado (REGINATO, 2011). Com o objetivo de compreender a articulação entre simplicidade e consumo no discurso da revista *Vida Simples* (Editora Abril), a dissertação problematiza o papel do jornalismo ao dar conta de inúmeras esferas da vida social dos indivíduos e apontar para o leitor modos de viver no tempo presente, maneiras de se comportar e estilos de vida a serem adotados.

Esse recorte de pesquisa também se mostra importante no contexto atual, em que interações com sujeitos (leitores, veículos e fontes) em “novos” canais tensionam o campo jornalístico e diluem o papel do jornalista como principal intermediário para filtrar as mensagens autorizadas a entrar na esfera pública (MACHADO, 2002). Em blogs e *sites* de redes sociais, há comentaristas que criticam, corrigem e desafiam o jornalismo convencional (BRUNS, 2011), o que faz com que reverberem sentidos em relação ao que **deve ser** o bom jornalismo. Além disso, como discute Anselmino (2012), as transformações tecnológicas têm obrigado os meios jornalísticos a uma série de mudanças de suportes, de rotinas profissionais e de modelos de negócios e, da mesma forma, devem fazer com que os investigadores vejam a necessidade de incluir essas discussões nas perspectivas e nos marcos teóricos.

Esta tese dialoga com outras pesquisas que vêm sendo desenvolvidas no Núcleo de Pesquisa em Jornalismo (Nupejor), grupo de pesquisa da UFRGS vinculado ao CNPq. São trabalhos que vêm investigando os elementos do contrato de comunicação pertinentes ao discurso jornalístico e a relação entre os sujeitos inscritos nesse contrato.

Não há nenhuma outra dissertação ou tese, no Brasil, que discuta especificamente as finalidades do jornalismo, com o recorte que proponho³. A busca do estado da arte resultou em 100 trabalhos relacionados à “função do jornalismo” e 495 que remetem ao “papel social do jornalismo”⁴. Alguns apenas mencionam essas palavras, não auxiliando na problematização da pesquisa. Fazendo a triagem, entendi que 90 trabalhos poderiam dialogar de alguma forma com a tese, mas ressalto que a maioria dessas pesquisas traz

³ A busca foi realizada na Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (<http://bdtd.ibict.br/>) e foi complementada por meio da busca de teses e dissertações nos repositórios dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação e em Jornalismo. Também criei alertas no Google com palavras-chave referentes à finalidade do jornalismo em português, inglês e espanhol, de forma que até o término da pesquisa mantive o monitoramento de novos trabalhos que poderiam ter relação com a tese.

⁴ A busca por “finalidade do jornalismo” e “finalidades do jornalismo” não trouxe nenhum resultado.

as finalidades do jornalismo como questão secundária em seus pressupostos ou resultados, não se configurando como o problema central.

Dividi os trabalhos com os quais esta tese pode dialogar em eixos de semelhança para perceber de que modo eles tratavam das finalidades do jornalismo⁵. Concluí que são quatro eixos principais. O primeiro deles trata da função do jornalismo (ou da mídia) em alguns campos, como o papel que desempenha na cobertura da ciência (ALBERGUINI, 2007; LEVY, 2010), na crítica musical (FREITAS, 2011), no jornalismo cultural (CAMARGO, 2012), no jornalismo ambiental (VIANNA, 2012), na narrativa ficcional (SANSEVERINO, 2015). O segundo grupo engloba pesquisas que tratam da finalidade do jornalismo a partir de um jornalista ou um cargo: função enunciativa do *ombudsman* do jornal Folha de S.Paulo (FRANZONI, 2013), papel do repórter (BLASQUES, 2010), papel de editores de jornais impressos (ESSENFELDER, 2012), atuação de Patrícia Galvão no jornalismo cultural do jornal A Tribuna na década de 1950 (COSTA, 2008), papel que Danton Jobim propõe à formação do jornalista (AVANZA, 2007).

No terceiro eixo, concentrei trabalhos que discutem a cobertura de determinada temática e avaliam o papel que o jornalismo cumpre ou deveria cumprir: no campo político (DEUS, 2005; RODRIGUES, 2011; MATTOSO, 2010) ou em temas sociais, como o trabalho de Darde (2012), que trata das representações sobre gays, lésbicas, bissexuais, travestis e transexuais. No quarto grupo, constam as pesquisas que apontam, no âmbito teórico, algum papel específico que o jornalismo deve exercer: função de debate público (MONTEIRO, 2011), de mediar as concepções de realidade (XAVIER, 2007), de construir representações do mundo (FERREIRA, 2008; MELLO, 2007; MASTROIANNI, 2006), de contribuir para a democracia (MACHADO, 2000a; COELHO, 2013), de consolidar a cidadania (PREVEDELLO, 2008; PAULA, 2012), de contextualizar e analisar (SANT'ANNA, 2007); de construir a história e a memória social (NONATO, 2010); de divulgar informações de interesse público (TRÄSEL, 2007; VIDAL, 2009)⁶.

⁵ Destaco que uma tese de doutorado sobre o papel do jornalismo está sendo desenvolvida por Adriana Santiago no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia. Ela trabalha com discursos sobre o jornalismo em três setores – mercado, classe profissional e academia (SANTIAGO, 2014).

⁶ Além de trabalhos nas áreas de Comunicação e Jornalismo, foram encontradas pesquisas que abordam finalidades do jornalismo nos seguintes campos de estudo: Letras, Literatura, Administração, Educação, História, Ciência Ambiental, Extensão Rural, Ciências da Saúde, Medicina, Direito, Geociências, Engenharia de Produção, Ciência Política e Sociologia. Trabalhos em outras áreas, nem sempre realizados por pesquisadores formados na área da Comunicação, demonstram a importância do jornalismo enquanto

Também justifico a escolha do tema da tese em função de que, na literatura internacional, autores vêm destacando a lacuna de estudos que examinem como os leitores percebem o papel do jornalismo (NAH; CHUNG, 2012; VAN DER WURFF; SHOENBACH, 2014), o que é um dos eixos da minha análise.

A tese está dividida em oito capítulos, incluindo esta introdução. A seguir, o segundo capítulo traz as finalidades do jornalismo segundo a teoria, apresentando uma revisão bibliográfica sobre as finalidades do jornalismo problematizadas por autores que considero fundamentais. O terceiro capítulo apresenta a metodologia da tese e a explicação sobre a delimitação do *corpus* dos três sujeitos (veículos, jornalistas e leitores).

Na sequência, são apresentadas as percepções dos sujeitos sobre as finalidades do jornalismo: o que dizem os veículos (capítulo 4), o que dizem os jornalistas (capítulo 5) e o que dizem os leitores (capítulo 6). A estrutura desses capítulos analíticos segue um padrão: inicia com uma reflexão teórica sobre o sujeito em questão, segue com a análise do discurso e, por fim, apresenta uma discussão dos resultados. A ideia é que a estrutura da tese facilite a leitura de quem se interessar por buscar diretamente a percepção de algum sujeito especificamente.

É no sétimo capítulo que o leitor encontra o cruzamento dos sentidos dos sujeitos e os resultados da pesquisa. Lá estão elencadas as principais contribuições da tese, que são: 1) mapeamento do que os autores dizem sobre as finalidades do jornalismo; 2) identificação e cruzamento das percepções dos três sujeitos; 3) minha proposta de relação das finalidades do jornalismo. No oitavo capítulo, faço as considerações finais que fecham esta tese.

instituição social que faz circular certos valores de uma sociedade, e o jornalismo é escolhido como eixo de entrada para discutir diversos assuntos relevantes socialmente. No entanto, muitas dessas pesquisas de outras áreas (e mesmo algumas da área da Comunicação) desconsideram os aportes específicos das teorias do jornalismo, ou tratam “mídia” e “jornalismo” como sinônimos, afastando o debate de seu eixo central e de uma problematização necessária para dar conta das especificidades desse campo de estudos.

2. AS FINALIDADES DO JORNALISMO SEGUNDO A TEORIA

“Um jornalista é o vigia da ponte de comando do barco do Estado. Ele percebe uma vela que passa, as pequenas coisas interessantes que pontuam o horizonte quando o tempo está bom. Ele avisa sobre o nadador à deriva que o navio pode salvar. Perscruta através da neblina e da tempestade para avisar dos perigos adiante. Está ali para zelar pela segurança e pelo bem-estar das pessoas que nele confiam”.
(Joseph Pulitzer, 1904)

Este capítulo apresenta uma revisão bibliográfica sobre as finalidades do jornalismo problematizadas por autores que considero fundamentais. Esse quadro teórico é um esforço para sistematizar como as finalidades do jornalismo vêm sendo pensadas historicamente⁷.

Considero que os conceitos de compreensão e regulação da prática jornalística se modificam conforme os contextos sociais e, assim, as reflexões dos teóricos sobre as finalidades do jornalismo têm relação com as condições de produção que possibilitaram o aparecimento daquele e não de outro sentido em relação a este assunto. Não é pretensão da pesquisa fazer um resgate da história do jornalismo no Brasil e no mundo, mas sim trazer à tona concepções sobre as finalidades do jornalismo.

Este capítulo tem um caráter de mapeamento e resenha de autores, e seu objetivo é revisar parte da literatura – pois sabe-se que a totalidade da produção teórica sobre o tema é inalcançável no escopo de uma tese – para que se possa compreender como diferentes autores trataram do tema ao longo dos anos. A periodização adotada nesta revisão é arbitrária e foi feita segundo estes critérios: o primeiro período vai da primeira tese conhecida sobre jornalismo até o final dos anos 1940, quando se pode dizer que se “encerra” um ciclo de reflexões basilares, até hoje usadas como referências nos estudos em jornalismo; o segundo período foi definido em função do início da profissionalização do jornalismo no Brasil e da pesquisa específica em jornalismo; o terceiro período inicia em 1990, a partir da inserção das tecnologias na produção jornalística, o que determina novas inflexões no pensamento sobre a finalidade do jornalismo.

⁷ Cabe ressaltar que, na revisão bibliográfica, mantenho a ideia dos autores quando esses tratam de função do “jornal”, do “periódico” ou da “imprensa”, mas sempre busco ampliar a discussão para o jornalismo como campo.

2.1 Finalidades do jornalismo: 1690 a 1950

“O ser humano se interroga sobre a finalidade dos periódicos.” Essa frase compõe um dos itens do sumário da primeira tese sobre jornalismo apresentada em uma universidade. O trabalho foi defendido por Tobias Peucer em 1690 na Universidade de Leipzig, na Alemanha⁸. Em 29 parágrafos que relacionam jornalismo e história, Peucer faz um apanhado sobre como foi se construindo a ideia de “colocar por escrito a memória dos acontecimentos” (PEUCER, 2004, p. 16). Sousa (2004) avalia que Peucer elevou a imprensa informativa da época à condição de objeto de estudo, propondo uma primeira “teoria do jornalismo”, num tempo em que ainda nem sequer se falava de jornalismo, mas em que, paradoxalmente, o campo jornalístico começava a se firmar.

Há mais de três séculos, Peucer afirmou o que é recorrente nas reflexões sobre a função do jornalismo até hoje: a principal finalidade do jornalismo é **informar**. O autor explica que as notícias relatadas nos jornais são propagadas pela voz pública, que os leitores podem assim satisfazer a sede de novidades dos companheiros e dos grupos de amigos e que, através dos jornais, podem ser conhecidos os direitos entre os príncipes, as deliberações, os artifícios e os costumes (PEUCER, 2004). Segundo Sousa (2004), Peucer demonstra um entendimento liberal do papel da imprensa por compreender que os jornais, ao publicarem os atos de poder, são também úteis para a vida cívica.

A questão de publicar o que é útil e fácil de ler, bem como coisas exatas, é ressaltada por Peucer. Ele entende, então, que uma finalidade dos novos periódicos é **gerar o conhecimento de coisas novas** acompanhadas de atualidade e utilidade. O autor fala da utilidade dos jornais considerando que os veículos nos mostram o que não conhecemos e que, a partir da leitura, passamos a dominar. “Não afirmaria que a utilidade dos periódicos seja tão grande como a da história escrita. [...] Da mesma forma, não se pode negar que haja neles alguma utilidade que afeta a vida tanto privada como pública dos homens” (PEUCER, 2004, p. 26). Ele diferencia os assuntos que deveriam constar num “diário particular” daqueles que merecem “resenha pública”, ou seja, destaca que existem assuntos mais importantes para que o jornalismo cumpra sua função de informar e que por isso os jornalistas devem ter capacidade de julgamento.

⁸ A tese é denominada “*De Relationibus Novellis*”. Essa terminologia pode se referir tanto aos periódicos da época no seu conjunto quanto às notícias em si, os relatos de novas comunicações, de novidades (SOUSA, 2004).

A prática de leitura de jornais nos séculos XVII a XIX institucionalizou hábitos que modificaram os laços sociais tanto nos espaços privados de convívio familiar, quanto em espaços públicos como as casas de café e, assim, o jornal possibilitou a participação em ações e decisões coletivas (FRANCISCATO, 2005).

Daniel Woolf percebe nos séculos XVII e XVIII o papel das notícias na construção de um sentido de tempo presente e considera o papel delas não só em **motivar o debate público** mas também em **inculcar uma ação pública** resultante desse debate, solicitando resoluções para as estórias contadas pelas notícias (*apud* FRANCISCATO, 2005)⁹. Naquele período, o surgimento da imprensa periódica cria novos hábitos sociais, e o jornalismo assume as primeiras feições de uma organização que se diferencia das demais instituições, ao desempenhar papel social específico e constituir padrões reguladores de ações e comportamentos. Assim, o jornal se institucionaliza na sociedade nos séculos XVII e XVIII para **produzir um relato regular de eventos não vivenciados** (FRANCISCATO, 2005).

Jeremy Popkin entende que os jornais no século XVIII têm o papel de **organizar o tempo na vida cotidiana**, tanto que o autor compara o jornal ao relógio de bolso: “os relógios pessoais permitiam aos seus usuários controlar o tempo de suas próprias atividades, enquanto os jornais davam a eles um sentido de movimento em um mundo mais amplo” (POPKIN *apud* FRANCISCATO, 2005, p. 76)¹⁰.

Entre 1789 e 1850, foi a época de um jornalismo da “iluminação”, pelo seu esclarecimento político e ideológico, contexto em que se dá a ebulição do jornalismo político-literário, cujos jornais pretendem ser escritos com fins pedagógicos e de formação política (MARCONDES FILHO, 2009). Thomas Jefferson, político norte-americano e signatário da Declaração de Independência de 1776, diz: “eu prefiro viver num país com jornais e sem governo do que viver num país com governo e sem jornais” (*apud* PARK, 2008a, p. 38). Segundo Moretzsohn (2002), os postulados clássicos da imprensa relacionam-se à proposta iluminista dessa época de **esclarecer os cidadãos**.

Em 1808, na primeira edição do primeiro periódico a circular no Brasil, o Correio Braziliense, Hipólito da Costa define um compromisso de função social que a imprensa tem: “O primeiro dever do homem em sociedade é ser útil aos membros dela” (*apud*

⁹ WOOLF, Daniel. News, History and the construction of the present in early modern England. In: DOOLEY, Brendan; BARON, Sabrina (org.). **The Politics of Information in Early Modern Europe**. London and New York: Routledge, 2001.

¹⁰ POPKIN, Jeremy. **News and Politics and the Age of Revolution: Jean Luzac's Gazette de Leyde**. Ithaca and London: Cornell University Press, 1989.

DINES, 2009, p. 13)¹¹. Para Hipólito da Costa, os jornalistas são redatores das folhas públicas, pois exercem destacadas e úteis tarefas na sociedade na medida em que servem para **mostrar os acontecimentos do presente e desenvolver as sombras do futuro**.

A concepção de “quarto poder”, atualmente bastante atrelada ao estudo das finalidades do jornalismo especialmente em sua relação com a democracia, surge ainda em 1828, definida por um deputado do Parlamento Inglês, Thomas Macaulay. Ele se referiu à imprensa como o quarto poder tendo como quadro de referência os três poderes da Revolução Francesa – o clero, a nobreza e o povo¹². A questão a ser destacada aí em relação às finalidades do jornalismo é um duplo papel do jornalista: **porta-voz da opinião pública**, dando expressão às diferentes vozes no interior da sociedade que deveriam ser consideradas pelos governos, e **vigilante do poder político**, que protege os cidadãos contra os abusos dos governantes (TRAQUINA, 2002).

Também estabelecendo uma relação entre o governo e o “quarto poder”, em 1831 o filósofo James Mill preconizou que a imprensa deveria assumir o papel de **instrumento de reforma da sociedade**, que obrigasse o governo a efetuar reformas sociais – numa alusão à definição da imprensa como contrapoder¹³, que conquistou um lugar mítico na cultura jornalística (TRAQUINA, 2002).

Já em 1866, Eça de Queiroz, então diretor do jornal português *O Distrito de Évora*, aponta uma diversidade de funções sociais ao jornalismo: fazer conhecer, ensinar, estar atento, protestar, velar. Ele diz:

O grande dever do jornalismo é **fazer conhecer o estado das coisas públicas, ensinar ao povo os seus direitos** e as garantias da sua segurança, estar atento às atitudes que toma a política estrangeira, **protestar com justa violência** contra os actos culposos, frouxos, **velar contra actos nocivos**, pelo poder interior da pátria, pela grandeza moral, intelectual e material em presença de outras nações, pelo progresso que fazem os espíritos, pela conservação da justiça, pelo respeito do direito, da família, do trabalho, pelo melhoramento das classes infelizes (QUEIROZ apud PONTE, 2005, p. 178, grifos meus).

Em 1877, um profissional do jornalismo brasileiro – denominado por Medina (1982) apenas como “articulista” – reflete sobre a profissão de jornalista e diz ser impossível, para o jornal, aprofundar todas as questões que surgem no meio das

¹¹ COSTA, Hipólito da. Introdução. **Correio Braziliense**, junho de 1808.

¹² No novo enquadramento contemporâneo da democracia, a imprensa seria o quarto poder em relação aos outros três: o Executivo, o Legislativo e o Judiciário.

¹³ Segundo Traquina (2002), o caso Watergate é um exemplo que ilustra a dedicação aos valores “mais nobres” da profissão e em que o jornalismo teve um papel de “contrapoder”.

sociedades modernas. Para esse articulista, um veículo que honra o jornalismo procura **instruir e oferecer aos seus leitores artigos de interesse e deleite**. Na época, ele pede apoio através do pagamento de assinaturas e anúncios porque pensa que se deve lutar para sustentação e circulação dos órgãos de imprensa brasileiros, já que seriam raros os bons e verdadeiros. O articulista aponta que a imprensa que se inspira nos legítimos e reais interesses da sociedade deve ser auxiliada e mantida a todo custo. A existência dessa imprensa seria a garantia à defesa dos direitos do povo e constituiria um elemento de progresso e civilização.

No fim do século XIX, as discussões dos primeiros congressos internacionais de jornalistas indicam alguns objetivos da imprensa. Conforme elenca Cornu (1998), esses objetivos são: a) **assegurar à população a informação exata, honesta e completa** à qual ela tem direito e **oferecer proteção contra os abusos e desvios**; b) proteger aqueles cuja profissão é informar contra todas as formas de pressão ou de constrangimento que os impeçam de transmitir à população a informação assim definida, ou que os induzam a agir contra suas consciências; c) **assegurar a circulação da informação dentro da sociedade**, de acordo com a missão fundamental da imprensa nos regimes liberais, o que implica tanto o livre acesso dos jornalistas às fontes de informação, em nome dos direitos do público, quanto o livre acesso do público à expressão dos meios de comunicação.

Em 1904, Joseph Pulitzer, ao defender o ensino superior específico para a profissão de jornalista, ressalta o argumento de que o jornalista ocupa uma posição singular e que o país é governado muito pela opinião pública que o jornalismo modela: ele tem o “privilegio” de “moldar a opinião, tocar os corações e apelar à razão de centenas de milhares de pessoas todos os dias” (PULITZER, 2009, p. 20). O autor traz a fala do então presidente estadunidense Theodore Roosevelt, segundo quem o homem que escreve e provê o material que vai moldar os pensamentos do povo é essencialmente quem determina o caráter das pessoas e o tipo de governo que o povo pode ter. Essa relação do jornalismo com a possibilidade de as pessoas se autogovernarem é bastante trazida pelos autores, desde as primeiras reflexões a respeito do jornalismo até as discussões atuais, levando à associação do jornalismo com o interesse público.

Um jornalista é o **vigia da ponte de comando do barco do Estado**. Ele percebe uma vela que passa, as pequenas coisas interessantes que pontuam o

horizonte quando o tempo está bom. Ele avisa sobre o nadador à deriva que o navio pode salvar. Perscruta através da neblina e da tempestade para avisar dos perigos adiante. Não fica pensando em seu salário ou nos lucros dos proprietários. Está ali para **zelar pela segurança e pelo bem-estar das pessoas que nele confiam** (PULITZER, 2009, p. 27, grifos meus).

Para Pulitzer (2009, p. 55), a imprensa é a única grande força a portar o “estandarte da correção pública” e o jornal é o orador que pode atingir uma democracia e que torna possível **manter a política circulando de forma saudável**.

Em 1910, Edward Ross entende que a finalidade da imprensa é ser um **serviço para a democracia**. Em razão disso, o autor considera um problema quando, como consequência da comercialização e da frequente submissão a interesses externos, o jornal tem como principal preocupação proporcionar publicidade, suprimindo a difusão das notícias importantes, que são a “pedra angular da liberdade e da democracia” (ROSS, 2008, p. 90).

Na mesma época, em 1910, Max Weber estuda a Sociologia da Imprensa e entende que ela desempenha um papel na **formação da opinião pública** (WEBER, 2006). O teórico exemplifica que a imprensa da época deseja **instruir e informar** objetivamente o público no que se refere à política e outros âmbitos. Para ilustrar a enorme importância que o teórico destina para a imprensa, ele propõe que seus interlocutores¹⁴ imaginem que a imprensa não existia e, então, como seria a vida moderna sem o que é tornado público por ela. Weber ressalta que cabe averiguar as relações de poder embutidas no fato de que a imprensa torna públicos determinados temas e questões. Pontua assim dois entendimentos diferentes para pensar o papel do jornalismo:

Se no caso da Alemanha podemos comprovar que hoje em dia o empenho sério, precisamente dos representantes sérios do negócio jornalístico, consiste em excluir de suas publicações os assuntos puramente pessoais – por qual razão e com quais resultados? – então também poderemos verificar que, por outro lado, um articulista socialista como Anton Menger opinava, pelo contrário, que no Estado do futuro a incumbência da imprensa seria precisamente **trazer à luz pública** aqueles **assuntos** que não possam ser submetidos aos tribunais de justiça; sua incumbência seria a de assumir o antigo **papel de censor** (WEBER, 2006, p. 36, grifos meus).

Weber relaciona então a função do jornal com a expectativa do público, o que pode modificar conforme o contexto.

¹⁴ Trata-se da conferência feita no Primeiro Congresso da Associação Alemã de Sociologia em Frankfurt, em 1910.

[...] O francês quer, em primeiro lugar, um jornal de opinião. Mas por quê? Porque, por exemplo, o norte-americano espera de seu jornal somente a exposição dos fatos. As opiniões sobre esses fatos que o jornal publica simplesmente não valem a pena ser lidas porque um democrata está convencido de que entende tanto ou mais do que aquele que opina no jornal. Mas também o francês quer ser democrata. De onde provém essa diferença? De qualquer modo: em ambos os casos **a função do jornal é totalmente diferente** (WEBER, 2006, p. 40-41, grifos meus).

Walter Lippmann, por volta de 1920, também trata do papel da imprensa nas sociedades democráticas¹⁵ e a função dos jornais na **formação da opinião pública**. Para ele, aliás, a opinião pública deve ser supostamente a primeira mobilizadora nas democracias (LIPPMANN, 2010). O autor entende que, universalmente, o público considera que o jornal deve **servir com a verdade** e, com ou sem custo, “duas vezes por dia todos os dias”, nos **apresentar um “quadro verdadeiro do que nos interessa do mundo exterior”** – o que, para Lippmann é o que a “democracia primitiva imaginava que cada um de nós pudesse fazer por si mesmo” (LIPPMANN, 2008a, p. 152, grifos meus).

Em sua discussão, Lippmann faz uma ressalva interessante – e que não é comumente ressaltada por outros teóricos do início do século XX – ao associar jornalismo e democracia: a sociedade não pode exigir da imprensa o que não exige de seus representantes no poder (BADIA; CLUA, 2008). O autor afirma que “inconscientemente” a teoria estabelece o leitor comum como teoricamente incompetente e coloca na imprensa a responsabilidade de realizar o que o governo representativo, a organização industrial e a diplomacia deixaram de realizar, como se a imprensa fosse um órgão da democracia direta (LIPPMANN, 2008b). No entanto,

a imprensa não é um substituto das instituições. É como um foco de lanterna que se move nervosamente em busca de um episódio e depois outro na escuridão. Os homens não conseguem realizar a tarefa do mundo apenas com essa luz. Não conseguem governar a sociedade por episódios, incidentes e erupções. Somente quando eles trabalharem com uma luz firme e própria é que a imprensa revelará uma situação suficientemente inteligível para uma decisão popular (LIPPMANN, 2008b, p. 183).

¹⁵ Segundo Badia e Clua (2008), podem ser enumerados dois eixos em torno dos quais o posicionamento de Lippmann estrutura-se em relação à teoria da democracia. Em primeiro lugar, há o eixo do debate entre os que defendem a democracia como expressão da “vontade do povo” e os que não veem claramente que o governo e a esfera pública possam desenvolver-se sem uma hierarquização de funções ou sem a figura da autoridade. Em segundo lugar, há o eixo do debate entre quem considera que o modelo de democracia está representado pelas sociedades liberais e quem considera que o modelo de democracia está representado pelo comunismo. Badia e Clua avaliam que Lippmann defende uma versão “alternativa” para as teorias democráticas da época, em sua proposta de uma democracia construída sobre bases científicas.

Também naquela época, em 1920, Rui Barbosa escreve a conferência “A Imprensa e o Dever da Verdade”, em que destaca a função da **vigilância** que cabe à imprensa na sociedade. Ele diz que a imprensa é a “vista da nação”. Segundo Silva (2010, p. 11), apesar de todas as deformações que encontra nas práticas jornalísticas na época, “o grande jornalista que foi Rui Barbosa não deixa de acreditar firmemente na capacidade da imprensa de atuar como ‘os olhos da sociedade’”.

Por ela [imprensa] é que a Nação acompanha o que lhe passa perto e ao longe, enxerga o que lhe malfazem, devassa o que lhe ocultam e tramam, colhe o que lhe sonegam, ou roubam, percebe onde lhe alvejam, ou nodoam, mede o que lhe cerceiam, ou destroem, vela pelo que lhe interessa, e se cautela do que a ameaça. [...]. Já lhe não era pouco ser o órgão visual da nação. Mas a imprensa, entre os povos livres, não é só o instrumento da vista, não é unicamente o aparelho de ver, a serventia de um só sentido. Participa, nesses organismos coletivos, de quase todas as funções vitais (BARBOSA, 1990, p. 37).

Já antes mesmo, em 1889, em texto no Diário de Notícias, Rui Barbosa aponta sua compreensão da finalidade do jornalismo como a de fiscalização. Pereira (2005), ao estudar Rui Barbosa como um jornalista emblemático na história da imprensa brasileira, diz que ele revelou com nitidez sua crença na imprensa como principal instrumento de ação em defesa da doutrina liberal. “Nesse momento, em que o Partido Político não apresentava, para ele, possibilidades de ação social, a imprensa era a única instituição capaz de realizar o ideal de liberdade. Dizia que cabia a ela o papel de **fiscalizar o governo em nome do povo**” (PEREIRA, 2005, p. 103, grifos meus).

Essa ideia está associada à defesa que Rui Barbosa fazia do jornal como instrumento de **educação do espírito** ou de educação nacional, “encarando a imprensa como uma escola, um magistério, uma cultura quotidiana do espírito público. Ministrada sob o voto de **professar a verdade**, insinuar o belo, advogar o bem” (PEREIRA, 2005, p. 104, grifos meus). A verdade, aliás, sempre foi central na compreensão de Rui Barbosa sobre a finalidade do jornalismo.

A verdade, assim como a liberdade, são princípios presentes em toda a produção jornalística de Rui Barbosa. A verdade é o elo que, sustentado pelas pessoas de cetro, vai dar sustentação à liberdade. Rui acreditava que, se o jornalista não mentisse, automaticamente o jornal cumpriria o dever de dizer a verdade. A defesa da verdade como primado da imprensa foi a contribuição maior de Rui Barbosa ao ideal de liberdade de imprensa que ainda ecoa nos dias atuais. Para ele, é do jornalista o dever da verdade (PEREIRA, 2005, p. 104).

Mais tarde, em 1922, Ferdinand Tönnies formula que os periódicos – especialmente os jornais – têm a função de **fazer com que as pessoas sejam ouvidas, entendidas e respeitadas** através da opinião pública. Esse teórico entende que o jornal é merecidamente chamado de “o” órgão da opinião pública, apesar de ponderar ser errado descrever a imprensa como sendo idêntica à opinião pública ou sugerir que o jornal “faz” a opinião pública (TÖNNIES, 2006, p. 100).

George Herbert Mead, em 1926, entende que a principal função de um jornal é **criar para os leitores experiências de satisfação estética** que os ajudem a interpretar suas próprias vidas e relacioná-las à nação, cidade ou classe a que pertencem¹⁶. Sob este ponto de vista, o jornal age como um **guia para a vida**, não tanto por fornecer os fatos, mas por selecioná-los e enquadrá-los (MEAD *apud* SCHUDSON, 2010, p. 108, grifos meus¹⁷).

Por volta de 1930, Otto Groth publica uma “enciclopédia do jornal alemão”, buscando compreender o jornalismo como uma disciplina independente, um objeto específico a ser desvendado, já que possuía uma dinâmica própria ao ser um meio de informação e de orientação singulares e imprescindíveis para a sociedade. Ele entende que o que é veiculado no jornalismo tem valor por causa das suas finalidades: **informar o ser humano da cultura moderna a respeito do ser e dos acontecimentos, do espírito e das ações no mundo em que ele se encontra**. “A informação pode e deve servir à sociedade, tanto a seus indivíduos quanto a seus conjuntos, com vistas a inúmeras finalidades que conservem e fomentem, incrementem e ampliem a vida” (GROTH, 2006, p. 207).

Em 1930, Herbert Brucker aponta a **função interpretativa** do jornal, que se incrementava na época como resposta à crescente complexidade do mundo, frente à qual os leitores clamavam por mais aprofundamento e mais interpretação (*apud* SCHUDSON, 2010)¹⁸.

Em 1940, Robert Park entende que as notícias e os jornais têm a função de **controle social** e são uma forma de conhecimento que auxilia o indivíduo a interpretar a realidade que o rodeia. Como funções da notícia – o que podemos estender ao jornalismo como campo –, ele cita:

¹⁶ Essa finalidade é bastante próxima da que mais tarde outros autores irão apontar como “ajudar o leitor a entender e a viver sua própria época”, estabelecendo os parâmetros do que é ser contemporâneo.

¹⁷ MEAD, George Herbert. The Nature of Aesthetic Experience. **International Journal of Ethics**, 36, jul/1926.

¹⁸ BRUCKER, Herbert. **The Changing American Newspaper**. New York: Columbia University Press, 1937.

[...] ajuda o indivíduo a **interpretar a realidade**, permite a **participação na discussão política**, joga papel importante nas relações econômicas, graças a ela poder-se-ia conseguir a aceleração dos processos de **melhoria social e extensão da democracia**, promove a realização da utopia liberal, é uma ponte entre as massas democráticas e as elites aristocráticas (BERGER; MAROCCO, 2008, p. 11, grifos meus).

Park salienta, assim, a função da imprensa como **fonte de informação**, que deve **distribuir a verdade** a um maior número de pessoas (CONDE, 2008). Em síntese, “a função da notícia é **orientar o homem e a sociedade num mundo real**” e, se assim consegue, a notícia “tende a preservar a sanidade do indivíduo e a permanência na sociedade” (PARK, 2008b, p. 69, grifos meus). Ele aponta ainda o papel das notícias de nos ajudar a entender o que está acontecendo à nossa volta em relação ao presente: “[...] a notícia desempenha as mesmas funções para o público que a percepção desempenha para o indivíduo; isto é, não apenas informa, mas orienta o público, dando a todos a notícia do que está acontecendo” (PARK, 2008b, p. 60). O teórico destaca, então, que a imprensa tem sido um instrumento na formulação do progresso político e tem desempenhado um papel importante no processo político de várias maneiras e em vários estágios, inclusive ao **mobilizar a comunidade para a ação política**.

Eugênio Bucci e Sidnei Basile (2006) entendem que, com o advento dos meios de comunicação de massa e da indústria cultural a partir dos anos 1930 e 1940, a finalidade do jornalismo foi ampliada. A missão clássica do jornalismo de “oferecer ao cidadão um relato crítico sobre o mundo, promovendo a **mediação** do debate público” passou a incluir também o dever de “oferecer a esse mesmo cidadão um **relato crítico** sobre os próprios meios de comunicação” (BUCCI; BASILE, 2006, p. 9-10, grifos meus).

2.2 Finalidades do jornalismo: 1950 a 1990

No Brasil, a década de 1950 representou o início da profissionalização do jornalista, e na década de 1960 houve o longo apostolado dos cursos, congressos e seminários que implantaram a formação do comunicador (MEDINA, 1982). Nesse período, a autora destaca o papel social imputado ao jornalismo, exemplificando que em 1956 se dizia, a partir de uma definição da UNESCO, que “o bem-estar dos povos

depende de suas decisões livre e judiciosamente adotadas” (MEDINA, 1982, p. 37), papel que o jornalismo ajudaria a realizar.

Antes, em 1949, Carlos Lacerda fala sobre a missão da imprensa e entende que a função do jornalista é “**apresentar um quadro da realidade sobre a qual os homens possam atuar**” (p. 37, grifos meus). Para fornecer notícias e opiniões ao público em geral, o jornalista deve trabalhar com a combinação entre atualidade e permanência, entendendo que precisa considerar os fatos cotidianos, mas sem perder a perspectiva da relativa desimportância de tais fatos em face do tempo. Então Lacerda aponta uma “função universitária” que seria exercida pelo jornal por dois caminhos informativos: o da notícia, colocando a pessoa a par do que se passa, e o da opinião, no sentido de fazer com que a pessoa influa naquilo que se está passando (LACERDA, 1949).

É dessa época a teoria da responsabilidade social, resgatada por Michael Kunczik (1997) para pensar as “funções da comunicação de massa”. Essa teoria é mantida pela ideia de uma imprensa livre cujos atos são socialmente responsáveis porque dependem de certas obrigações para com a sociedade. Nessa teoria, foram postuladas seis funções para os meios de comunicação:

1. **servir ao sistema político**, fazendo com que, em geral, a informação e a consideração dos assuntos públicos sejam acessíveis;
2. **informar ao público** para que este possa adotar uma ação autodeterminada;
3. proteger os direitos do indivíduo como **vigilante do governo**;
4. **servir ao sistema econômico** – por exemplo, unindo compradores e vendedores através da publicidade;
5. **proporcionar entretenimento** (que significa somente “bom” entretenimento, seja ele qual for);
6. **preservar sua autonomia financeira**, para não vir a depender de interesses e influências especiais (SIEBERT *et al apud* KUNCZIC, 1997, p. 76, grifos meus)¹⁹.

Em 1950, David Manning White reconhece o papel dos jornalistas – quando posicionados na função que o autor designa como *gatekeeping* – de **julgar a importância das estórias** para publicá-las ou rejeitá-las (WHITE, 1999).

No Brasil, Danton Jobim – o principal responsável pela reforma ocorrida na imprensa na década de 1950, comandando sua equipe do Diário Carioca – indica para o jornal a função de guia por **auxiliar na reconstituição do tempo vivido** (JOBIM, 1957). Ele entende que o jornal é um instrumento imprescindível para quem queira investigar e interpretar determinada época. Sobre o imaginário popular acerca da função do jornal,

¹⁹ SIEBERT, F.; PETERSON, T.; SCHRAMM, W. **Four Theories of the Press**. Urbana, Illinois, 1956.

Jobim diz que o povo acredita que “o jornal tem um destino heroico a cumprir” e que a imprensa tem a função de **defesa do cidadão** (AVANZA, 2007, p. 83, grifos meus). A propósito, Avanza (2007) destaca o entendimento de Jobim de que a imprensa era **fundamental na busca por um ideal democrático**, já que imprensa e liberdade nasceram juntas.

Um pouco mais tarde, Fraser Bond, em 1954, estabelece que, além de **informar** – função básica do jornalismo desde o princípio –, a imprensa desenvolveu com o passar dos anos também as funções de **interpretar, servir e divertir**. Em relação à segunda função, Bond destaca que o jornal é publicado para servir: a) a comunidade, mantendo um **olho crítico no governo e nos serviços públicos**; b) o leitor, através de informações sobre saúde, educação e problemas do lar e da família; c) o anunciante, trazendo vendedor e comprador juntos em suas colunas de anúncio (BOND, 1959).

Sobre a diversão, Bond (1959) entende que o jornal da época trazia um saudável entretenimento para agradar e divertir o leitor: histórias engraçadas, desenhos humorísticos, competições, adivinhações, piadas, seções de passatempo, visando proporcionar recreação e alegria. Além dessas “quatro razões de ser fundamentais” – informar, interpretar, servir e divertir –, o teórico entende que o jornalismo realiza outras funções importantes, como a **circulação de anúncios** e a **difusão de um grande volume de informações e comentários**.

Além disso, Bond classifica o jornal como uma “fonte de valor real, não somente como material para futuros historiadores, mas como um prontuário vivo da natureza humana, no presente. Leva-nos por toda parte. Conta-nos tudo” (1959, p. 112). O jornal, assim, deve transmitir informação para **ajudar as pessoas a viver a vida de sua comunidade**, nela integrar-se, interpretar suas tendências e, então, se usado inteligentemente, o jornal pode ser uma **fonte de conhecimentos**. A obrigação do jornalismo, para Bond, é cumprir com seus deveres para com a sociedade: independência (atuar em bases econômicas próprias para poder servir o público que apoia a imprensa); imparcialidade (evitar erros, tendenciosidade, preconceitos e sensacionalismo); exatidão (**difundir a verdade** e objetivar os fatos); honestidade (nas notícias e nos anúncios); responsabilidade (manter-se livre da influência de qualquer interesse) e decência (na linguagem e na maneira de obter as notícias). Em meio a esse quadro de obrigações, uma das funções do jornalismo seria contribuir com o sistema democrático:

A glória da **democracia**, como muitos jornalistas têm salientado, está no fato de ser ela **uma forma de governo que garante a continuidade dos direitos das minorias que não estão no poder**. O jornalismo honesto é exatamente o **meio de expressão dessas minorias** porque não está sob o controle do governo (BOND, 1959, p. 4, grifos meus).

No fim de 1963, no 10º Congresso Nacional de Jornalistas ocorrido em Brasília, os profissionais brasileiros elaboram uma declaração de princípios para encaminhar ao então presidente João Goulart, reafirmando a importância do respeito às liberdades democráticas. Durante aquele evento, o representante do presidente da República lê carta de João Goulart endereçada à imprensa brasileira em que o político trata sobre o papel da imprensa de **“orientar, esclarecer e informar a opinião pública”** e também diz entender que a responsabilidade dos jornalistas aumenta no mundo atribulado vivido naquele momento (MEDINA, 1982, p. 57, grifos meus)²⁰.

Em 1969, Luiz Amaral indica as quatro principais finalidades do jornalismo: **política, econômica, educativa e de entretenimento**²¹. O autor faz a ressalva de que essas funções são consideradas em se tratando de países capitalistas, pois nos países socialistas a principal função seria a educativa. A finalidade política é entendida como a atuação dos meios de informação como instrumentos de direção dos negócios públicos, e como órgãos de expressão e controle da opinião pública – ação que seria comum às nações democráticas. A função econômica se refere à contribuição do jornalismo para o desenvolvimento da indústria e do comércio, como para melhorar as relações sociais, de modo geral. A finalidade educativa do jornalismo, que seria a de maior prestígio na época, está relacionada à atuação do jornalismo como o que fornece uma “imagem real do mundo”, tendo preocupação com a verdade. Amaral descreve a função de entretenimento dizendo que os meios de informação devem exercer esse papel, a fim de evitar “os desequilíbrios e as neuroses” e **“dar ao homem um pouco mais de felicidade”** (AMARAL, 1969, p. 21, grifos meus).

²⁰ Segundo Medina (1982), o decreto que regulamentava a profissão de jornalista (que já havia sido assinado pelo ministro do Trabalho em 1962) foi sacramentado pelo presidente em 13 de dezembro de 1963, em meio aos problemas e à ebulição social que João Goulart enfrentava às vésperas do golpe que o tirou da Presidência da República. No entanto, com a fase de ditadura militar que inicia em 1964, essa regulamentação não foi implantada nem considerada porque pertencia à legislação anterior aos atos de exceção. Neste contexto, Medina diz que a questão da regulamentação profissional é esquecida por mais de seis anos e a ideia de firmar o jornalista como profissional consciente de desempenhar um papel social estava ameaçada pela repressão e pela censura aos meios de comunicação.

²¹ Para Genro Filho (1987, p. 45), essa concepção das funções do jornalismo, assim como a de Fraser Bond, mostra que, para estes autores, caberia “ao jornalismo uma tarefa orgânica, quer dizer, solidária com o modo de produção capitalista e suas instituições políticas e econômicas”.

Num capítulo intitulado “A função da imprensa”, Philippe Gaillard (1971) define o jornalista como um técnico da informação. Fazendo uma reflexão sobre a evolução social da prática jornalística entre os anos de 1950 e 1970 na Europa, o autor entende que há uma maturação cívica e de instrução por parte dos leitores, os quais em proporção crescente esperam do jornal informações sérias e completas em todos os domínios do interesse humano. Assim ele analisa que o papel dos jornais se transforma porque eles passam a comunicar menos ideias, advindas de editorialistas, e a comunicar mais fatos, descritos pelos informadores.

Moralmente, o jornalista fez já uma profunda reconversão. Salvo na imprensa mais comprometida, ele deixou de se preocupar com a opinião para dar resposta às necessidades (conscientes ou não) do seu público. Esforça-se por **dar a esse público as informações que lhe interessam e as explicações que lhe podem ser úteis** e também por o ajudar a continuar a sua educação, sem se esquecer de o **distrair**. Um ideal mais modesto e mais exigente veio não substituir a liberdade de expressão, mas juntar-se-lhe: o de uma informação completa e exacta (GAILLARD, 1971, p. 10, grifos meus).

Em 1973, Stuart Hall, Chas Critcher, Tony Jefferson, John Clarke e Brian Roberts, no texto clássico “A produção social das notícias: O *mugging* nos *media*”, abordam o papel da mídia no processo de formação ativa da opinião pública. Os autores entendem que os veículos desempenham um papel de “ligação e mediação”.

Em sociedades onde o grosso da população não tem acesso directo nem poder sobre as decisões centrais que afectam as suas vidas, onde a política oficial e opinião estão concentradas e a opinião popular está dispersa, os *media* desempenham um **papel de ligação e de mediação crítica na formação da opinião pública** e na orquestração dessa opinião com as acções e perspectivas dos poderosos (HALL *et al*, 1999, p. 234, grifos meus).

Em 1974, Harvey Molotch e Marylin Lester entendem que o trabalho dos jornalistas – assim como de historiadores, sociólogos e analistas políticos – oferece aos cidadãos um leque de ocorrências a partir das quais se elabora um sentido de **tempo público** (MOLOTCH; LESTER, 1999). Além disso, os autores pontuam o papel que o jornalismo cumpre **na democracia**: eles entendem que o grau de autonomia do campo jornalístico é um fator que distingue as ditaduras das democracias (MOLOTCH; LESTER, 1999).

Na mesma época, na primeira edição do livro “O papel do jornal e a profissão de jornalista”, Alberto Dines afirma, no Brasil, que o jornal é a **memória da sociedade** e que cada veículo, se devidamente compreendido seu papel dentro do conjunto de

sistemas de comunicação, tem uma função e uma finalidade. O autor ressalta que o papel do jornal é ser necessário: sua missão é perceber oportunidades para tornar-se imprescindível. Ao **registrar e analisar (interpretar) o cotidiano**, a imprensa se torna útil à sociedade democrática. Dines destaca ainda a importância da **investigação** para serem encontradas situações cruciais e condições apuradas, relativas aos fatos. Assim, ele define que “o papel do jornal(ismo) é a busca de circunstâncias” (2009, p. 30).

O leitor de hoje [1974] não quer apenas saber o que acontece à sua volta, mas assegurar-se da sua situação dentro dos acontecimentos. Isso só se consegue com o engrandecimento da informação a tal ponto que ela contenha os seguintes elementos: a dimensão comparada, a remissão ao passado, a interligação com outros fatos, a incorporação do fato a uma tendência e a sua projeção para o futuro (DINES, 2009, p. 108).

Dines destaca, então, que o jornalista deve ter **compromisso com a verdade**, comprometimento com a causa pública, detecção permanente e devidamente antecipada de gostos, tendências e motivações coletivas. Segundo ele, “o que faz a verdadeira prosperidade é o nível de informação que circula num país, os padrões de comunicação que ali imperam” (DINES, 2009, p. 144).

Mais tarde, ao final da década de 1970, em 1978, Michael Schudson aborda o compromisso do jornalismo de **tratar a verdade**. Schudson entende que isso deve ser feito de forma que os jornalistas, como outros investigadores, aprendam “a confiar em si mesmos e em seus pares e no mundo, o suficiente para assimilar tudo, enquanto desconfiam de si mesmos, dos outros e das aparências do mundo o suficiente para que não sejam engolidos por tudo” (SCHUDSON, 2010, p. 226). O autor faz essa ressalva ao entender que as convicções cotidianas dos jornalistas refletem e se tornam as convicções da sociedade.

Em texto de 1982, Schudson declara que o jornalista tem o direito e a obrigação de **mediar e simplificar, cristalizar e identificar os elementos políticos no acontecimento noticioso**. É possível entender que o autor esteja tratando que a contextualização é necessária, quando diz que: “Presume-se que o jornalista deva colocar o acontecimento num enquadramento temporal mais vasto do que aquele que é imediatamente aparente para os não iniciados” (SCHUDSON, 1999, p. 285). Schudson avalia que, a partir de 1930, as “estórias” retratadas pelo jornalismo mostravam uma

nova realidade, em que o jornalista não era apenas o retransmissor de documentos e mensagens, mas sim se tornava **intérprete das notícias**²².

No fim dos anos 1970, Cremilda Medina entende que estão em atraso a profissão de jornalista e a conceituação clara de seu papel social. Já a década de 1980, por sua vez, se situa como uma transição para uma era de horizontes mais largos quanto ao acesso da informação nas sociedades latino-americanas (MEDINA, 1982)²³.

Em 1976, Luiz Beltrão, primeiro Doutor em Comunicação do Brasil, define que **informação e orientação** são as finalidades primordiais do jornalismo. Para tanto, a atualidade, objeto da atividade jornalística, tem de ser interpretada à luz do interesse coletivo. **O jornalista deve selecionar criticamente as ocorrências** e ideias para proporcionar ao público o que é realmente significativo. O jornalismo deve cumprir esse papel por ser uma “atividade social por excelência” (BELTRÃO, 1980a, p. 13), que não se dirige a um indivíduo ou grupo determinado, mas a toda a sociedade, e que vem historicamente atendendo a função de difundir informações a coletividades cada vez maiores, dedicadas a múltiplos afazeres. Por causa de sua difusão coletiva, o jornalismo teria, ainda, conforme Beltrão, a função de **instrumento público**.

Já que o jornalismo deve ter como objetivo **difundir conhecimentos e orientar a opinião pública para a promoção do bem comum**, Beltrão destaca a importância vital do jornalismo para a sobrevivência e o aperfeiçoamento do homem e da sociedade, pois sem o conhecimento da atualidade, sequer por um dia, mesmo por horas, a vida social mergulharia no caos. “Em lugar da informação jornalística real e objetiva, orientadora e educacional, [teríamos] a ficção do boato, a desorientação dos espíritos, o pânico do desconhecido, o mergulho do precipício e no vazio da incerteza” (BELTRÃO, 1980a, p. 14). Essa vertente educativa é trazida pelo autor como uma função jornalística quando o jornalista fornece os dados objetivos que aclaram a opinião pública, permitindo à comunidade agir com discernimento na busca do progresso, da paz e da ordem justa. A missão de, ao informar, também **formar** é ressaltada pelo autor: “o

²² Em 2008, Schudson define sete funções do jornalismo, o que será apresentado na sequência deste capítulo.

²³ A partir de entrevistas com jornalistas, Abreu afirma que o jornalismo é apontado como uma profissão que correspondia aos anseios de uma intervenção social e de uma participação política. Ela considera que a natureza do papel que era atribuído à imprensa e ao jornalismo nos anos 1970 pode ser vista como um elemento fundamental na explicação da escolha da profissão. “A imprensa era, para muitos jovens, um caminho para divulgar suas posições ideológicas, uma forma de exercer um engajamento político” (ABREU, 2006, p. 10).

processo de informar é um processo formador; portanto, o jornalista, em última análise, é um educador” (BELTRÃO, 1980a, p. 135).

Ao jornalista, pois, cabe a função de pregoeiro da opinião (própria ou de indivíduos e grupos sociais), a fim de que ela não fique restrita “ao mundo privado das vivências de cada um, mas ingresse o mundo de todos... fique em disponibilidade... seja, em suma, uma *instância* à qual se possa recorrer”, condição de suma importância para a **orientação do homem e da sociedade** nos nossos tempos (BELTRÃO, 1980b, p. 19, grifos do autor).

Em 1979, Elihu Katz compreende que o acontecimento jornalístico na televisão – o que podemos ampliar para o jornalismo – tem o papel de **fornecer cultura, enquadrar uma experiência no tempo e manter a sociedade unida** (KATZ, 1999). “A transmissão em directo de um acontecimento [...] cria um sentido de ocasião. As pessoas sentem-se não só a si próprias mas também o outro, bem como a união da sociedade, da nação e do mundo. Identificam-se com os heróis, e comemoram os seus feitos” (KATZ, 1999, p. 59).

Em 1980, Cremilda Medina defende que o papel do jornalista pode ser analisado de muitos ângulos – do ponto de vista sociológico, político, econômico ou da psicologia social –, mas diz lutar para que seja considerado o ponto de vista dos que se construíram dentro do próprio fenômeno comunicacional, através de uma práxis e de uma reflexão. Num contexto de escolarização do jornalista e de busca por *status* profissional da década de 1980²⁴, ela aponta que impor o jornalismo no quadro social e comprovar a dignidade do trabalho de comunicação acabam sendo lutas dos profissionais para afirmar o papel social do jornalismo, num imperativo de que ter uma função é também ser útil à sociedade (MEDINA, 1980; 1982).

Para a autora, o jornalista é um líder social, que tem como função “**estabelecer pontes na realidade dividida, estratificada** em grupos de interesse, classes sociais, extratos [sic] culturais e faixas até mesmo etárias” (MEDINA, 1982, p. 22, grifos meus). Ela diz que esse papel social está delimitado pela impossibilidade de qualquer forma de

²⁴ A fala de Medina é reflexo do contexto histórico da década de 1980, que ela apresenta como crítico para debater a importância da profissionalização do jornalista na América Latina, pela própria crise da universidade e pelo obstáculo de haver uma corrente que contesta a formação escolar do comunicador. Ela diz ser difícil de abrir esse caminho em meio aos valores acadêmicos vigentes na década de 1980, em que a complementaridade das chamadas ciências sociais é uma meta que na prática torna-se uma utopia e num contexto em que ela diz ser frequente o desprezo pelos que se “aventuram” no pioneirismo da análise da comunicação, “especialmente se o pesquisador (ou teórico) não for egresso de outra área prestigiada como sociologia, direito, política, ou economia” (MEDINA, 1980, p. 17).

perfeccionismo científico: um produto jornalístico nunca poderá ser analisado através de parâmetros rigorosos da ciência porque a atividade é maleável, por contingência do próprio fenômeno. Medina (1982, p. 285) entende ainda que o jornalista precisa se conscientizar de seu papel social de “**delegado da comunidade**” para processar com eficiência, rapidez e agilidade as informações subjacentes e cristalizadas.

Em 1984, Daniel Hallin e Paolo Mancini avaliam que o jornalismo é a principal instituição da esfera pública estadunidense por ser a que, fora do próprio Estado, desempenha a função de **proporcionar interpretação política e crítica**: “Na ausência de outras instituições, cai sobre o jornalismo o papel de dar significado e estrutura aos acontecimentos da vida pública” (HALLIN; MANCINI, 1999, p. 320).

Ciro Marcondes Filho, em 1986, diz que pensar o significado do jornalismo, por que se discute a imprensa e qual a importância de se fazerem notícias são questões que fazem parte da preocupação fundamental de estudiosos, pesquisadores e profissionais do setor da informação sobre o papel que a atividade jornalística desempenha na sociedade. O autor pensa que os jornais têm a finalidade de **formar opinião no que se refere à produção de comportamentos e posicionamentos políticos**. Para ele, esse seria um dos “melhores artífices” do jornal, já que “a ideologia constrói-se todos os dias e, embora se observe uma capacidade pequena de que os meios alterem opiniões consonantes com o *status quo*, não se pode negar que eles tenham um papel importante na formação de opinião” (MARCONDES FILHO, 1986, p. 22).

Ainda em 1986, Mário Erbolato retrata uma importante diferença entre o jornalismo daquela época e o feito 50 anos antes. “Eu costumo dizer que hoje temos excesso de notícias. O aparelho de telex funciona dia e noite e o teletipo joga nas redações aquilo que nós não tínhamos. Hoje a maior dificuldade está não em obter notícias, mas sim em saber **selecionar quais delas merecem ser publicadas**” (MARCOLINO, 2005, p. 125).

No fim da década de 1980, Adelmo Genro Filho (1987) entende o jornalismo como uma forma social de conhecimento²⁵ centrada no “singular”²⁶. O singular é a

²⁵ Genro Filho (1987) faz a ressalva de que o conceito de conhecimento não deve ser entendido na acepção – que ele considera “vulgar” – do positivismo, mas sim como momento da práxis, como dimensão simbólica da apropriação social do homem sobre a realidade.

²⁶ Teixeira (2007) destaca que a inovação na teoria proposta por Genro Filho é a junção das categorias “forma de conhecimento” – já alicerçada por Park – e “singularidade” – cuja importância já havia sido apontada por Peucer – para compreender e definir o jornalismo como uma forma de conhecimento cristalizada no singular. Vale lembrar a importância, para Genro Filho, da particularidade, quando o

matéria-prima do jornalismo, a *forma* pela qual se cristalizam as informações que ele produz. A categoria do singular coexiste nos fatos jornalísticos com outras duas dimensões da realidade, mantidas como horizonte de *conteúdo* e delineadas ou insinuadas pela subjetividade do jornalista: o particular e o universal. Enquanto a singularidade é a força do jornalismo, mas se colocada de forma extrema, pressupõe e reforça as categorias do senso comum, o conteúdo universalizador do jornalismo contribui para o projeto de conhecimento e liberdade humanos ao dar conta de organizar os fundamentos históricos e contextuais de um fenômeno (GENRO FILHO, 1987). Para Genro Filho, o jornalismo deve, então, **contextualizar as informações** para que possa **construir conhecimento** acerca de aspectos da realidade.

Em 1988, na esteira do que dizia Beltrão sobre o exercício de uma função educativa, Michael Kunczik destaca o papel do jornalista como “professor e guia”. O autor traz ainda o papel do jornalista como **mediador**, já que se atribui aos meios de comunicação a função de facilitar a comunicação entre todos os grupos que participam na formação da vontade política, criando assim a opinião pública dirigida (KUNCZIK, 1997).

Também, em 1988, Nelson Traquina diz que o “objetivo declarado” de qualquer órgão de informação é o de “fornecer relatos dos acontecimentos julgados significativos e interessantes” (TRAQUINA, 1999, p. 167). Traquina (1999) entende haver um mito em torno da profissão de jornalista e a imagem central dessa mitologia é a noção do “comunicador desinteressado”, na qual o papel do jornalista é definido como o do observador neutro, desligado dos acontecimentos e cauteloso em não emitir opiniões pessoais.

Adriano Duarte Rodrigues, em 1988, entende que a mídia – ressalto novamente que penso especificamente no jornalismo – desempenha várias funções, mas todas elas têm seu objetivo e sua expressão final no discurso. Ao dizer que o acontecimento jornalístico é aquilo que “irrompe na superfície lisa da história”, o autor aponta também que seu discurso surge para **organizar a experiência do aleatório** e lhe **conferir racionalidade**, já que cria formas de regulação dos acontecimentos imprevisíveis (RODRIGUES, 1999). Além da função de **mediação**, o pesquisador aponta, em outro texto, que o discurso midiático cumpre uma função “especular”, ou seja, de **refletir**

como num espelho a diversidade das funções pedagógicas, simbólicas, mobilizadoras e reparadoras das restantes instituições (RODRIGUES, 2012).

2.3 Finalidades do jornalismo: a partir de 1990

Desde o início do século XX, um conjunto de transformações afeta as organizações midiáticas e motiva reflexões acerca do contexto atual. As ponderações sobre as finalidades do jornalismo sofrem incidências desse contexto, especialmente por causa das mudanças que as tecnologias trazem à rotina e à identidade do campo e dos profissionais que nele atuam. Considero, por um lado, que o jornalismo sempre sofreu a incidência da tecnologia e, então, não estou pensando nas reflexões atuais em termos de “ruptura”²⁷ com formatos e valores anteriores. Por outro lado, é possível perceber a singularidade deste contexto na teorização sobre as finalidades do jornalismo, já que “o tempo presente, construção social que fundamenta o jornalismo, torna-se balizado por novas estruturas e práticas” (FRANCISCATO, 2005, p. 24).

Em 1991, Lorenzo Gomis afirma que a função do jornalismo é **formar um presente social de referência** e, então, o jornalismo interpreta a realidade social para que as pessoas possam entendê-la, adaptar-se a ela e modificá-la. O autor avalia que os meios mediam o passado e o futuro convertendo todos os tempos em presente e convidam o público a atuar sobre esse tempo difuso (GOMIS, 1991). O autor pontua ainda que as notícias formam a imagem da realidade que o público utiliza para se manter informado: “Os meios atuam como mediadores generalizados. Esta é a sua função social” (GOMIS, 1991, p. 175, tradução minha)²⁸.

Em 1993, num capítulo chamado “Para que serve o jornalismo”, Mar de Fontcuberta considera que são muitas as finalidades que se atribuem ao jornalismo, tantas que se poderia escrever uma biblioteca com a compilação de todas elas. Mas que, sem dúvida, as tradicionais seriam três: **informar** (refletir a realidade), **formar**

²⁷ A recusa ao termo “ruptura” leva em conta o entendimento de Palacios (2004), para quem o movimento de constituição de novos formatos midiáticos, em função das novas tecnologias, não ocorre como um processo evolucionário linear e de superação de suportes anteriores por suportes novos, mas sim como uma articulação complexa e dinâmica de diversos formatos jornalísticos, “em convivência” e complementação. Assim, formatos e valores podem ser continuidade e potencialização – e não necessariamente ruptura – do jornalismo praticado em suportes anteriores.

²⁸ “Los médios actúan de este modo como mediadores generalizados. Esta es su función social”.

(interpretar a realidade) e **entreter** (ocupar o ócio). Ela diz que, em qualquer caso, o fundamental é fazer a **mediação entre as diversas instâncias de uma sociedade e seus diversos públicos**. Fontcuberta avalia também que os meios de comunicação ensinam como devemos nos comportar em uma determinada sociedade. A autora considera que, além dessas três finalidades “clássicas” do jornalismo, é necessário adicionar na atualidade [1993] uma quarta: **tematizar**, entendida como o processo pelo qual os meios selecionam um tema e o colocam em conhecimento da opinião pública²⁹. Trata-se, pois, do mecanismo de **formação da opinião pública**:

Os meios de comunicação se converteram nos principais impulsores da circulação de conhecimentos. O cidadão da civilização atual convive com eles e os tem como **ponto fundamental de referência**. As pessoas falam do que falam a televisão, o rádio e a imprensa, e ignoram os acontecimentos que ocorreram mais além dos arredores, que não mereceram a qualificação de interesse jornalístico (FONTCUBERTA, 1993, p. 35, tradução minha, grifos meus).³⁰

A pesquisadora entende, então, que a informação é uma condição básica para uma sociedade livre porque uma pessoa desinformada é incapaz de tomar as decisões adequadas nos diferentes âmbitos da vida. Mas essa informação deve ser **qualitativa e não quantitativa**.

A grande quantidade de notícias de todo tipo, sem nenhum filtro, supõe uma desinformação, porque não se pode digerir. O excesso de informação acaba por criar no público um efeito narcotizador, um desinteresse, que acaba por incapacitar qualquer operação de análise ou aproximação da realidade. A atenção do público só pode se fixar em um número limitado de temas e somente sobre esses temas manifestará suas opiniões e, em consequência, dará lugar à chamada opinião pública (FONTCUBERTA, 1993, p. 36, tradução minha)³¹.

²⁹ Nessa discussão, Fontcuberta (1993) problematiza que, além das finalidades sociais de informar, formar, entreter e tematizar, os meios perseguem um objetivo comercial: ganhar dinheiro. A autora entende que a priorização cada vez maior dos aspectos comerciais implica um progressivo abandono das funções sociais de informar e formar e que, a partir daí, se potencializa a função de entreter a qualquer preço, o que em muitos casos acarreta a perda da responsabilidade social atribuída ao jornalismo.

³⁰ “Los médios de comunicación se han convertido en los principales impulsores de la circulación de conocimientos. El ciudadano de la civilización actual convive con ellos y los tiene como punto fundamental de referencia. La gente habla de lo que hablan la televisión, la radio y la prensa, e ignora los acontecimientos, sucedidos más allá de un entorno próximo, que no han merecido la calificación de noticiables.”

³¹ “El aluvión de noticias de todo tipo, sin ninguna clase de filtro, supone una desinformación porque no puede digerirse. El exceso de información acaba por crear en el público un efecto narcotizador, un desinterés, que acaba por incapacitar cualquier operación de análisis o aproximación a la realidad. La atención del público solo puede fijarse en un número limitado de temas y solo acerca de estos temas manifestará sus opiniones y, em consecuencia, dará lugar a la denominada opinión pública.”

A data é 1993, mas a autora aponta uma discussão que nos serve bastante para pensar o jornalismo atualmente, mais de vinte anos depois. Fontcuberta analisa que as novas tecnologias possibilitam o aumento da informação, mas não forçosamente de forma qualitativa: mais informação não significa necessariamente melhor informação. A autora reforça que as táticas empregadas para incrementar as audiências não podem implicar uma perda das responsabilidades que o jornalismo tem na sociedade.

Apesar de todas as pressões (que há) e de todas as rotinas (que existem), a **função fundamental dos profissionais segue sendo a de informar, interpretar e analisar o que ocorre, não a de vender informação como se de sapatos se tratasse**. Se os meios desempenham um papel básico no estabelecimento de uma consciência comum, esse papel não deve se confundir com estratégias comerciais para captar o público a qualquer preço (FONTCUBERTA, 1993, p. 147-148, tradução minha, grifos meus)³².

Também em 1993, Isabel Travancas aponta que o jornalista tem uma função importante em termos de **construção da cidadania**, pois ele é responsável pela transmissão de informações, e a ideia de cidadania está subordinada à informação. “Não há cidadão sem conhecimento, é este que torna o indivíduo um cidadão, na medida em que as informações lhe possibilitam escolhas, avaliações e participação na sociedade. Sem isso, sua atuação ficaria restrita ou seria inexistente” (TRAVANCAS, 1993, p. 107). Em outro texto, 17 anos depois, a autora resume que, entre outras, “as finalidades da imprensa são **informar, opinar, prestar serviços, divertir e mediar**” (TRAVANCAS, 2010, p. 99, grifos meus). Travancas acrescenta ainda que, ao analisar a rotina de jornalistas, percebe que essas finalidades variam de importância conforme os veículos.

Edvaldo Pereira Lima, em 1993, afirma que as finalidades **informar e orientar** são o que delimita o jornalismo e o diferencia de outras atividades. “O alimento dessa função é a ocorrência social, sobre a qual se debruça o jornalismo para, a partir daí, manter a sua audiência a par dos acontecimentos, possibilitando-lhe **orientar-se diante da avalanche de ocorrências relevantes na sociedade moderna**” (LIMA, 1993, p. 92).

Em 1994, Daniel Cornu entende que o jornalista cumpre uma função política como representante do quarto poder e um papel fundamental de **organizar o debate político**. A missão intrínseca da imprensa seria, para o autor, o dever de **informar o**

³² “A pesar de todas las presiones (que las hay) y de todas las rutinas (que existen), la función fundamental de los profesionales sigue siendo la de informar, interpretar y analizar lo que ocurre, no la de vender información como si de zapatos se tratase. Si los medios desempeñan un papel básico en el establecimiento de una conciencia común, ese papel no debe confundirse con estrategias comerciales dedicadas a captar público a cualquier precio.”

público, tanto sobre os fatos como sobre as correntes de ideias, com uma função política de **criar uma opinião pública cuja expressão seja organizada pela democracia**. Ou seja, a missão geral da imprensa é informar o cidadão para que este seja capaz de formar sua própria opinião. Sendo um “observador do notável”, a principal função do jornalista é de “dizador de verdade” e deve, assim, **procurar, verificar, confirmar, destacar o sentido e contar os fatos dignos de serem conhecidos**, apoiado num trabalho de verificação (CORNU, 1994).

Davis Merritt, em 1995, afirma que a relação entre jornalismo e democracia é simbiótica e que o jornalismo tem obrigação de **divulgar informações relevantes que contribuam com a vida pública**. O autor aponta que, quando o jornalismo ignora essa sua obrigação, contribui para um “mal-estar” na vida pública. O teórico faz ainda um paralelo interessante: uma informação relevante é requisito para uma vida pública efetiva e é algo que os jornalistas podem providenciar; mas, ao mesmo tempo, se as pessoas não estão interessadas na vida pública, elas não prestam atenção no jornalismo. Nas palavras do autor:

Numa sociedade de indivíduos dispersos e abarrotados com informação descontextualizada, **uma vida pública efetiva precisa de ter uma informação relevante** que é partilhada por todos, e um lugar para discutir as suas implicações. Somente jornalistas livres e independentes podem – mas habitualmente não conseguem – providenciar estas coisas. Do mesmo modo, a vida pública efetiva requer a atenção e o envolvimento de cidadãos conscienciosos, que só eles podem providenciar. Por outro lado, se as pessoas não estão interessadas na vida pública, eles não têm qualquer necessidade dos jornalistas nem do jornalismo (MERRITT *apud* TRAQUINA, 2003, p. 12, grifos meus)³³.

Nas reflexões a respeito do Jornalismo Cívico³⁴, que emergiu no fim dos anos 1980 nos Estados Unidos, surge o apontamento a um papel do jornalismo de ativista na

³³ MERRITT, Davis Jr. **Public Journalism and Public Life: why telling the news is not enough**. Hillsdale. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 1995.

³⁴ O termo “Civic Journalism” foi lançado pelo editor David Merritt após a cobertura da mídia na campanha presidencial estadunidense de 1988. Ele criticou o modo de abordagem dos veículos e começou a sustentar que as coberturas políticas necessitavam proporcionar uma discussão mais séria sobre os temas envolvendo a coletividade (FERNANDES, 2008). Rothberg (2011) aponta que essa definição é comum entre autores que descrevem a trajetória do jornalismo público, mas destaca que há alguns teóricos que contestam a ideia de que a cobertura das eleições de 1988 esteja relacionada ao surgimento do jornalismo público. De qualquer modo, o que interessa nesta pesquisa é o entendimento que traz Rothberg (2011) de que, a partir de então, se intensificaram as preocupações de muitos jornalistas de que aquele tipo de cobertura (sem abranger quais propostas ou temas estavam em discussão na campanha e enfocando apenas em como e por que cada candidato teria mais ou menos chances de ganhar a eleição) contribuiria para afastar os leitores da participação cívica. O jornalismo público deve, segundo Rosen (2003, p. 50), “tentar empenhar os cidadãos na vida cívica, criar ou melhorar a discussão pública, redesenhar o retrato que os jornalistas apresentam por forma a centrarem-se nos cidadãos enquanto actores e gente que

tentativa de ajudar a **melhorar a vida pública** e a melhorar a qualidade de vida na comunidade³⁵. De acordo com o Pew Center for Civic Journalism, órgão de pesquisa do tema nos Estados Unidos, o jornalismo cívico está relacionado a **munir as pessoas com notícias e informações necessárias para que possam atuar como cidadãos** e tomar as decisões que lhes cabem numa sociedade democrática (FOUHY, 1996). Nesse contexto, o papel do jornalismo seria o de **estimular o engajamento público**, especialmente nas eleições (GRIMES, 1999), e **ajudar as pessoas a melhorar a vida em comunidade** (VAUGHN, 2008).

Em 1996, Christa Berger compreende que o discurso jornalístico é **revelador da sociedade contemporânea**, produzido no interior de uma determinada e específica instituição (a empresa jornalística), cuja função consiste em “**textualizar a realidade**” (BERGER, 1996, p. 188, grifos meus). Em 1998, a pesquisadora formula que a credibilidade é o capital do campo do jornalismo e ela será maior conforme mais “expedientes do real” a imprensa apresentar. Ao jornalismo, então, cabe **contar o presente** e seu poder está na sua condição de função **mediadora** de passar o acontecido para seu relato³⁶ (BERGER, 2003, p. 11, grifos meus).

Também em 1996, Rosa Maria Bueno Fischer aborda o papel pedagógico da mídia – específico para pensar o discurso jornalístico – ao **ensinar modos de ser e estar** para a audiência e **orientar ações** para os sujeitos que procuram respostas sobre como ter segurança em um mundo instável (FISCHER, 1996).

Francisco Karam, em 1997, avalia que o papel do jornalismo é **dar acesso imediato ao todo – plural e diverso** – que está sendo produzido no espaço social da humanidade no tempo presente. É nesse contexto que o autor fala de direito social à informação, o qual deve incluir a pluralidade de fontes para expressar a diversidade de significação do mundo (KARAM, 1997).

discute”. Alguns autores optam por outras nomenclaturas, como Jornalismo Público (TRAQUINA, 2003), Jornalismo de Serviço Público ou Jornalismo Comunitário.

³⁵ Traquina (2002) questiona se é realista defender a posição de que a existência ou não de cidadãos conscientes depende do jornalismo e se é realista pensar que, além de **informar o público e denunciar os abusos de poder**, o jornalismo consiga adicionar a responsabilidade do jornalismo público. De qualquer forma, Traquina destaca que o movimento reafirma as responsabilidades sociais do jornalismo numa era mercantilista e que representa “uma importante brecha na busca frenética de notícias, na postura cínica para com a vida política, na dependência excessiva das fontes oficiais, e na desatenção flagrante para com os cidadãos enquanto participantes ativos na vida pública” (2003, p. 16).

³⁶ Esse papel é exercido pelo poder simbólico de consagrar pessoas e instituições (BOURDIEU, 2000). A credibilidade, enquanto capital, está constantemente em disputa entre os veículos e entre estes e os demais campos sociais, bem como é constantemente testada junto aos leitores (BERGER, 1996).

Em 1999, Luis Felipe Miguel, ao conceituar o jornalismo como um sistema perito cuja efetividade repousa na confiança depositada pelo público, trata da centralidade da imprensa nos processos políticos contemporâneos e no ordenamento democrático³⁷. O autor afirma que o jornalismo cumpre a função de **agregar e difundir informação** e observa que, por mais que não possua um controle absoluto sobre a construção da agenda, da realidade e dos valores, o jornalismo possui um papel chave nesse processo (MIGUEL, 1999).

Em seguida, nos anos 2000, reafirmando a relação entre jornalismo e democracia, considerada simbiótica por alguns autores desde os primeiros entendimentos teóricos sobre o campo, Eugênio Bucci diz que, quanto mais democrática uma sociedade, menos basta aos jornalistas oferecerem ao público “apenas” notícias de relevância em primeira mão³⁸.

O efeito político do bom jornalismo é o **fortalecimento da democracia**: está 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. [...] Ele se constrói no diálogo crítico da cidadania [...] (BUCCI, 2000, p. 49, grifos meus).

O autor também pontua que é necessário compartilhar com o público os métodos e processos que envolvem a apuração e a edição das informações que são tornadas públicas. O autor define, assim, como finalidades do jornalismo: **formar, esclarecer, abrir para o público o acesso à informação, à educação e ao conhecimento**, guardando uma distância crítica em relação ao senso comum (BUCCI, 2000).

Elias Machado, também em 2000, afirma que o jornalismo digital, aproveitando-se da descentralização generalizada da produção de conhecimento entre os membros de

³⁷ Em 2000, o autor sugere uma classificação para entender o papel concedido aos meios de comunicação em diferentes teorias democráticas. A proposta define três tipos de concepções de democracia: limitada, republicana e deliberativa. Na **democracia limitada**, o autor engloba as “concepções, liberais hegemônicas, que reduzem a democracia a um método de seleção de governantes e consideram inviável qualquer presença popular mais efetiva na tomada de decisões políticas”. Na **democracia republicana**, Miguel reúne um amplo espectro de autores que “julgam que o crescimento dos cidadãos enquanto seres humanos é uma faceta importante, não negligenciável, da participação política (‘desenvolvimentistas’) ou que enfatizam o caráter cívico desta participação (‘comunitaristas’)”. A **democracia deliberativa** engloba as “concepções que acentuam o aspecto de debate público inseparável do projeto democrático. Do ponto de vista da presente discussão, trata-se do grupo mais significativo; afinal, a ausência da mídia é mais clamorosa no seio de uma corrente de pensamento que destaca a importância primordial da comunicação no campo político” (MIGUEL, 2000, p. 53-54).

³⁸ Mediante a expansão das redes sociais e do acesso à informação, Eugênio Bucci reitera em 2010 que o jornalismo é uma atividade imprescindível por tratar da preservação dos preceitos democráticos. “A função fundamental do jornalismo não é ser um transportador de frases entre aspas. É olhar com inteligência, e uma inteligência independente, o que as pessoas estão dizendo e fazendo e entender esses significados no mundo contemporâneo” (BUCCI, 2010).

uma comunidade, faz com que a função de editor – que considero possível transpor para o entendimento do campo jornalístico como um todo – se estenda cada vez mais a aspectos de uma atividade de **moderação e hierarquização de fatos gerados nos mais distintos pontos da rede** (MACHADO, 2000b).

A partir da definição de jornalismo em rede³⁹, contexto em que as redes transformam o jornalismo e criam novas formas de práticas jornalísticas, Jo Bardoel e Mark Deuze se referem em 2001 ao papel que o jornalismo cumpre numa democracia: **reforçar o ideal de cidadania participativa através da disseminação de informação pública** (BARDOEL; DEUZE, 2001).

Em 2001, Érik Neveu pontua que, nas sociedades democráticas, o jornalista tem a função de **educador**, por **impor certa clareza ao caos dos acontecimentos**. O autor entende que o jornalismo é mais do que um ofício, já que a emergência de uma imprensa livre está historicamente ligada à construção de regimes democráticos (NEVEU, 2003).

Também em 2001, Bill Kovach e Tom Rosenstiel afirmam que a principal finalidade do jornalismo é **fornecer aos cidadãos a informação de que precisam para serem livres e se autogovernarem**. Os autores entendem que, com a ascensão da internet, torna-se ainda mais necessário o papel do jornalismo de **decidir o que as pessoas precisam e querem saber**. Para os autores, o jornalismo contribui com algo único para a cultura democrática: informação independente, fiável, rigorosa e abrangente, necessária para a liberdade dos cidadãos (KOVACH; ROSENSTIEL, 2004).

Kovach e Rosenstiel entendem que, na rede, o jornalista deixou de ser “o” *gatekeeper* para ser “um” *gatekeeper* entre muitos outros e o papel da imprensa, nesta nova era, é trabalhar para responder à pergunta sobre onde está o material de qualidade. “**Verificação e síntese** são o sustentáculo do novo papel de **guardião** do jornalista, ou seja, **ser um ‘explicador’**” (KOVACH; ROSENSTIEL, 2004, p. 49, grifos meus). Os autores destacam ser fundamental esse papel de **verificar as informações, destacar o que é importante saber e filtrar o que não é**, pois atualmente os cidadãos são confrontados com um fluxo de dados cada vez maior e assim têm mais necessidade

³⁹ Dentre as nomenclaturas possíveis para explicar a configuração do jornalismo contemporâneo, opto pela definição de jornalismo em rede, que abarca a compreensão da emergência de um jornalismo caracterizado por um fluxo cada vez mais global de notícias (HEINRICH, 2011). Nesse processo, não são só os profissionais de organizações noticiosas que produzem o conteúdo. O que Heinrich (2011) chama de jornalismo em rede é constituído exatamente pelas conexões interativas entre os vários nós que ocupam atualmente a esfera de troca de informações.

de fontes identificáveis dedicadas à verificação dessas informações (KOVACH; ROSENSTIEL, 2004).

Ainda em 2001, Manuel Chaparro entende que o papel que o jornalismo deveria cumprir – e que teria deixado de cumprir ou estaria cumprindo mal – é **investigar** para, numa perspectiva de interesse público, atribuir “significados e sentidos intelectualmente honestos ao que acontece e é relatado” (CHAPARRO, 2001, p. 41). O autor diz que é preciso uma informação que explique e uma explicação que informe: com investigação se consegue garantir precisão e veracidade às revelações, ser criativo e confiável nas interações (CHAPARRO, 2001).

Em 2002, Nelson Traquina diz que a democracia não pode ser imaginada como um sistema de governo sem liberdade e que o papel central do jornalismo é **informar o público sem censura**. O papel de **vigilante do governo**, recorrentemente intitulado como “*watchdog*” nos estudos, também é trazido pelo autor (TRAQUINA, 2002).

Traquina associa, ainda, o sentido de quarto poder ao pensar o papel do jornalismo. O autor questiona: “qual é finalmente o papel do jornalismo na sociedade – um campo aberto que todos os agentes sociais podem mobilizar para as suas estratégias comunicacionais ou um campo fechado a serviço do *status quo*?” (2002, p. 73). Traquina não tem como objetivo responder a essa questão de forma ampla, mas organiza uma discussão focada no papel do jornalismo na democracia. O pesquisador conclui que, devido ao acesso habitual das fontes oficiais ao campo, o jornalismo acaba servindo para sustentar o poder instituído e o *status quo*, mas que, ao mesmo tempo, não é um campo fechado, ou seja, pode ser mobilizado por movimentos sociais e contestatórios que saibam criar estratégias de comunicação para serem inseridos no discurso jornalístico (TRAQUINA, 2002).

Em 2002, Jorge Pedro Sousa também enfatiza o papel dos meios jornalísticos como agentes de **vigia dos poderes** (*watchdog journalism*) e de **defensores de alguns setores da sociedade** (*advocates*). “As notícias são socialmente relevantes, especialmente nas sociedades democráticas, onde o acesso à informação, mais do que um direito, pode ser entendido como uma necessidade que emana dos próprios fundamentos do sistema” (SOUSA, 2002, p. 198). O autor destaca ainda as funções de **informar, regular e mediar** que o jornalismo possui na sociedade, a fim de permitir que os cidadãos possam agir responsabilmente – no pressuposto de que os cidadãos são

atores responsáveis no sistema social de que fazem parte e sobre o qual devem intervir. Sousa diz que “entreter jornalisticamente” tende a degradar essa função (2002, p. 59).

Sousa afirma que há uma “visão ocidental e democrática” de que o jornalismo existe tanto para “informar, **comunicar utilmente, analisar, explicar, contextualizar, educar, formar**” quanto para “**tornar transparentes os poderes, para vigiar e controlar os poderes** de indivíduos, instituições ou organizações, mesmo que se tratem de poderes legítimos, manifestados no sistema social” (2002, p. 58, grifos meus). Contudo, o autor problematiza que parece ser dominante uma situação inversa a essa, ou seja, que os poderes controlam e influenciam mais os meios jornalísticos do que o contrário.

Também em 2002, Luiz Gonzaga Motta afirma o papel cada vez mais essencial do jornalismo de **interpretar** e, assim, fortalecer a democracia:

A imprensa seria, então, o **instrumento fundamental do jogo democrático** do poder. Isso vale especialmente porque a complexidade das sociedades contemporâneas não permite cada um observar diretamente todos os fatos concernentes, nem dá a todos a capacidade de **interpretá-los coerentemente**, profissionalmente. Esse é o papel da imprensa (MOTTA, 2002, p. 16, grifos meus).

Sylvia Moretzsohn analisa, em 2002, que a proposta da função do jornalismo como mediador, nos termos expostos pela ideia de “quarto poder”⁴⁰, disfarça o caráter ideológico inerente a todo discurso e ignora as condições em que o jornalismo é praticado. Para ela, a mediação existe e diz respeito à forma pela qual apreendemos o mundo, representando práticas que evidentemente não estariam restritas ao jornalismo (MORETZSOHN, 2002). Fazendo essa ressalva, a autora entende que entra em crise o sentido de serviço público que originalmente orientava o jornalismo, mas que é inevitável recuperar a importância do jornalista como mediador, sublinhando o papel decisivo do jornalismo como prática de **mediação discursiva através da qual**

⁴⁰ Em 2006, Medina entende que o jornalismo contemporâneo foi além do Quarto Poder, porque a compreensão de *poder* se tornou mais complexa. “Noções como inclusão e exclusão, qualidade de vida, direitos humanos e da natureza ultrapassam a esfera clássica dos poderes republicanos e da democracia liberal. Ao se considerar mercado e sociedade civil, a estrutura política tradicional não dá conta da produção simbólica coletiva. O profissional que dá significados a tudo isso, ao narrar o que se passa à sua volta, não pode se ater às versões dominantes (direito divino) nem se constituir em tribuno (direito liberal) de determinadas motivações político-econômicas” (MEDINA, 2006, p. 29-30). A pesquisadora entende que a herança dos embates do Quarto Poder não está superada, mas que nem os jornalistas especializados em política (que tendem a colonistas), nem as editorias de política respondem por si aos desafios da vida nacional.

podemos tomar conhecimento do que ocorre no mundo. A autora retoma, em 2007, a importância do papel de mediação do jornalismo:

Deveria ser evidente: o jornalista é aquele profissional autorizado a estar onde o público não pode estar, e por isso tem direito ao acesso a fontes através das quais pode apurar as informações necessárias à sociedade. Este é nada menos que o status conferido pelo velho conceito de “quarto poder”, que, apesar de problemático – pois mascara a defesa de interesses particularistas em nome do interesse geral –, é o que garante ao jornalista o reconhecimento social de seu papel de mediador (MORETZSOHN, 2007, p. 266).

Em 2004, Maxwell McCombs fala da necessidade de que as histórias contadas pelo jornalismo possuam utilidade cívica significativa, tarefa ligada à função que a mídia – específico para o jornalismo – tem de **estabelecer a agenda para a discussão e reflexão pública**. Mesmo com as modificações propiciadas pela internet e a possibilidade de personalização de conteúdo conforme os interesses pessoais, o autor entende que a maioria dos indivíduos não tem o tempo para construir tal produto noticioso a partir das inúmeras fontes disponíveis e que, então, os editores continuarão a **selecionar, resumir e editar** a partir de uma ampla variedade de notícias do dia. Assim, em termos das principais notícias do dia, a agenda acaba sendo relativamente homogênea, o que confirma o entendimento do autor sobre o jornalismo ser responsável pela agenda pública (McCOMBS, 2009).

Cristina Ponte, em 2004, ressalta que o jornalismo ocupa um papel importante na construção e circulação de conhecimentos. A pesquisadora apresenta aspectos da imprensa nas suas formas de **registrar os acontecimentos importantes** do ponto de vista do poder e de **evocar memórias, avisos e conselhos para boas práticas** (PONTE, 2004). A ideia de dar conselhos para boas práticas remete à função do jornalismo de **orientar**⁴¹.

Carlos Eduardo Franciscato, em 2005, afirma que as notícias conduzem para uma tomada de decisões e visam a **produzir uma ação pública**, na medida em que estimulam a interação entre as pessoas, tanto na simultaneidade dos procedimentos de leitura quanto no debate direto dos conteúdos noticiosos (FRANCISCATO, 2005). Assim, o jornalismo cumpre um papel social específico, não executado por outras instituições, de **produzir conteúdos que reforçam formas de a sociedade vivenciar o tempo**

⁴¹ Aconselhar também pressupõe um caráter normatizador do jornalismo que, ao indicar modos de vivenciar o presente, indica parâmetros de estilo e condutas de vida. Ao lançar mão de mapas culturais de significado (HALL et al, 1999) que circulam na sociedade, o jornalismo contribui para referendar normas e práticas, supostos consensos e parâmetros sociais de “normalidade”.

presente (FRANCISCATO, 2005). Ao produzir esses relatos, o jornalismo reforça uma temporalidade social, enquanto produtor de formas específicas de sociabilidade, pois faz uma **reconstrução discursiva do mundo** com base em um sentido de fidelidade entre o relato jornalístico e as ocorrências cotidianas.

Como instituição social, o jornalismo cumpre um papel social específico, não executado por outras instituições. A instituição jornalística conquistou historicamente uma legitimidade social para produzir, para um público amplo, disperso e diferenciado, uma reconstrução discursiva do mundo com base em um sentido de fidelidade entre o relato jornalístico e as ocorrências cotidianas (FRANCISCATO, 2005, p. 167).

Franciscato entende o “presente”, dimensão essencial ao jornalismo, a partir de duas noções: a) o tempo da experiência do sujeito em relação às coisas e ações é prioritariamente presente; b) temos necessidade de desenvolver recursos simbólicos para ordenar a experiência do presente que vivemos. Assim, podemos entender, a partir do autor, tanto a função do jornalismo de **apresentar a atualidade** quanto a de **orientar sobre como viver no mundo**. Além de divulgar o “novo” – no sentido do que eu ainda não sei –, o jornalismo também torna presentes as informações de um intervalo mais ampliado de tempo, que passam a ser atuais no momento em que o jornalismo coloca em debate público e faz a “**revelação pública**” (FRANCISCATO, 2005, p. 159, grifos meus). Para tanto, o autor destaca a importância de **apurar rigorosamente a informação**, tarefa fundamental do jornalismo que não deve ser secundarizada.

Patrick Charaudeau, em 2005, afirma que o jornalista tem por função **transmitir informação** e que essa informação se compõe de um conjunto de acontecimentos ou saberes que aparentemente preexistem ao ato de transmissão, o que faz com que o jornalista se encontre numa posição que consiste em coletar os acontecimentos e os saberes, antes de tratá-los e transmiti-los. O autor determina, assim, dois papéis que considera fundamentais para o jornalista: **fornecer a informação** (o que implica testemunhar, revelar, contextualizar) e **explicar a informação** – o jornalista seria um “descritor-comentador” (CHARAUDEAU, 2007).

Charaudeau problematiza que, em nome da credibilidade, o jornalista se coloca como “simples fornecedor de informação”, “simples mediador entre os acontecimentos do mundo e sua encenação pública”, assumindo-se como uma testemunha objetiva. O autor entende que o jornalista se apresenta também como revelador da informação oculta, assumindo o papel de adversário dos poderes instituídos e de aliado do público,

procedendo a interrogatórios, instruindo questões, aspirando aos papéis de juiz ou de detetive. Ele diz que, na realidade, a instância midiática só pode **revelar pistas**, as quais podem ser retomadas pelo poder judiciário ou político e que isso já seria o bastante para a democracia, com o cuidado de a informação ser completa. Charaudeau completa que em outros momentos o jornalista se apresenta como **intérprete dos acontecimentos**, buscando-lhes as causas e situando-os. Além disso, o jornalista pretende ser didático, aspirando ao papel de **educador da opinião pública** (CHARAUDEAU, 2007).

Em 2007, Sylvia Moretzsohn trata do papel do jornalismo de **contribuir com a democracia**. A autora desenvolve a tese de que o jornalismo tem um papel iluminista, de desvelamento e esclarecimento da complexidade dos fatos, e que assim pode formar conhecimento que permita certa autonomia aos sujeitos no exercício e no fortalecimento da democracia. A tarefa, porém, não é simples, já que exige desafiar tanto as rotinas da produção noticiosa quanto as convicções baseadas no senso comum que costumam nortear as expectativas da audiência: “a perseguição do ideal do iluminismo representa um permanente enfrentamento da lógica imposta por essas rotinas [de produção jornalística] e a busca de um discurso capaz de alterar aquelas expectativas [dos leitores]” (MORETZSOHN, 2007, p. 251-252).

Em 2008, Schudson resume como sete as finalidades do jornalismo, a partir de uma perspectiva de que a notícia pode fortalecer a democracia. A primeira é **fornecer informação**, permitindo que os cidadãos construam a opinião dotados do maior número possível de ferramentas e, assim, o jornalismo permite **potenciar a participação cívica**. A segunda é a função de **investigação**, pois o autor entende que cabe ao jornalismo investigar práticas irregulares de governos, instituições e indivíduos⁴². A terceira função jornalística é a de **análise**, fornecer quadros coerentes de interpretação para ajudar os cidadãos a compreenderem um mundo complexo e para que o público saiba retirar de uma ocorrência todas as implicações que ela poderá ter. Nessa linha, o entendimento é de que os jornalistas ajudam a democracia quando explicam um acontecimento ou um processo complicado numa narrativa compreensível. Schudson afirma que nem sempre a informação disponibilizada oficialmente é “sincera e completa” e que ele acredita que cabe ao jornalismo essa “descodificação social” (2008, p. 174).

⁴² Schudson (2008, p. 174) reconhece que muitas organizações jornalísticas cumprem a finalidade de fornecer informação mas não a de investigar, porque isso se torna “muito dispendioso e moroso”. A partir dessa consideração, faço novamente a ressalva de que o intuito da tese não é verificar quais finalidades são de fato cumpridas, mas sim as que cabem ao jornalismo, num sentido de “responsabilidade” como denomina Schudson.

A quarta finalidade é a **mobilização**, que o autor entende como uma das funções mais antigas do jornalismo ocidental, no sentido de mobilizar para estimular a participação cívica na vida pública (não no sentido de mobilização partidária). A quinta função, segundo Schudson (2008), é a de **fórum público**, quando o jornalismo consegue proporcionar o diálogo entre os cidadãos e **ser veículo das perspectivas de grupos sociais diversos**. O jornalismo se constituiria, assim, como um espaço em que as pessoas se podem fazer ouvir através dos mecanismos colocados à sua disposição, como a seção de cartas – ao que eu acrescentaria, no contexto atual, as possibilidades de espaços de comentários, por exemplo, em *sites* de veículos jornalísticos e *sites* de redes sociais. A sexta função do jornalismo seria a de **empatia social, revelando e apreciando pontos de vista de pessoas diferentes**.

Embora muitos *media* se refugiem hoje na sua vertente de entretenimento e nas reportagens de interesse humano, não creio que o papel do jornalismo se esgote nessa condição. O **jornalismo relata-nos vivências de outras comunidades** em nosso redor, de outros países para além do nosso. **Explica aos homens algo sobre as mulheres; explica aos negros algo sobre os brancos; explica aos heterossexuais algo sobre os homossexuais. E isso é fundamental** (SCHUDSON, 2008, p. 174, grifos meus).

A sétima função para Schudson (2008) seria a de **promover e divulgar a própria democracia**, defendendo que o jornalismo cumpra um papel democrático, mas não populista:

Na tradição norte-americana, os jornalistas satisfazem-se com a noção simplista de que providenciam informação aos cidadãos que, por sua vez, construirão a sua opinião e serão os governantes da sociedade. Para mim, essa é uma visão populista da democracia. Os governantes de uma sociedade democrática não governam isoladamente os seus eleitores. Há todo um conjunto de instituições que **protegem os direitos civis, que protegem as minorias** e que, no fundo, as tornam as **guardiãs principais da sociedade contra a concentração de poderes**. [...] **Essa função tem de ser reforçada**. Na minha opinião, o jornalismo é um dos meios de que dispomos para salvaguardar essa separação de poderes. **Há muito para ser contado sobre a forma como a nossa sociedade, como as nossas instituições interagem e de como os nossos direitos devem ser salvaguardados. E essa responsabilidade social também compete ao jornalismo** (SCHUDSON, 2008, p. 174, grifos meus).

Em 2009, José Luiz Aidar Prado afirma que o jornalismo cumpre a finalidade de **orientação social** nos vários espaços identitários de pertencimento através de mapas cognitivos de padrões de normalidade apresentados através de uma linguagem performativa (PRADO, 2009).

Ciro Marcondes Filho entende, em 2009, que a **análise**, o **comentário** e a **interpretação** são funções do jornalista que não devem ser terceirizadas a outras fontes, como passa a acontecer com a informatização e a operação em tempo real. O autor problematiza que a informação produzida e circulante nas redes incide com o papel histórico do jornalista não só como um **contador de histórias** (repórter), mas também como um **explicador do mundo** (analista/comentarista) (MARCONDES FILHO, 2009).

Também em 2009, no prefácio para a edição atualizada de “O papel do jornal”, livro cuja primeira edição fora publicada em 1974, Alberto Dines defende que o fluxo de informações da internet é intenso e contínuo e nisso reside sua grande vantagem, mas também sua intrínseca desvantagem. Isso porque o autor avalia ser impossível manter o mesmo padrão de contextualização de tantas informações ao longo de um dia. Dines afirma que, sem contextualização, desorganizado e fragmentado, o conhecimento pouco vale. O jornalista deve, então, **contextualizar e organizar a informação** (DINES, 2009).

Fernando Resende, em 2009, sustenta o papel do jornalismo de **narrar os fatos do cotidiano**: as reportagens e notícias recontam e criam sentidos e, portanto, narram as experiências do homem no mundo (RESENDE, 2009).

Marcondes Filho reitera, em 2009, a sua ideia de que o jornalismo mantém o *status quo* ao desempenhar a função de **reconstruir diariamente o mundo**, “despejando verdades cristalizadas sobre pessoas, sobre fatos, sobre novas ocorrências, exercendo uma tranquilizadora e gratificante atividade de *manter o mundo exatamente como ele é*” (2009, p. 10, grifos do autor). Ele acrescenta que a produção jornalística pode “injetar fatos nesse contínuo amorfo mediático produzido” agindo como **sistema de alarme, reformulações, recomposições, releituras da política e da sociedade**, mas que para isso precisa recuperar a coragem civil que ele considera estar praticamente desaparecida do jornalismo contemporâneo.

Marcia Benetti define, em 2010, que o jornalismo pode ser caracterizado como um acontecimento em determinadas situações, nas quais podemos vislumbrar papéis do jornalismo, como **tratar de fenômenos capazes de gerar a sensação de experiência compartilhada** e **organizar a experiência temporal do homem contemporâneo**. O jornalismo cumpre, assim, a finalidade de **fornecer índices temporais para os sujeitos** e estabelece os saberes dignos de serem denominados contemporâneos: “através dele é possível avaliar o sistema de valores *hegemônico* naquela sociedade e naquele momento

histórico” (BENETTI, 2010, p. 160, grifos da autora). O jornalismo cumpre também a função de **registrar a memória de seu tempo**.

Cláudia Lago afirma, em 2010, o papel determinante que o jornalismo exerce na **construção e ampliação da democracia e da cidadania**. “Como ato social inerente ao sistema democrático, repousa no jornalismo a obrigação moral de **deixar antever a multiplicidade de opiniões da sociedade**” (LAGO, 2010, p. 166-167, grifos meus). Assim, a responsabilidade social – relacionada aos valores do campo de interesse público, democracia e cidadania – só pode se concretizar com a incorporação da alteridade como referente, sendo capaz de contemplar e incorporar o “Outro”, com um olhar inclusivo que possibilite entender e acolher visões de mundo diferentes daquelas que são fruto das projeções sobre o público habitualmente considerado ideal pelos veículos (camadas médias e altas urbanas) (LAGO, 2010).

Também em 2010, Helder Bastos problematiza que, no seio de uma cultura profissional e empresarial orientada cada vez mais para os paradigmas da flexibilidade, multitextualidade, convergência e rentabilidade, os jornalistas não estariam em sintonia com os valores tradicionais do jornalismo, como **descobrir a verdade** (investigação), **vigiar os poderes instituídos** e **influenciar a opinião pública**⁴³. Nesse contexto, o autor entende o papel crucial do jornalista de **verificar os fatos de forma rigorosa** (BASTOS, 2010). O autor, em 2012, reitera que com as novas tecnologias e a entrada em cena de novos atores – desde entidades e empresas não jornalísticas a cidadãos, agora produtores, disseminadores e comentadores de informação – é fundamental a competência jornalística tradicional de saber **selecionar informação** (BASTOS, 2012).

Luiz Martins da Silva, em 2010, fala da **função emancipatória** do jornalismo. O autor problematiza que, independentemente da natureza do dispositivo econômico ou institucional que o abrigue, o jornalismo cumprirá inevitavelmente esse papel, penderá para o lado que o caracteriza como provedor de apropriações coletivas e que, por ser assim, possibilita o seu entendimento dentro de uma teoria democrática (SILVA, 2010)⁴⁴.

⁴³ Há aí um tensionamento da função de vigia dos poderes no contexto das rotinas do jornalismo em rede, já que o papel de *watchdog* acaba, segundo Bastos (2012), sendo secundarizado em uns casos e esquecido completamente em outros.

⁴⁴ A hipótese do pesquisador é a de que “o jornalismo, por ser uma atividade de forte vínculo social jamais se renderá inteiramente ao comando dos poderes espoliadores das massas, sob pena de matar **a sua própria galinha dos ovos de ouro, que é a sua vocação para o interesse público; para a utilidade pública; e para se desempenhar como serviço público**, a despeito das vicissitudes, tanto as que decorrem da prática do jornalismo como uma atividade ‘pública’ pelo setor privado, quanto no que se

Discutindo o vínculo social e a expectativa que se tem do jornalismo, o pesquisador tensiona a ambiguidade do jornalismo ao (não) se confundir com o senso comum:

Não se espera que o jornalismo se confunda com o senso comum, já que reúne habilidades e competências para cobrir os fatos em quantidade e em qualidade acima dos limites dos atores que dispõem tão somente da circulação natural das “notícias” no dia a dia. Espera-se dele, no entanto, que se confunda com o senso comum, na medida em que é próprio da sua função/missão transferir os “novos fatos” (news) ao máximo alcance. Estruturado sistemicamente e até sendo um poder econômico – com reflexos políticos –, o jornalismo perderia, no entanto, o seu vínculo social e trairia o seu “público” se, a serviço desse senhor, apresentasse, porém, “fatos” acrescidos de distorções e engodos, funcionando, enfim, não como um serviço público em favor do esclarecimento (Aufklärung), mas como uma indústria de produção massiva de *falsas-consciências* (SILVA, 2010, p. 9, grifos do autor).

Portanto, se espera do jornalismo o zelo por princípios da profissão e também por valores morais (**verdade**, objetividade e isenção) e rigor nos procedimentos éticos. “O jornalismo é, conseqüentemente, um **campo do dever, da obrigação moral (ética)** e, em decorrência, um campo dotado de claros compromissos éticos e uma deontologia própria (decoro profissional circunstanciado ao código de ética de uma categoria)” (SILVA, 2010, p. 9-10, grifos meus).

John Pavlik, em 2011, reconhece o jornalismo como um **bem público**, que tem desempenhado historicamente um papel central nas democracias, servindo como **fonte principal das notícias e informações para os cidadãos sobre assuntos de importância pública** (PAVLIK, 2011).

Também em 2011, Danilo Rothberg aponta a finalidade do jornalismo de **fortalecer o sistema democrático**. Em uma democracia, o jornalismo deve contribuir para “dar aos cidadãos uma visão mais ampla dos caminhos e descaminhos pelos quais o Estado gerencia o conflito social moderno, a partir de um **tratamento plural e equilibrado das diversas perspectivas** nele envolvidas” (ROTHBERG, 2011, p. 199, grifos meus). O pesquisador avalia que fragmentação, superficialidade, sensacionalismo

refere à prática do jornalismo como uma atividade ‘liberal’ por parte de entes estatais, governamentais ou partidarizados. A hipótese, portanto, é de que o jornalismo, independentemente da natureza do dispositivo econômico ou institucional que o abrigue, cumprirá inevitavelmente um papel emancipatório” (SILVA, 2010, p. 7).

e valorização excessiva de determinadas perspectivas em detrimento de outras dificultam cumprir essa função⁴⁵.

Em 2012, ao pensar a história do jornalismo, José Marques de Melo entende que, atualmente, não houve alteração na essência, na motivação e nos fundamentos do jornalismo, pois a necessidade social da informação persiste e é cada vez mais transparente. O autor acha que a mudança está na natureza das demandas porque, além de notícias e comentários, os cidadãos exigem do jornalismo uma postura que dê conta de **explicar e interpretar os fatos**, além de **divertir e ser útil** (MELO, 2012).

Ignacio Ramonet, em 2012, dá pistas para a compreensão da finalidade do jornalismo como de **orientação** e **aprofundamento**, porque deveria pesquisar informações e também **desenvolver reflexões**. O autor entende que hoje os leitores buscam “menos informação, mas melhor” e há também uma exigência por transparência. Nesse contexto, abrem-se possibilidades de se reconstruir o papel do jornalismo de **contrapoder** (RAMONET, 2012)⁴⁶.

Luiz Gonzaga Motta, em 2013, afirma que com as novas tecnologias o jornalismo ganhou um status ainda mais contundente como **historiador do presente e narrador do imediato**, já que a nossa consciência histórica teria se expandido a partir de uma maior capacidade de observar e perceber o cotidiano. E o autor destaca que o jornalista precisa estar ciente de que seus atos discursivos modificam o próprio transcurso do acontecimento em tela (MOTTA, 2013).

Barbie Zelizer aponta em 2014 o papel relevante do jornalismo na **construção da memória coletiva**. “[...] Jornalismo constitui uma das poucas instituições para encapsular a propagação da memória contemporânea” (ZELIZER, 2014, p. 45, tradução minha)⁴⁷.

⁴⁵ Cumprir essa finalidade significa atuar em defesa da cidadania e prover “informação de qualidade” que é aquela abrangente em nível suficiente para permitir avaliações embasadas sobre as consequências da adoção de determinadas políticas. Segundo Rothberg (2010, p. 27), se as pessoas não forem levadas a “perceber as opções implícitas na adoção de políticas e não receberem dados abrangentes e articulados sobre os efeitos das escolhas pertinentes, não terão incentivo para desempenhar o elevado papel que as democracias contemporâneas delas esperam”.

⁴⁶ Ramonet (2012) entende o “jornalismo de banco de dados” (*database journalism*) como uma importante conquista da democracia moderna, porque permite a pesquisa e o acesso instantâneo a estoques de informação constituídos por instituições públicas e privadas, ajudando na investigação e no processo de transparência.

⁴⁷ “[...] Journalism constitutes one of the few institutions to encapsulate contemporary memory's spread”.

Em 2014, Chris Anderson, Emily Bell e Clay Shirky acreditam que o papel do jornalismo de “narrador da verdade”, “construtor de sentidos” e “explicador”⁴⁸ não pode ser reduzido e substituído por outros sistemas sociais, pois os jornalistas não são meramente fornecedores de fatos.

Agora e num futuro próximo, precisamos de uma estrutura de trabalhadores em tempo integral que informe as coisas que alguém em algum lugar não quer que sejam noticiadas, e que faça isso de uma forma que não apenas torne as informações disponíveis (uma mercadoria na qual atualmente estamos inundados), mas **enquadre essa informação de modo que alcance e afete o público** (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2014, *on-line*, grifos meus, tradução minha)⁴⁹.

Diante de um cenário em que muitos relatos em primeira mão de acontecimentos são feitos por cidadãos, os autores avaliam que isso não significa que os jornalistas irão, podem ou deveriam ser substituídos. Pelo contrário, isso significa que os papéis irão se modificar, se sobrepondo com os indivíduos (e multidões e máquinas), cuja presença caracteriza o novo ambiente de notícias.

O jornalista não está sendo substituído mas sim realocado, movido para mais acima na cadeia editorial de produção de observações iniciais para um papel que enfatiza **verificação e interpretação**, trazendo sentido para os fluxos de texto, áudio, fotos e vídeos produzidos pelo público (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2014, *on-line*, grifos meus, tradução minha)⁵⁰.

Num contexto de muita circulação de informações, João Canavilhas discute, em 2015, que o papel do jornalismo sai reforçado porque o jornalista é mais necessário do que era anteriormente. Para o pesquisador, é relativamente fácil a ação de *gatekeeping* – de selecionar, diante de uma dúzia de informações que chegam à redação, aquelas que são as mais importantes. O desafiador atualmente seria o papel de selecionar as informações entre milhões de fontes **e contextualizar**:

O que nós temos hoje é uma tentativa de selecionar informações entre milhões de fontes, e isso é que é verdadeiramente complicado. E o papel do jornalista é mais importante atualmente, mas já não é o papel tradicional. O jornalista já não tem de simplesmente recolher a informação das fontes e transformá-la em

⁴⁸ “[...] truth-teller, sense-maker, explainer”.

⁴⁹ “Now and for the foreseeable future, we need a cadre of full-time workers who report the things someone somewhere doesn’t want reported, and who do it in a way that doesn’t just make information available (a commodity we are currently awash in), but frames that information so that it reaches and affects the public”.

⁵⁰ “The journalist has not been replaced but displaced, moved higher up the editorial chain from the production of initial observations to a role that emphasizes verification and interpretation, bringing sense to the streams of text, audio, photos and video produced by the public.”

uma notícia. Agora ele tem de **procurar a melhor fonte entre milhares, colocar essa fonte dentro da notícia e depois ter o trabalho da contextualização** com outras fontes escolhidas entre os tais milhares, o que é algo diferente e interessante (CANAVILHAS *apud* SPECHT, 2015, p. 221, grifos meus).

Canavilhas avalia que temos hoje uma nova finalidade para o jornalista: “selecionar as fontes e publicá-las diretamente, com uma dificuldade acrescida de trabalhar com um conjunto infundável de fontes de informação” (*apud* SPECHT, 2015, p. 221). Nesse aspecto, o trabalho do jornalista hoje em dia é mais necessário e mais exigente: “mais exigente porque há mais fontes e porque é preciso trabalhar mais rapidamente. E há o trabalho de curadoria das informações, mas depois é preciso **contextualizar e explicar**” (*apud* SPECHT, 2015, p. 221).

Sylvia Moretzsohn vai no mesmo caminho quando aponta, em 2015, que o jornalismo não precisa se reinventar, precisa corresponder ao ideal que o justifica e o legitima socialmente. “Mudam as tecnologias, não os fundamentos. [...] O imediatismo e a cacofonia das redes tornam o jornalismo ainda mais necessário para **filtrar**, em meio à profusão de banalidades, boatos, falsidades e incorreções, **o que é informação confiável e relevante**” (MORETZSOHN, 2015, *on-line*, grifos meus). A pesquisadora destaca que essa tarefa exige compromissos éticos fundamentais, o que não é retórica vazia: “ética diz respeito a princípios e finalidades. Ética pressupõe autonomia e liberdade. Exige, portanto, uma luta permanente, sobretudo quando as empresas escancaram seu desrespeito a esses pressupostos” (MORETZSOHN, 2015, *on-line*).

2.4 Quadro das finalidades do jornalismo segundo a teoria

A partir do que foi trazido neste capítulo, apresento a seguir um quadro com o resumo dos autores que tratam das finalidades do jornalismo (Quadro 1). As finalidades do jornalismo são apresentadas em ordem alfabética e, em cada finalidade, elenco os principais autores em ordem cronológica.

Quadro 1 - As finalidades do jornalismo segundo a teoria

Finalidades do jornalismo (em ordem alfabética)	Principais autores (em ordem cronológica – as datas entre parênteses são os originais)
Ajudar o homem a entender e viver sua época	Groth, 2006 (1930); Molotch e Lester, 1999 (1974); Katz, 1999 (1979); Gomis, 1991; Berger, 1996; Franciscato, 2005; Benetti, 2010; Motta, 2013
Contextualizar e organizar a informação	Genro Filho, 1987; Kovach e Rosenstiel, 2004 (2001); Charaudeau, 2007 (2005); Dines, 2009; Canavilhas (2015) <i>apud</i> Specht, 2015
Contribuir com a democracia	Pulitzer, 2009 (1904); Ross, 2008 (1910); Park, 2008b (1940); Bond, 1959 (1954); Jobim, 1957; Molotch e Lester, 1999 (1974); Cornu, 1994; Merritt (1995) <i>apud</i> Traquina, 2003; Fouhy, 1996; Grimes, 1999; Miguel, 1999; Bucci, 2000; Bardoel e Deuze, 2001; Neveu, 2003 (2001); Kovach e Rosenstiel, 2004 (2001); Motta, 2002; Traquina, 2002; Moretzsohn (2007); Schudson, 2008; Lago, 2010; Silva, 2010; Pavlik, 2011; Rothberg, 2011
Criar para o leitor experiências de satisfação estética que o ajudem a interpretar a própria vida	Mead (1926) <i>apud</i> Schudson, 2010
Defender o cidadão	Jobim (1950) <i>apud</i> Avanza, 2007; Medina, 1982; Sousa, 2002; Schudson, 2008
Divertir	Bond, 1959 (1954); Siebert <i>et al</i> (1956) <i>apud</i> Kunczik, 1997; Amaral, 1969; Gaillard, 1971; Fontcuberta, 1993; Melo, 2012; Travancas, 2010

Estimular o engajamento e mobilizar a participação cívica na vida pública	Park, 2008b (1940); Grimes, 1999; Schudson, 2008
Formar a opinião pública	Pulitzer, 2009 (1904); Weber, 2006 (1910); Lippmann, 2010 (1920); Hall <i>et al</i> , 1999 (1973); Beltrão, 1980a (1976); Marcondes Filho, 1986; Fontcuberta, 1993; Cornu, 1994; Charaudeau, 2007 (2005); Bastos, 2010
Informar	Peucer, 2004 (1690); Weber, 2006 (1910); Groth, 2006 (1930); Bond, 1959 (1954); Siebert <i>et al</i> (1956) <i>apud</i> Kunczik, 1997; Gaillard, 1971; Beltrão, 1980a (1976); Fontcuberta, 1993; Lima, 1993; Traquina, 2002; Sousa, 2002; Charaudeau, 2007 (2005); Schudson, 2008; Travancas, 2010
Instruir, orientar e educar	Eça de Queiroz (1866) <i>apud</i> Ponte, 2005; Weber, 2006 (1910); Barbosa (1920) <i>apud</i> Pereira, 2005; Park, 2008b (1940); Bond, 1959 (1954); Amaral, 1969; Beltrão, 1980b (1976); Lima, 1993; Bucci, 2000; Neveu, 2003 (2001); Sousa, 2002; Ponte, 2004; Franciscato, 2005; Ramonet, 2012
Interpretar	Brucker (1930) <i>apud</i> Schudson, 2010; Park (1940) <i>apud</i> Berger e Marocco, 2008; Bond, 1959 (1954); Dines, 2009 (1974); Hallin e Mancini, 1999 (1984); Fontcuberta, 1993; Motta, 2002; Charaudeau, 2007 (2005); Schudson, 2008; Marcondes Filho, 2009; Melo, 2012; Anderson, Bell e Shirky, 2014
Investigar	Dines, 2009 (1974); Chaparro, 2001; Schudson, 2008; Bastos, 2010
Manter a sociedade unida e integrada	Katz, 1999 (1979)
Mediar	Hall <i>et al</i> , 1999 (1973); Schudson, 1999 (1982); Medina, 1982; Rodrigues, 1999 (1988); Kunczik, 1997 (1988); Gomis, 1991; Fontcuberta, 1993; Berger, 2003 (1998); Machado, 2000b; Moretzsohn, 2002, 2007; Sousa, 2002; Travancas, 2010

Mostrar a diversidade da sociedade	Karam, 1997; Schudson, 2008; Lago, 2010; Rothberg, 2011
Reforçar a cidadania	Travancas, 1993; Bardoel e Deuze, 2001; Lago, 2010
Selecionar os temas significativos	White, 1999 (1950); Beltrão, 1980a (1976); Erbolato (1986) <i>apud</i> Marcolino, 2005; Fontcuberta, 1993; Cornu, 1994; Merritt (1995) <i>apud</i> Traquina, 2003; Kovach e Rosenstiel, 2004 (2001); Ponte, 2004; Bastos, 2012; Moretzsohn, 2015
Ser a memória da sociedade	Peucer, 2004 (1690); Jobim, 1957; Dines, 2009 (1974); Benetti, 2010; Zelizer, 2014
Trazer a verdade	Barbosa (1920) <i>apud</i> Pereira, 2005; Lippmann, 2008a (1920); Park, 2008b (1940); Bond, 1959 (1954); Dines, 2009 (1974); Schudson, 2010 (1978); Cornu, 1994; Bastos, 2010; Silva, 2010
Verificar e apurar	Cornu, 1994; Kovach e Rosenstiel, 2004 (2001); Franciscato, 2005; Bastos, 2010; Anderson, Bell e Shirky, 2014
Vigiar o governo e os serviços públicos e denunciar os abusos do poder	Eça de Queiroz (1866) <i>apud</i> Ponte, 2005; Pulitzer, 2009 (1904); Barbosa, 1990 (1920); Bond, 1959 (1954); Siebert <i>et al</i> (1956) <i>apud</i> Kunczik, 1997; Traquina, 2002; Sousa, 2002; Bastos, 2010

Fonte: autoria própria

A seguir, trago a construção metodológica desta pesquisa, para explicar como cheguei ao resultado da tese e como analisei o discurso de veículos, jornalistas e leitores.

3. METODOLOGIA: ANÁLISE DO DISCURSO E CONSTRUÇÃO DO *CORPUS*

“Toda palavra serve de expressão a um em relação ao outro. Através da palavra, defino-me em relação ao outro, isto é, em última análise, em relação à coletividade. A palavra é uma espécie de ponte lançada entre mim e os outros. Se ela se apoia em mim numa extremidade, na outra apoia sobre o meu interlocutor. A palavra é o território comum entre o locutor e o interlocutor.”
(Mikhail Bakhtin)

Neste capítulo, apresento a metodologia da tese, Análise de Discurso (AD), e explico a delimitação do *corpus* dos três sujeitos (veículos, jornalistas e leitores). Primeiramente, falo sobre o discurso, explorando o método para pensar especificamente o jornalismo e apontando os conceitos da AD que são úteis para esta pesquisa. Na sequência, explico os eixos da tese, levando em conta que cada um dos sujeitos exige uma abordagem específica para assegurar a representatividade do *corpus* e, por consequência, a validade dos resultados. No final do capítulo, depois da descrição metodológica, apresento brevemente as finalidades do jornalismo que identifiquei como resultado da tese. O detalhamento da análise se dará nos próximos quatro capítulos, mas considero importante que a sistematização possa ser visualizada antes da leitura da análise.

3.1 Análise do Discurso

Para analisar o material advindo dos três eixos da pesquisa – veículos, jornalistas e leitores –, é utilizado o aporte teórico-metodológico da Análise do Discurso⁵¹, cujo objetivo é entender o funcionamento dos discursos, “como” o texto e as falas significam. Há gestos de interpretação que, em suas diferentes materialidades, significam de

⁵¹ Entendo que a Análise de Discurso tem tanto caráter teórico, porque demanda o estudo de teorias e conceitos, quanto caráter metodológico, porque operacionaliza instrumentos de análise. Então, por mais que a AD seja a metodologia escolhida para a tese, existem prerrogativas teóricas fundamentais que definem esse tipo de análise e que guiam a perspectiva do analista. Como lembra Benetti (2008b, p. 120), a AD é “um método que exige e mesmo pressupõe a compreensão de conceitos fundantes do discurso, e por isso só pode ser utilizado se há disposição para o diálogo com os estudos de discurso também no campo teórico”.

diversas maneiras (ORLANDI, 2007b). Assim, é a reiteração de sentidos, na operação do conceito de **paráfrase**⁵², que permite ao pesquisador compreender o funcionamento do discurso, chegando a resultados sobre os sentidos hegemônicos construídos por determinados sujeitos em determinados lugares de fala.

A AD permite identificar os sentidos pertinentes a cada uma das perguntas de pesquisa, para então aproximá-los e distingui-los de modo a obter uma sistematização sobre as finalidades do jornalismo percebidas pelos sujeitos e materializadas em seus discursos. É também um método condizente com a compreensão do jornalismo como um tipo de discurso particular, com características que o diferem de outros discursos midiáticos⁵³. É um método que inscreve os sujeitos em uma prática discursiva, que é dinâmica por causa do movimento das posições de sujeito, por causa da assimetria de poder que estas posições trazem e por causa das negociações de sentidos que vão sendo realizadas ao longo do processo.

É fundamental para esta pesquisa a compreensão de que o texto é dialógico porque comporta, no mínimo, o lugar de quem fala e o de quem interpreta (BAKHTIN, 1996). Ou seja, o **dialogismo** é um princípio que constitui a linguagem e a condição de sentido no discurso. Quem fala constrói uma imagem sobre quem interpreta e vice-versa, pois todo discurso é guiado pelo que se imagina sobre o outro e sobre si mesmo (PÊCHEUX, 1993). Conceber que o sujeito se orienta de acordo com a representação que faz do outro é, também, reconhecer que os indivíduos pensam a partir das convenções simbólicas elaboradas socialmente (BAKHTIN, 1996).

Ao pensarmos os lugares de fala ocupados por veículos, jornalistas e leitores, fica claro esse processo: cada sujeito⁵⁴ pensa o seu lugar para falar ao outro e para ser interpelado pelo outro; e os três estão, num sentido mais amplo, criando uma imagem sobre si e sobre o jornalismo (que exercem/exigem ou pensam que deveriam

⁵² A paráfrase é aquilo que se repete ao longo dos enunciados: é o processo parafrástico que permite ao sujeito que, ao proferir um discurso, recupere um dizer que já está estabelecido e o reformule, abrindo espaço para o novo (FERREIRA, 2001). O analista de discurso trabalha buscando as regularidades dentre certo número de enunciados espalhados num sistema de dispersão ao longo dos textos.

⁵³ Benetti (2008b) propõe que, no jornalismo, a AD é um método especialmente adequado para dois tipos de pesquisa: estudo dos sentidos e estudo das vozes (a qual dá conta de estudar os enunciadores de um discurso, os pontos de vista através dos quais os sujeitos enunciam). Nesta tese, o foco é na busca pelos sentidos, no *corpus* dos três sujeitos.

⁵⁴ A noção de sujeito é utilizada nesta pesquisa a partir do que na AD se chama de “sujeito do discurso”. Discursivamente, o sujeito é levado a desempenhar dois papéis de bases diferentes: “papel de sujeito que produz um ato de linguagem e o coloca em cena, imaginando como poderia ser a reação de seu interlocutor, e papel do sujeito que recebe e deve interpretar um ato de linguagem em função do que ele pensa a respeito do sujeito que produziu esse ato” (CHARAUDEAU, 2008b, p. 458).

exercer/exigir). O jornalista, por exemplo, precisa compreender a posição de sujeito do leitor e do veículo, além de sua própria, e assim por diante.

O jornalista que enuncia tem uma imagem sobre si, seu papel e sua identidade. Essa imagem está alicerçada tanto em ideais como verdade e credibilidade quanto na consciência (às vezes nem tão consciente assim, pois internalizada) sobre as condições de produção do discurso. Este jornalista também tem uma imagem sobre seu leitor (BENETTI, 2008a, p. 5).

Nos mecanismos de toda formação social, há regras de projeção responsáveis por estabelecer as relações entre as situações discursivas e as posições dos diferentes participantes: os sujeitos do discurso se imaginam e se reconhecem conforme as posições que ocupam. É o que explica o conceito de **formações imaginárias** de Pêcheux, que pode ser designado da seguinte forma:

IA(A): Imagem do lugar de A para o sujeito colocado em A – “Quem sou eu para lhe falar assim?”
 IA(B): Imagem do lugar de B para o sujeito colocado em A – “Quem é ele para que eu lhe fale assim?”
 IB(B): Imagem do lugar de B para o sujeito colocado em B – “Quem sou eu para que ele me fale assim?”
 IB(A): Imagem do lugar de A para o sujeito colocado em B – “Quem é ele para que me fale assim?” (PÊCHEUX, 1993, p. 83).

Tais relações imaginárias podem ser consideradas a maneira pela qual a posição dos participantes do discurso intervém nas condições de produção desse discurso. A relação do sujeito com o sentido depende dos lugares de fala. O sujeito tem horizontes imaginários ao longo dos quais se desloca para dirigir a enunciação ao outro e para se posicionar diante do que o outro enuncia. Tanto o jornalista quanto o leitor e mesmo o próprio veículo (também entendido como um enunciador que cria uma imagem de si e do outro) posicionam-se de determinada maneira para falar e para interpretar. Compreender os lugares de fala desses atores é pensar num processo relacional, de sujeitos que estão em constante processo de negociação⁵⁵ de sentidos (RESENDE, 2009).

O jornalismo, sendo um discurso, só existe na relação entre sujeitos, mas é preciso considerar que as relações de poder entre os sujeitos envolvidos neste discurso são assimétricas (BENETTI; HAGEN, 2010), o que é fundamental para entender as

⁵⁵ A noção de negociação é empregada em análise do discurso – e mais frequentemente em análise das conversações –, permitindo observar que o processo discursivo se dá por meio de “construções coletivas” que supõem o estabelecimento, entre os participantes, de um certo número de “acordos” sobre as regras do jogo de linguagem em que eles se encontram (KERBRAT-ORECCHIONI, 2008, p. 346). No discurso dos três sujeitos, busco ver também como se dá a negociação dos sentidos.

negociações de sentido e os lugares que os sujeitos concedem uns aos outros no processo discursivo. O fato é que a relação com o outro é sempre levada em consideração no processo de comunicação entre os sujeitos envolvidos no discurso: os veículos constroem e fortalecem a sua imagem de forma a interagir com o público e com outros agentes sociais; os jornalistas buscam interagir com o público, com as fontes, com a organização em que trabalham e com os valores do jornalismo enquanto instituição; os leitores interagem com o veículo, com os jornalistas e com outros leitores, a partir de suas expectativas enquanto sujeitos que acompanham o jornalismo e fazem também as suas exigências.

As relações entre os sujeitos acarretam expectativas, e é neste quadro de expectativas que o gênero discursivo é produzido e interpretado (BENETTI, 2014). Faz diferença, então, se estamos falando de discurso jornalístico, e não de discurso publicitário: isso demarca valores singulares para todos os sujeitos envolvidos no processo jornalístico⁵⁶.

A Análise do Discurso é utilizada nesta pesquisa para a compreensão e o mapeamento dos sentidos produzidos por três sujeitos: veículos, jornalistas e leitores. Para tanto, é fundamental o entendimento dos contextos de produção de sentidos e das memórias discursivas. Por meio do conceito de **interdiscurso**, compreende-se que existe um conjunto de formulações que determinam o que dizemos e que se refere ao que foi dito antes, em outro lugar, independentemente, mas que é justamente o que torna possível e sustenta cada palavra dita (ORLANDI, 2007a).

Assim, há um já-dito que sustenta a possibilidade de todo dizer e os sentidos ditos por alguém, em algum lugar, em outros momentos, mesmo muito distantes, estão consolidados de alguma forma no discurso.

O texto é a parte visível ou material de um processo altamente complexo que inicia *em outro lugar*: na sociedade, na cultura, na ideologia, no imaginário. [...] Importa [ao pesquisador] compreender que existe uma exterioridade que não apenas repercute no texto, mas que de fato o constitui e não pode ser dele apartada (BENETTI, 2008b, p. 111, grifos da autora).

⁵⁶ Como já referido anteriormente nesta pesquisa, Benetti (2008a) entende o jornalismo como um gênero discursivo. A pesquisadora aponta que escolhe o termo “gênero”, em vez de “tipo”, por entender que o jornalismo se insere em um tipo discursivo maior, que é o discurso midiático. “Mídia e jornalismo não se confundem: a mídia é muito mais ampla e diversificada, contemplando diversos gêneros de discurso, como, por exemplo, o publicitário e o jornalístico. Ainda que sejam do tipo midiático, é certo que o discurso publicitário obedece a certos sistemas de formação radicalmente diferentes dos estabelecidos pelo e para o jornalismo. Os valores e princípios, as regras e as condições de produção são elementos decisivos para a definição e relativa estabilização de um discurso” (BENETTI, 2014, p. 9).

A compreensão do necessário imbricamento do discurso com a exterioridade é importante tanto para entender que existem condições que possibilitam o discurso de veículos, jornalistas e leitores e condicionam a percepção deles sobre as finalidades do jornalismo, quanto para relacionar as percepções dos sujeitos com o que já foi produzido teoricamente a respeito das funções do jornalismo. Afinal, o discurso sempre nasce em resposta a um discurso anterior e aponta para outros discursos que ainda não foram enunciados: todo discurso remete a outro discurso (ORLANDI, 2007b).

Além disso, os sentidos identificados nos discursos desses sujeitos são determinados por **formações ideológicas**, mesmo que essas existam anterior e exteriormente ao objeto que está sendo mapeado. Os sentidos construídos pelos veículos, pelos jornalistas e pelos leitores não existem “em si”, mas são determinados pelas posições colocadas em jogo no processo discursivo, e as palavras mudam de sentido segundo as posições daqueles que as empregam (ORLANDI, 2007a).

Ou seja, aquilo que eu digo está dentro do campo do que eu deveria dizer. É o que explica a clássica conceituação de Pêcheux (2009) para definir as **formações discursivas**: elas se referem ao que pode e deve ser dito, em oposição ao que não pode e não deve ser dito em determinado contexto e numa formação ideológica dada, o que implica certo limite às falas.

[...] As palavras, expressões, proposições, etc., recebem seu sentido da formação discursiva na qual são produzidas: [...] os indivíduos são “interpelados” em sujeitos-falantes (em sujeitos de *seu* discurso) pelas formações discursivas que representam “na linguagem” as formações ideológicas que lhes são correspondentes (PÊCHEUX, 2009, p. 147, grifos do autor).

Como aponta Benetti (2000), as formações discursivas, que são resultado de uma prática discursiva, não estão “jogadas ao léu, como páginas soltas que, uma vez juntas, possam fazer sentido”; elas são fruto das formações ideológicas.

Entender os modos de enunciar é fundamental para que se consiga analisar como os veículos e os jornalistas estabelecem o seu **ethos**⁵⁷, ou seja, a imagem de si que o

⁵⁷ *Ethos* é um termo emprestado da retórica antiga e, em AD, o conceito foi principalmente elaborado nos trabalhos de Dominique Maingueneau. O autor define o conceito: “a) o ethos é uma noção *discursiva*, ele se constrói através do discurso, não é uma “imagem” do locutor exterior a sua fala; b) o ethos é fundamentalmente um processo *interativo* de influência sobre o outro; c) é uma noção fundamentalmente *híbrida* (sócio-discursiva), um comportamento socialmente avaliado, que não pode ser apreendido fora de uma situação de comunicação precisa, integrada ela mesma numa determinada conjuntura sócio-histórica” (MAINGUENEAU, 2008c, p. 17, grifos do autor). O *ethos* estabelece que o “enunciador deve legitimar seu dizer: em seu discurso, ele se atribui uma posição institucional e marca sua relação a um saber” (AMOSSY, 2008, p. 220).

locutor constrói no seu discurso para exercer uma influência sobre o outro (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2008). Este jogo imaginário pode ser utilizado para pensar o jornalismo, porque abarca a compreensão de que os sujeitos estão a todo o momento, no discurso, lidando com representações sobre o seu lugar e o lugar do outro. Lago (2003, p. 2) define o *ethos* jornalístico como “um conjunto de disposições, percepções e valorações que jornalistas têm de si e do mundo, uma dimensão do *habitus*⁵⁸ que contém a auto-imagem e, nesse sentido, orienta as representações”.

Nessa construção, os veículos e os jornalistas dizem da sua função delimitando “isto que estou fazendo é jornalismo”, e o leitor interpreta a partir do reconhecimento de que “isto que estou lendo é jornalismo”. As crenças sobre a profissão estão ancoradas em valores como verdade, objetividade, liberdade, credibilidade, interesse público, que fazem parte do imaginário⁵⁹ do leitor sobre os veículos jornalísticos e sobre os jornalistas, sendo esses valores utilizados para o reconhecimento do que é jornalismo. Reitero, pois, o entendimento de que há um **contrato de comunicação** que é a condição para os parceiros de um ato de comunicação se compreenderem e poderem interagir, “co-construindo” o sentido (CHARAUDEAU, 2007; 2008a).

O contrato de comunicação é empregado para designar o que faz com que o ato de comunicação seja reconhecido como “válido” do ponto de vista do sentido, ou seja, a enunciação do interlocutor A deve ser validada pelo interlocutor B (CHARAUDEAU, 2008a, p. 130). Conforme apontado na introdução desta tese, o contrato de comunicação implica o entendimento de três eixos: existência de pelo menos dois sujeitos em relação de intersubjetividade; existência de convenções, normas e acordos que regulamentam as trocas discursivas; existência de saberes comuns que permitem que se estabeleça uma intercompreensão do todo em certa situação de comunicação (CHARAUDEAU, 2008a)⁶⁰.

⁵⁸ A noção de *habitus*, uma das principais da obra de Bourdieu, se refere a certas disposições para sentir, pensar e agir que são socialmente incorporadas pelos indivíduos (BONNEWITZ, 2003). É um princípio regulador das práticas cotidianas, definindo, em sua atuação conjunta com o contexto no qual está inserido, reações aparentemente espontâneas do sujeito (BARROS FILHO; SÁ MARTINO, 2003).

⁵⁹ Apesar de não aprofundar nesta tese o conceito de imaginário, destaco que, dentre as muitas filiações teóricas a partir das quais se pode compreender essa noção, escolho a perspectiva de Durand (1997). Para o autor, a estrutura do imaginário associa elementos biopsíquicos e inconscientes, herdados coletivamente pelo homem, e elementos particulares, moldados pela cultura em certos símbolos, rituais e narrativas. Com base nessa perspectiva, Benetti (2009, p. 287) define o imaginário “como o conjunto de imagens mentais que permitem ao homem se expressar simbolicamente, tanto na relação com o mundo exterior quanto internamente, no mundo onírico ou dos devaneios”.

⁶⁰ Charaudeau (2008a) chama a atenção para o fato de que diversas filiações estão na origem da noção de contrato de comunicação. Mesmo que essas filiações não mencionem explicitamente o termo contrato, o autor considera que a noção é encontrada quando estas perspectivas definem o ato de linguagem. É o caso, entre outros: da “intersubjetividade” proposta por Émile Benveniste, que torna possível a comunicação

É o que permite aos parceiros de uma troca linguageira reconhecerem um ao outro com os traços identitários que os definem como sujeitos desse ato (identidade), reconhecerem o objetivo do ato que os sobredetermina (finalidade), entenderem-se sobre o que constitui o objeto temático da troca (propósito) e considerarem a relevância das coerções materiais que determinam esse ato (circunstâncias) (CHARAUDEAU, 2008a, p. 132).

Assim, são cinco os elementos sistematizados por Charaudeau (2007) para pensar as regras do discurso: identidade (quem diz e para quem), finalidade (para quem se diz), propósito (o que se diz), circunstâncias (em que condições se diz) e dados internos que se referem à enunciação (como se diz).

O pressuposto de que a construção da imagem de si está sempre ancorada em uma relação implícita com o outro é fundamental para que se consiga pensar, nesta pesquisa, a **percepção** que cada sujeito tem da finalidade do jornalismo. O conceito de percepção é discutido em diversas áreas, entre as quais a Filosofia e a Neurociência, sempre relacionado ao de sensação. Oliveira e Mourão-Júnior (2013) sistematizam as diferentes definições de percepção para o racionalismo, o empirismo, a fenomenologia e a Teoria da Gestalt. Para essas duas últimas, “não há diferenças entre sensação e percepção, porque não há sensações parciais, ou seja, sensações separadas de suas qualidades. Sentem-se e percebem-se totalidades estruturadas dotadas de sentido e significação” (p. 51). Para a neurociência, no entanto, sensação e percepção são fenômenos distintos, duas etapas de um mesmo processo cerebral. A percepção diz respeito à capacidade do sujeito de associar as sensações à memória e à cognição, formando conceitos sobre o mundo. Essa perspectiva da neurociência, que posiciona o sujeito como ser que conhece (e então é capaz de enunciar aquilo que percebe), é a que adoto nesta tese. Percepção e cognição estão intimamente relacionadas, e, avançando para o cruzamento com as teorias do discurso, o sujeito percebe e conhece a partir de um lugar discursivo – que irá definir, aqui, a problematização da pesquisa.

Defino percepção como *a compreensão do sujeito a respeito de uma determinada questão*. Essa compreensão é expressa pelos sentidos produzidos pelo sujeito, e esses sentidos podem ser observados de muitos modos – nesta pesquisa, eles serão examinados por meio do discurso verbal desses sujeitos. A percepção só ganha sentido numa relação que é intersubjetiva: veículos, jornalistas e leitores *percebem* as

linguística e implica “uma polaridade das pessoas” eu e tu que fundam a atividade de linguagem; da hipótese de “dialogismo” proposta por Mikhail Bakhtin; da hipótese de “co-construção do sentido” dos filósofos da linguagem que implica a necessidade de condições de “intenção coletiva” para que a comunicação seja possível (CHARAUDEAU, 2008a, p. 131).

finalidades do jornalismo a partir de indicadores construídos historicamente e que estão fundamentados no contrato de comunicação e nas expectativas que os sujeitos têm do jornalismo e de seus lugares enquanto sujeitos participantes do processo jornalístico.

Na análise da percepção dos sujeitos, interessa a compreensão que eles fazem da finalidade ou das finalidades do jornalismo. Destaca-se que o mais relevante na análise que a tese empreende não é *qual* jornalista fala, mas sim que ele(a) fala *estando em uma posição de sujeito*⁶¹ específica, que é a de veículo, de jornalista ou de leitor. Afinal, o sentido é determinado pelas posições ideológicas em que o discurso é produzido.

O conceito de leitura como apreensão de sentidos é também fundamental para esta pesquisa. A compreensão é de que, discursivamente, o sujeito leitor se desdobra em dois: o **leitor real**, que efetivamente interpreta o texto, e o **leitor imaginado**, que existe apenas virtualmente e guia a produção do discurso (ORLANDI, 2007a; STORCH, 2012). A análise desta tese busca as percepções do leitor real, mas a compreensão do leitor imaginado é importante porque, quando o jornalismo enuncia, o faz para o leitor que imagina e acaba indicando o lugar em que o leitor real deve (ou deveria) se posicionar para interpretar. Assim, o leitor imaginado é uma figura essencial à problematização do jornalismo porque o leitor real não pode desconsiderá-lo, é uma figura com quem deve negociar:

O que ocorre na prática do discurso não está sob controle de quem enuncia, pois o leitor real pode se identificar ou não com o leitor imaginado. Ele pode dizer “sim, este texto foi feito para mim” ou “não me reconheço neste texto, não sou o leitor desta publicação”. O grau de adesão ao contrato depende deste reconhecimento: quanto mais o leitor se reconhece, mais aderido está ao contrato (BENETTI; REGINATO, 2013, p. 2, grifos das autoras).

A filiação ao aporte teórico-metodológico da AD nesta tese também corrobora com as reflexões das teorias do jornalismo adotadas. Entendo, assim, que não é possível enunciar sem construir, pela linguagem, uma arquitetura complexa que articule a percepção da realidade, a interpretação do que se percebe e se quer enunciar e a escolha de estratégias que permitam propor significados (BERGER; LUCKMANN, 2008).

⁶¹ Orlandi define que o sujeito é um lugar de significação historicamente construído, ou seja, uma posição: “essas posições, como sabemos, correspondem mas não equivalem à simples presença física dos organismos humanos (empiricismo) ou aos lugares objetivos da estrutura social (sociologismo). São lugares ‘representados’ no discurso, isto é, estes lugares estão presentes mas transformados nos processos discursivos” (1998, p. 75, grifos da autora).

3.2 Construção metodológica: descrição dos objetos e delimitação do *corpus*

Para cumprir os objetivos desta pesquisa, a metodologia foi construída de forma a reconhecer as peculiaridades de cada sujeito e, então, identificar a maneira mais profícua de mapear as percepções deles. Apresento primeiramente as razões para a escolha dos sujeitos e depois explico como se dá a operacionalização do mapeamento dos sentidos.

Desde que a problematização da pesquisa se definiu, colocou-se uma questão empírica importante: muitos sujeitos (discursivos) pensam sobre “quais são as finalidades do jornalismo”, pois este é um campo do conhecimento central à sociedade. Encontram-se reflexões e definições sobre as funções e a responsabilidade social do jornalismo em textos que vão da formalização jurídica até a cultura popular e a arte contemporânea. Que sujeitos, então, deveriam ser escolhidos para a análise, e por quê?

A primeira decisão foi posicionar os teóricos, pesquisadores, autores – alguns deles, também jornalistas que continuam atuando profissionalmente – em um lugar distinto, o lugar da revisão teórica e da elaboração de conceitos. Essa primeira decisão foi fundamental, porque eu não estaria estudando o que estes autores dizem em busca de suas “percepções”, e sim em busca da reflexão deles sobre um dos eixos teóricos do campo: para que serve o jornalismo. Além disso, eu mesma, ao fazer esta tese e elaborar, ao final, certas considerações teóricas, acabo fazendo parte deste grupo de sujeitos discursivos que são os autores e pesquisadores. Esses sujeitos, portanto, foram excluídos como objeto de análise.

A segunda decisão foi escolher os sujeitos discursivos mais significativos para a pesquisa, ou melhor, aqueles cujo entendimento sobre jornalismo fosse mais relevante. Escolhi utilizar o critério dos sujeitos que estão envolvidos no contrato de comunicação jornalístico, a partir da condição de identidade (“quem diz e para quem”). Foi assim que defini **veículos, jornalistas e leitores**, que compõem a condição de identidade e põem em relação as instâncias de produção e de recepção (CHARAUDEAU, 2007). A condição de identidade depende diretamente de outro elemento do contrato: a condição de finalidade, o “para quê se diz”, que abarca a finalidade de informar.

É claro que outros agentes do campo jornalístico – como organizações científicas e entidades profissionais representativas – também têm interessantes contribuições sobre o tema. No entanto, considero que o critério de “quem diz e para quem” oferece o

recorte mais significativo, indicando os sujeitos mais relevantes para o contrato e para o reconhecimento do que é ou deve ser o jornalismo: quem enuncia (os veículos e os jornalistas) e para quem enuncia (os leitores). Por isso, estes foram os sujeitos escolhidos para a investigação.

Na composição do *corpus*, é importante a compreensão de Petit (2008, p. 138, grifos do autor): “é o ponto de vista que constrói um *corpus*, que não é um conjunto pronto para ser transcrito”. Ou seja, o modo de constituição do *corpus*, em AD, não é um simples gesto técnico, mas os discursos são selecionados a partir de uma problemática que guia a seleção do conjunto de dados. Nesta pesquisa, o foco de análise são os discursos produzidos pelos sujeitos já indicados, pois nesses discursos estão expressas as suas percepções sobre as finalidades do jornalismo.

Do ponto de vista estritamente discursivo, todo o *corpus* coletado é composto, de modo uniforme, por *textos* – considera-se aqui que um editorial é um texto, um comentário de leitor é um texto, uma entrevista com um jornalista publicada em livro é um texto, um manual de redação é um texto etc. Do ponto de vista da organização metodológica, porém, optei por distinguir tais textos entre **documentos** (no caso dos veículos e dos jornalistas) e **comentários** (no caso dos leitores).

Os comentários são textos curtos, redigidos em espaços cujas regras são controladas por outros sujeitos que não o próprio comentador, permitem o anonimato ou o uso de pseudônimo, não exigem ou pressupõem que o comentador seja efetivamente um leitor real do veículo sobre o qual comenta. Nada disso tira a legitimidade dos comentários como objeto de estudo, embora mostre que o pesquisador deve estar atento e criar mecanismos para assegurar representatividade e validade para seu *corpus*. Mas os comentários não são textos com o mesmo grau de responsabilização dos demais.

Já os textos das organizações e as falas dos jornalistas são de outra ordem, e por isso escolhi chamá-los de documentos. Os textos dos veículos são institucionais, todos eles podem ser considerados como “a voz” da organização. De certo modo, são textos históricos que podem ser tomados para compreender a linha editorial dos jornais. As falas dos jornalistas estão assinadas e foram coletadas em suportes já legitimados, como livros ou revistas. Nos exemplos utilizados na tese, veículos e jornalistas serão nomeados.

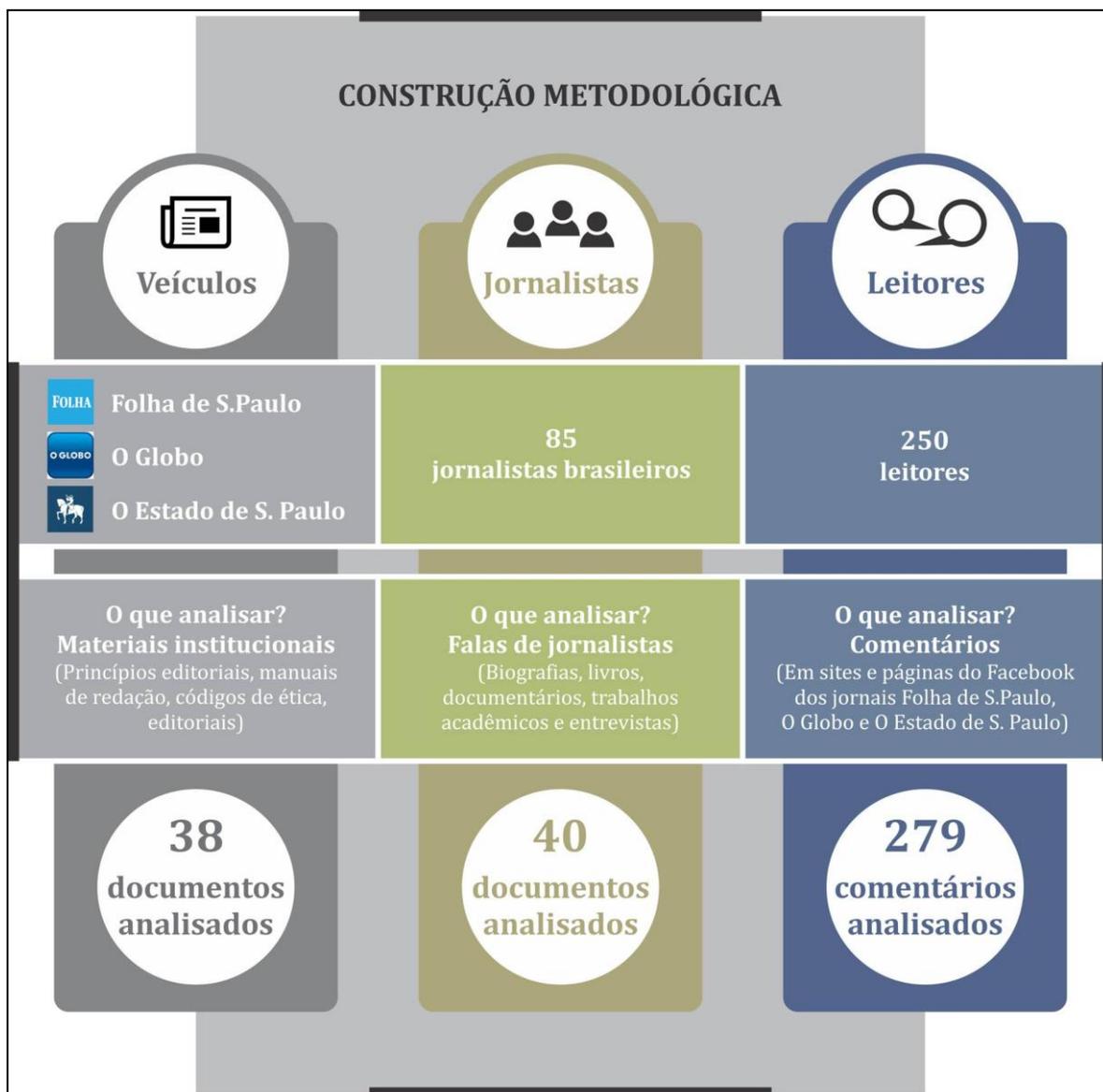
Dito isso, o percurso metodológico da pesquisa é o seguinte: a) análise dos documentos e comentários em busca de percepções que dizem respeito ao problema de pesquisa, coletados separadamente para cada sujeito; b) classificação das percepções como sequências discursivas⁶², identificando em negrito as marcas que dão sentido àquele trecho individualmente; c) análise global das sequências discursivas para mapear que sentidos cada conjunto ajuda a reiterar; d) classificação das formações discursivas enquanto núcleos de sentidos formados pelas reiterações de sentido; e) categorização das formações discursivas pelo nome da finalidade do jornalismo que estão demarcando; f) problematização das finalidades a partir dos sujeitos discursivos.

Ressalto ainda que o número de sequências discursivas (SDs) pertencentes a cada formação discursiva é somado e apresentado durante a análise. Apesar de o interesse desta tese estar centrado em compreender **como** significam as falas dos sujeitos qualitativamente, os números são úteis para indicar a hegemonia dos sentidos, salientando que esses números advêm de uma análise construída e problematizada. Como aponta Petit (2008), não se trata de fazer uma análise quantitativa, mas sim é uma forma potencial de validação das análises em AD.

A seguir, apresento os eixos da pesquisa e as escolhas de objetos que permitiram analisar o discurso dos veículos, o discurso dos jornalistas e o discurso dos leitores, sob a ótica da Análise de Discurso. A Figura 1 resume a estruturação da análise.

⁶² Sequências discursivas (SDs) são trechos que o pesquisador recorta do texto que está analisando, cujo início e cujo final são delimitados pela identificação de sentidos que respondam à problemática de pesquisa ou ao que esteja sendo particularmente investigado. Posteriormente, servem para ilustrar o relato da pesquisa. Uma formação discursiva pode ser encontrada em um conjunto de sequências discursivas que compõem o mesmo sentido.

Figura 1 – Sistematização do corpus de análise dos sujeitos



Fonte: autoria própria

3.2.1 Discurso dos veículos

O veículo é um ator institucional, e seu discurso se inscreve no âmbito da fala organizacional. Busca-se apreender como os veículos apresentam as finalidades do jornalismo na construção do *ethos* discursivo, ou seja, na forma como representam a si diante do outro. Esse “outro”, com o qual a construção da imagem de si está sempre implicitamente relacionada (BERTASSO, 2014), se refere aos leitores, aos anunciantes,

aos jornalistas que fazem parte daquele veículo ou do mesmo grupo de comunicação, aos jornalistas e empresários que integram veículos concorrentes.

Os veículos selecionados são **Folha de S.Paulo, O Globo e O Estado de S. Paulo**. A escolha se deve ao fato de serem os três maiores jornais de referência brasileiros. Esses diários são considerados de referência porque possuem tradição no mercado, circulam em todo o território nacional e têm repercussão como fontes de informação para veículos de menor porte. Eles são referência no contexto jornalístico brasileiro tanto na edição impressa, quanto na versão *on-line* e também nas páginas que mantêm nos *sites* de redes sociais, como Facebook, Twitter e Instagram.

Benetti (2014) define as características dos jornais de referência, nas quais os três jornais se encaixam: têm ampla distribuição nacional; são produzidos por organizações que investem em estrutura para o exercício do jornalismo; causam repercussão de seus conteúdos originais; pautam grandes debates públicos; pautam outros veículos e são por eles monitorados; são reconhecidos no exterior como representativos do jornalismo brasileiro. Os três veículos também se enquadram nas características apontadas por Vidal-Beneyto para jornais de referência: serem imprescindíveis para outros veículos de comunicação; possibilitarem a presença e a expressão de grandes líderes políticos, de instituições sociais e associações representativas; e servirem externamente de referência sobre a realidade local (VIDAL-BENEYTO *apud* MAROCCO; ZAMIN; BOFF, 2009)⁶³. O recorte da tese também é corroborado por pesquisa de Marocco, Zamin e Boff (2009), que agrupa Folha de S.Paulo, O Globo e O Estado de S. Paulo dentre os jornais de referência brasileiros.

Segundo a aferição do IVC (Instituto Verificador de Comunicação), os jornais selecionados para a pesquisa estão em 1º, 2º e 4º lugares no ranking dos jornais brasileiros com maior circulação (Quadro 2). O mineiro Super Notícia, que ocupa o 3º lugar, é um jornal popular⁶⁴ que não preenche os requisitos de um veículo de referência, e por isso não se tornou objeto de análise.

⁶³ VIDAL-BENEYTO, José. **Diário de una ocasión perdida**: materiales para un principio. Barcelona: Editorial Kairós, 1981.

⁶⁴ Segundo Amaral (2006), o jornal popular se caracteriza pela sua maior aproximação com o leitor por meio de estratégias como a prestação de serviços e o entretenimento. A autora aponta que, por mais que a cobertura jornalística tenha ganhado uma grande importância nesse segmento nos últimos anos, ela não é feita nos mesmos padrões dos jornais de referência. Os jornais populares “têm entre seus preceitos editoriais a facilidade de leitura, identificação, interatividade, emoção, serviço e diversão e destina-se abertamente a um público leitor de renda baixa e pouca escolaridade” (AMARAL, 2006, p. 30).

Quadro 2– Circulação dos quatro maiores jornais do país em 2015 (soma de edições impressas e digitais)

Ranking	Título	Estado	Média diária de circulação nos quatro primeiros meses de 2015 (nº de exemplares)
1º	Folha de S. Paulo	SP	361.231
2º	O Globo	RJ	320.374
3º	Super Notícia	MG	314.766
4º	O Estado de S. Paulo	SP	250.045

Fonte: autoria própria, com dados do IVC⁶⁵

Cabe explicar que a tese não analisa se os veículos jornalísticos efetivamente cumprem as finalidades que dizem perseguir, mas sim busca pensar como os agentes do campo percebem as funções do jornalismo. A ressalva surge com base na reflexão de Walter Lippmann sobre opinião pública e democracia, ainda nos anos 1920, ao considerar que a função da imprensa não se confunde com o que a imprensa é realmente (ZAZK, 2008). Também não é objetivo da pesquisa analisar os discursos dos veículos comparativamente; o que importa é que, estando na posição de jornais de referência, Folha de S.Paulo, O Globo e O Estado de S. Paulo enunciam de *determinada maneira* o que percebem sobre as finalidades do jornalismo.

A seguir, apresento uma breve descrição dos jornais, tendo a clareza de que os veículos sedimentam sua percepção sobre as finalidades do jornalismo em sentidos construídos historicamente.

A **Folha de S.Paulo** é o jornal brasileiro de maior tiragem e circulação entre os diários nacionais de interesse geral. Também conhecido como **Folha**, foi fundado em 1921⁶⁶. A Folha se apresenta como o jornal mais vendido do país desde a década de 1980 e afirma que seu crescimento foi calcado nos princípios editoriais de pluralismo,

⁶⁵ Disponível em:

<<http://www.portalimprensa.com.br/noticias/brasil/72461/ivc+aponta+que+circulacao+dos+cinco+maiores+jornais+do+pais+cresceu+em+relacao+a+2014>>. Acesso em 20 nov. 2015.

⁶⁶ Em 19 de fevereiro de 1921, Olival Costa e Pedro Cunha fundam o jornal "Folha da Noite" e, em julho de 1925, é criada a "Folha da Manhã", edição matutina da "Folha da Noite". A "Folha da Tarde" é fundada 24 anos depois. Em 1º de janeiro de 1960, os três títulos da empresa ("Folha da Manhã", "Folha da Tarde" e "Folha da Noite") se fundem como o jornal Folha de S.Paulo. Disponível em:

<http://www1.folha.uol.com.br/institucional/historia_da_folha.shtml>. Acesso em: 14 jul. 2014.

apartidarismo, jornalismo crítico e independência. O jornal destaca ainda que foi o primeiro veículo de comunicação do Brasil a adotar a figura do *ombudsman* e a oferecer conteúdo *on-line* a seus leitores⁶⁷. O veículo segue os princípios editoriais do Grupo Folha e apresenta como missão produzir informação e análise jornalísticas com credibilidade, transparência, qualidade, agilidade, independência (econômica e editorial) e espírito crítico. As características da linha editorial, que norteiam o trabalho dos profissionais do Grupo Folha, estão detalhadas a partir de 1981 em diferentes projetos editoriais, sendo o de 1997 o que está em vigor até hoje. A Folha também tem um manual de redação bastante conhecido, que sofreu algumas modificações, sendo que a revisão de 2002 é a que segue valendo.

De acordo com o jornal, o site da Folha publica cerca de 500 notícias por dia e tem o compromisso de “produzir conteúdo na internet com a mesma qualidade da Folha, seguindo os princípios editoriais adotados pelo jornal”. Com 19 editorias de conteúdo com acesso livre na internet, a *Folha.com* conta com uma audiência de 17 milhões de visitantes únicos e 173 milhões de páginas vistas por mês. Produz ainda conteúdo para dispositivos móveis como *tablets*, *smartphones* e para as plataformas WAP e SMS (para celulares em geral)⁶⁸. A Folha de S. Paulo se apresenta como “um jornal a serviço do Brasil” (Figura 2).

O Grupo Folha, do qual a Folha faz parte, é um dos principais conglomerados de mídia do país e também “controla a maior empresa brasileira de conteúdo e serviços de internet (UOL), o site noticioso de jornal com mais audiência (Folha.com) e a maior gráfica comercial do Brasil (Plural), além de outros negócios”⁶⁹.

Figura 2 - Logo do jornal Folha de S.Paulo na homepage do site



Fonte: site da Folha

⁶⁷ Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/institucional/conheca_a_folha.shtml>. Acesso em: 17 nov. 2015.

⁶⁸ Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/institucional/folha_com.shtml>. Acesso em: 17 nov. 2015.

⁶⁹ Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/institucional/conheca_o_grupo.shtml>. Acesso em 19 nov. 2015.

O jornal **O Globo**, segundo veículo de maior circulação no país, foi fundado em 29 de julho de 1925 por Irineu Marinho. Também chamado em certas situações apenas como **Globo**, o veículo se apresenta como líder absoluto nas classes A e B e como um jornal que leva para os leitores muito mais do que informação porque “apoia projetos culturais e educacionais, além de ter um time de colunistas que reforçam a pluralidade e contribuem para que o leitor forme sua própria opinião, pois tem acesso ao que há de melhor em conteúdo”.

O jornal define que chegou aos 90 anos em 2015 “com um formato leve e atraente, renovando, mais uma vez, a aposta da origem, de inegociável qualidade editorial”. O veículo afirma que a última mudança gráfica, de 2012, dobrou a aposta na cor e na clareza de títulos, textos, infográficos e fotos⁷⁰. Campanhas institucionais afirmam que o jornal se baseia em valores fundamentais, como credibilidade, coletividade e o compromisso da empresa com o leitor, cumprindo “muito além do papel de um jornal” (Figura 3).

Figura 3 - Campanha do jornal O Globo de 2008



Fonte: site de O Globo

O veículo faz parte do Grupo Globo (até 2014 a marca era chamada de Organizações Globo⁷¹), que se define como “um grupo de mídia que cria, produz e

⁷⁰ Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/sociedade/metamorfose-grafica-em-nome-da-excelencia-editorial-17005361#ixzz3rwvo0800>>. Acesso em 19 nov. 2015.

⁷¹ Quando do lançamento da nova marca, o presidente do Grupo Globo, Roberto Irineu Marinho, disse que o novo nome reflete diretamente o significado da palavra grupo que, de acordo com o dicionário, é o conjunto de pessoas com os mesmos sentimentos e representações. “É isso que o novo nome representa: que temos identidade, valores e objetivos comuns. Queremos cada vez mais ser o ambiente onde todos se encontram. E encontram informação, diversão e cultura, instrumentos essenciais para uma sociedade que

distribui conteúdos de qualidade que informam, educam e divertem”. O grupo atua nos segmentos de jornais e revistas, impressos e digitais, através da Infoglobo e da Editora Globo. Além do jornal O Globo, a Infoglobo reúne os jornais diários Extra e Expresso, além de ter participação no jornal Valor Econômico⁷². As diretrizes editoriais do jornal O Globo seguem o documento de Princípios Editoriais do Grupo.

O jornal **O Estado de S. Paulo**⁷³, conhecido também como **Estadão**, foi fundado em 4 de janeiro de 1875 em São Paulo. É o mais antigo dos jornais da cidade de São Paulo ainda em circulação. Sua tiragem inicial era de 2 mil exemplares, bastante significativa para a população da cidade, estimada na época em 31 mil habitantes. “Pode-se dizer que a partir de então o jornal foi crescendo com a cidade e influenciando cada vez mais a evolução política do país, com a enorme responsabilidade de ser o principal veículo da mais republicana das cidades”, define o jornal⁷⁴.

O veículo associa sua imagem à credibilidade: “Pesquisas de mercado, há décadas, apontam o jornal como aquele que desfruta da maior credibilidade dentre todas as empresas jornalísticas brasileiras. E por várias vezes foi indicado por associações internacionais como sendo um dos diários mais completos do mundo, ao lado dos grandes jornais europeus e norte-americanos”⁷⁵.

O jornal integra o Grupo Estado e, conforme consta no site, é a “célula mãe” do grupo. Além do Estado de S. Paulo, o Grupo Estado possui os seguintes veículos: Rádio Eldorado, Agência Estado, OESP Mídia e site do Estadão. O Estadão é regido pelo Código de Ética e Conduta do Grupo e pelo Manual de Redação e Estilo do Estado⁷⁶. Em 2015, no

almeja a felicidade de todos e de cada um”, afirmou. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/economia/organizacoes-globo-adoptam-nova-marca-grupo-globo-13739502>>. Acesso em 20 nov. 2015.

⁷² O Grupo também é integrado por: TV Globo (principal canal de televisão brasileiro), Globo Filmes (coprodução de filmes brasileiros), Globosat (programadora de canais de TV por assinatura), Som Livre (área musical), Sistema Globo de Rádio (CBN e Rádio Globo), ZAP (Portal de Classificados), Globo.com (serviços e plataformas tecnológicas relacionadas à internet para as empresas do Grupo).

⁷³ O nome original do jornal era “A Província de S. Paulo”. Somente em janeiro de 1890, após o estabelecimento de uma nova nomenclatura para as unidades da federação pela República, receberia sua atual designação. O jornal foi fundado por 16 pessoas reunidas por Manoel Ferraz de Campos Salles e Américo Brasiliense, concretizando uma proposta de criação de um diário republicano surgida durante a realização da Convenção Republicana de Itu, com o propósito de combater a monarquia e a escravidão. Em 1902, Júlio Mesquita, redator desde 1885 e genro de José Alves de Cerqueira César, um dos 16 fundadores, torna-se o único proprietário. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/historico/>>. Acesso em: 20 jul. 2014.

⁷⁴ Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/historico/resumo/conti1.htm>>. Acesso em: 19 nov. 2015.

⁷⁵ Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/historico/resumo/conti8.htm>>. Acesso em: 19 nov. 2015.

⁷⁶ A primeira edição do Manual foi lançada em 1990, sob a autoria do jornalista Eduardo Lopes Martins Filho, com mais de 40 anos dedicados ao ofício de moldar textos na Redação do Estado. A terceira edição,

aniversário de 140 anos, o jornal lançou uma campanha apontando que muitas mudanças ocorreram desde a criação do jornal, mas só não tinha modificado o direito do público de querer saber. “O Brasil precisa saber. Quer saber? Estadão” (Figura 4).

Figura 4 - Slogan da campanha institucional de maio de 2015



Fonte: site do Estadão

Para compreender como esses jornais manifestam, em suas falas institucionais, as finalidades do jornalismo, selecionei os seguintes tipos de documentos: princípios editoriais, códigos de ética e manuais de redação. Esses materiais trazem a imagem de si que os veículos têm e buscam projetar e a imagem do jornalismo que os veículos buscam exercer, imaginam que deveriam exercer ou querem convencer os outros que estão comprometidos em exercer. Eles constituem convenções através das quais as organizações profissionais declaram os valores que guiam seu trabalho, determinam seu papel social e estabelecem as normas profissionais que consideram apropriadas (BERTRAND, 2002; HIMELBOIM; LIMOR, 2008). Vale lembrar que os documentos de páginas institucionais e materiais oficiais não são textos propriamente jornalísticos, e sim sobre jornalismo. Utilizei também três editoriais do jornal O Globo, porque os considerei diretamente relacionados à questão de pesquisa da tese: a) “Ampliar o compromisso”, publicado em 8 de agosto de 2003, b) “O dever de um jornal”, publicado em 17 de fevereiro de 2014, e c) “O dever de um jornal II”, publicado dois dias depois. Esses editoriais, embora sejam textos jornalísticos, são também claramente institucionais.

A busca pelos materiais institucionais dos veículos gerou um *corpus* consolidado de **38 documentos** que trazem sequências discursivas sobre as finalidades do

de 1997, ressalta que o documento busca aperfeiçoar a qualidade de cada jornalista do Estado e também democratizar um acervo de conhecimentos que pouco tempo antes ainda ficava confinado à redação.

jornalismo. Todas as citações dos jornais estão identificadas na análise do quarto capítulo pelo número do documento ao qual se refere⁷⁷, conforme listados no Quadro 3.

Quadro 3 - Documentos consultados para análise do discurso dos veículos

Número do documento	Resumo de dados do documento* *a identificação completa está nas referências bibliográficas da tese
DOC F1	FOLHA. Linha editorial - 1981.
DOC F2	FOLHA. Linha editorial - 1984.
DOC F3	FOLHA. Linha editorial - 1985.
DOC F4	FOLHA. Linha editorial - 1986.
DOC F5	FOLHA. Linha editorial - 1988.
DOC F6	FOLHA. Linha editorial - 1997.
DOC F7	FOLHA. Manual da Redação.
DOC F8	FOLHA. Campanhas da Folha: Assinaturas 2007 - Motivos.
DOC F9	FOLHA. Campanhas da Folha: Assinaturas 2007 - Jornal do Futuro.
DOC F10	FOLHA. Campanhas da Folha: Assinaturas 2009 - Manifesto.
DOC F11	FOLHA. Campanhas da Folha: Assinaturas 2009 - Linhas.
DOC F12	FOLHA. Conheça a Folha de S.Paulo.
DOC F13	FOLHA. Jornal todo dia, cor, tempo real? A Folha fez primeiro.
DOC F14	FOLHA. Missão, princípio e valores.
DOC F15	FOLHA. O jornalismo como crise permanente.
DOC F16	FOLHA. O que a Folha pensa.
DOC F17	PINTO, Ana Estela de Sousa. Folha explica Folha.

⁷⁷ Faço também a ressalva de que a Folha de S.Paulo apresenta textos de seis períodos que compõem a linha editorial do veículo (de 1981, 1984, 1985, 1986, 1988, 1997) e que todos, em conjunto, constituem o Projeto Folha. Assim, em função de o veículo não entender que o projeto mais atual substitui os anteriores, mas sim que os sucessivos documentos têm detalhado o projeto editorial da Folha, uso as definições de todos os períodos como parte do entendimento que a Folha tem hoje do jornalismo, apenas apontando a data para fins de contextualização.

DOC G1	O GLOBO. Princípios Editoriais das Organizações Globo.
DOC G2	O GLOBO. Sobre a Infoglobo.
DOC G3	O GLOBO. Memória O Globo: 23 de outubro de 1957 - Em defesa da democracia.
DOC G4	O GLOBO. Memória O Globo: 25 de março de 1980 - Veículo do ano.
DOC G5	O GLOBO. O dever de um jornal.
DOC G6	O GLOBO. O dever de um jornal II.
DOC G7	O GLOBO. Metamorfose gráfica em nome da excelência editorial.
DOC G8	O GLOBO. Eu-Repórter: veja como transformar o seu flagrante em notícia.
DOC G9	O GLOBO. Pela cidadania, além do papel de um jornal.
DOC G10	O GLOBO. Propaganda institucional: Opinião - 5 de julho de 1989.
DOC G11	O GLOBO. Ampliar o compromisso.
DOC G12	O GLOBO. Evolução no ritmo da interatividade.
DOC G13	O GLOBO. Sob o impacto de grandes reportagens.
DOC G14	O GLOBO. Grupo Globo.
DOC G15	O GLOBO. Propaganda dos anos 80. In: MORETZSOHN, 2002, p. 164.
DOC E1	ESTADÃO. Grupo Estado: Código de Conduta e Ética.
DOC E2	MARTINS FILHO, Eduardo Lopes. Manual de Redação e Estilo de O Estado de S. Paulo.
DOC E3	ESTADÃO. Política de anticorrupção – Grupo Estado.
DOC E4	ESTADÃO. Assine Estadão.
DOC E5	ESTADÃO. Quem somos.
DOC E6	ESTADÃO. Publicidade.
DOC E7	ESTADÃO. Acervo – anos 1870.
DOC E8	ESTADÃO. Campanha Estadão 140 anos.

Fonte: autoria própria

3.2.2 Discurso dos jornalistas

O discurso dos jornalistas é investigado a partir de consulta a diversos tipos de fontes documentais, em duas perspectivas: a) documentos em que o jornalista é fonte, como entrevistas, biografias, documentários e pesquisas acadêmicas, coletados em livros e em buscas na internet; b) documentos em que o jornalista é o autor, como autobiografias, livros-reportagem, livros de memórias, livros de repórteres⁷⁸ ou produções de outra ordem que dão espaço para que os jornalistas tracem suas trajetórias e apontem a visão que têm sobre o papel do jornalismo. Esses documentos apresentam uma rede de discursos que são analisados sob a ótica da Análise de Discurso.

Na busca exploratória, li na íntegra 67 documentos que possuíam falas de jornalistas. Nem todas essas falas, porém, tratavam das finalidades do jornalismo. Esse mapeamento deu origem a um *corpus* consolidado de **40 documentos** em que foram encontrados trechos que respondem à pergunta de pesquisa desta tese⁷⁹. Nesses 40 documentos, encontrei sequências discursivas de **85 jornalistas** que trazem sentidos sobre a percepção que os jornalistas têm das finalidades do jornalismo.

As falas analisadas nesta pesquisa são dos seguintes jornalistas, listados em ordem alfabética: Adriana Carranca, Afanasio Jazadji, Agostinho Teixeira, Alberto Dines,

⁷⁸ Marocco (2012c) chama de “livros de repórteres” aqueles que condensam a experiência de jornalistas e contêm discursos sobre as práticas jornalísticas.

⁷⁹ O *corpus* consolidado consta a seguir no Quadro 3. Além desses 40 documentos em que efetivamente constam falas de jornalistas que foram mapeadas para esta pesquisa, foram consultados os 27 seguintes documentos em que não constam trechos discursivos referentes à problemática de pesquisa desta tese: 1) BARCELLOS, Caco. **Rota 66**: a história da polícia que mata; 2) BARCELLOS, Caco. **Abusado**: o dono do Morro Dona Marta; 3) CARTA, Mino. **O castelo de âmbar**; 4) CASTILHO, Carlos. **Qual a função do jornalismo em momentos de crise?**; 5) CONTI, Mario Sergio. **Notícias do Planalto**: a imprensa e o poder nos anos Collor; 6) LIMA, Edvaldo Pereira. **Páginas ampliadas**: o livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura; 7) FIGARO, Roseli. **As mudanças no mundo do trabalho do jornalista**. 8) FONSECA, Virgínia. **Indústria de notícias**: capitalismo e novas tecnologias no jornalismo contemporâneo; 9) FORTES, Leandro. **Os segredos das redações**: o que os jornalistas só descobrem no dia a dia; 10) MELO, José Marques de. **Imprensa brasileira**: personagens que fizeram história. Vol.1; 11) NASSIF, Luis. **Sobre o maniqueísmo nas discussões da Internet**; 12) ROSSI, Clóvis. **Enviado especial**: 25 anos ao redor do mundo; 13) SINGER, André et al (org). **No Planalto com a imprensa**; 14) TRAVANCAS, Isabel. **O mundo dos jornalistas**; 15) TORTURRA, Bruno. **Olho da rua**; 16) DINES, Alberto. **Alberto Dines fala sobre o papel social do jornalista**; 17) WAINER, Samuel. **Samuel Wainer I (depoimento, 1996)**; 18) DANTAS, Audálio. **Jornalista fala sobre a diversidade e o papel da imprensa**; 19) JORNALISTAS & CIA. **Especial Dia do Jornalista 2012**; 20) JORNALISTAS & CIA. **Especial Dia do Jornalista 2013**; 21) JORNALISTAS & CIA. **Especial Dia do Jornalista 2010**; 22) JORNALISTAS & CIA. **Especial Dia da Imprensa 2014**; 23) CASTILHO, Carlos. **Watchblogs, a nova patrulha da imprensa**; 24) CASTILHO, Carlos. **O estado "crítico" da imprensa**; 25) FRIAS FILHO, Otavio. **"O jornalismo é o reino da precariedade"**; 26) MARINHO, João Roberto. **"Somos criticados diariamente. É um dado da nossa realidade"**; 27) VIEIRA, Lívia. **Parâmetros éticos para uma política de correção de erros no jornalismo online**.

Alice-Maria, Altair Nobre, Altamir Tojal, Ana Arruda Callado, André Trigueiro, Armando Nogueira, Augusto Nunes, Bruno Paes Manso, Caco Barcellos, Caio Túlio Costa, Carlos Chagas, Carlos Heitor Cony, Carlos Eduardo Lins da Silva, Carlos Wagner, Celito de Grandi, César Tralli, Cid Martins, Cláudia Safatle, Dal Marcondes, Domingos Meirelles, Dora Kramer, Eduardo Tessler, Eleonora de Lucena, Eliane Brum, Eliane Cantanhêde, Ernesto Paglia, Evandro Carlos de Andrade, Fabio Altman, Fabio Santos, Fátima Bernardes, Fernando Rodrigues, Flávio Tavares, Gabriel Priolli, Geneton Moraes Neto, Glória Maria, Gumersindo Lafuente, Guilherme Zocchio, James Alberti, José Arbex Jr., José Hamilton Ribeiro, Juliano Basile, Juliana Dal Piva, Leandro Fortes, Lillian Witte Fibe, Luis Nassif, Luiz Antonio Villas-Bôas Corrêa, Luiz Carlos Azenha, Luiz Cláudio Cunha, Luiz Garcia, Marcelo Canellas, Marcelo Rech, Marcelo Rezende, Marco Antônio Gomes, Marcos Guterman, Márion Strecker, Mauri König, Mino Carta, Miriam Leitão, Natália Viana, Nelson Blecher, Núbia Silveira, Otavio Frias Filho, Paulo Moreira Leite, Paulo Nogueira, Raquel Balarin, Renata Lo Prete, Ricardo Boechat, Ricardo Kotscho, Ricardo Noblat, Roberto Civita, Roberto Müller Filho, Robinson Cerântula, Rodrigo Mesquita, Sérgio Dávila, Sidnei Basile, Tatiana Merlino, Tereza Cruvinel, Thaís Oyama, Tiago Lobo, Thomas Traumann, Zuenir Ventura.

Todas as citações de jornalistas estão identificadas na análise do quinto capítulo pelo número do documento ao qual se refere, sejam livros ou textos, conforme listados no Quadro 4.

Quadro 4 - Documentos consultados para análise do discurso dos jornalistas

Número do documento	Resumo de dados do documento* *a identificação completa está nas referências bibliográficas da tese
DOC 1	DE CARLI, Ruvana. Deficiente <i>versus</i> pessoa portadora de deficiência: uma análise discursiva dos jornais Zero Hora e Correio do Povo.
DOC 2	PEREIRA, Fábio. Jornalistas-intelectuais no Brasil.
DOC 3	MAROCCO, Beatriz (org.). Entrevista: na prática jornalística e na pesquisa.
DOC 4	NOBLAT, Ricardo. A arte de fazer um jornal diário.

DOC 5	JORNALISTAS & CIA. Especial dia do Jornalista 2011.
DOC 6	SANZ, Bruna. “Temos que militar no jornalismo”, avalia criador do site Ponte.
DOC 7	MONTIPÓ, Criselli; FARAH, Ângela. Relato humanizado no jornalismo: a importância da humanização na narrativa para um jornalismo transformador.
DOC 8	HABIB, Lia. Jornalista: profissão mulher.
DOC 9	CLEMENTE, Ana Tereza (edit.). Marília Gabriela Entrevista: 10 anos.
DOC 10	RITO, Lúcia; ARAÚJO, Maria Elisa de; ALMEIDA, Candido José Mendes de. Imprensa ao vivo.
DOC 11	KOTSCHO, Ricardo. Repórter não é polícia, imprensa não é justiça.
DOC 12	ABREU, Alzira Alves de; ROCHA, Dora (org.). Elas ocuparam as redações: depoimentos ao CPDOC.
DOC 13	SEABRA, Roberto; SOUSA, Vivaldo de. Jornalismo político: teoria, história e técnicas.
DOC 14	BUCCI, Eugênio; BASILE, Sidnei. Jornalismo sitiado.
DOC 15	ABREU, Alzira Alves de; LATTMAN-WELTMAN, Fernando; ROCHA, Dora (org.). Eles mudaram a imprensa: depoimentos ao CPDOC.
DOC 16	WAGNER, Carlos. Jornalismo e experiência profissional. Entrevista concedida ao Frente a Frente.
DOC 17	FURTADO, Jorge. O mercado de notícias: entrevistas com jornalistas.
DOC 18	NOBLAT, Ricardo. O que é ser jornalista: memórias profissionais de Ricardo Noblat.
DOC 19	PAIXÃO, Patrícia (org.). Mestres da reportagem: alunos de Jornalismo da FASP.
DOC 20	VIEIRA, Geraldinho. Complexo de Clark Kent. São super-homens os jornalistas?
DOC 21	MÜHLAUS, Carla. Por trás da entrevista.
DOC 22	LINS DA SILVA, Carlos Eduardo. Mil dias: seis mil dias depois.
DOC 23	JORNALISTAS & CIA. Especial dia do Jornalista 2015.
DOC 24	MAROCCO, Beatriz. O jornalista e a prática.

DOC 25	RIBEIRO, José Hamilton. O gosto da guerra.
DOC 26	MELO, José Marques de. Imprensa brasileira: personagens que fizeram história. Vol. 2.
DOC 27	BARCELLOS, Caco. Abujamra entrevista o audacioso e experiente jornalista Caco Barcellos. Entrevista concedida a Antônio Abujamra.
DOC 28	MESQUITA, Rodrigo Lara. “O papel do jornal sempre será o de articulador da sociedade”.
DOC 29	PAIXÃO, Patrícia (org). Jornalismo policial: histórias de quem faz.
DOC 30	VIANA, Natália. Iniciativas jornalísticas inovadoras. Entrevista concedida a Alberto Dines.
DOC 31	BOECHAT, Ricardo. Desafios da atuação profissional. Entrevista concedida a Rodrigo Seco.
DOC 32	TRIGUEIRO, André. Literatura & Sustentabilidade: André Trigueiro fala sobre o papel do jornalista.
DOC 33	JORNALISTAS & CIA. Especial Dia do Jornalista 2007.
DOC 34	LOBO, Tiago. Sobre o papel social do jornalismo.
DOC 35	KOTSCHO, Ricardo. O DNA do repórter. Entrevista concedida a Eugênio Araujo.
DOC 36	CHILDHOOD. Para Marcelo Canellas, seu papel de jornalista e cidadão é quebrar tabus.
DOC 37	MARCONDES, Dal. Que perguntas o jornalista deve responder?
DOC 38	TRAUMANN, Thomas. O jornalismo, o joio e o trigo.
DOC 39	BALARIN, Raquel. "As empresas de jornalismo desvalorizaram sua matéria prima".
DOC 40	ESSENFELDER, Renato. O editor e seus labirintos: reflexos da crise de paradigmas do jornal impresso.

Fonte: autoria própria

Cabe destacar que, para esta pesquisa, o critério para considerar o profissional como *sujeito jornalista* foi o fato de atuar como tal na vida profissional. Faço essa ressalva porque grande parte dos autores e pesquisadores que problematizam o campo jornalístico são também jornalistas, mas seus discursos não foram tomados como objeto

de análise nesta pesquisa se atualmente atuam como professores ou pesquisadores. Também é importante explicar que as falas de jornalistas foram buscadas fora dos espaços institucionais dos jornais – por exemplo, não foram consideradas as entrevistas que Sérgio Dávila concedeu nos vídeos institucionais da Folha, mas quando ele foi chamado para falar como jornalista em outros espaços.

Os jornalistas analisados neste trabalho foram previamente escolhidos por processos editoriais (quando escrevem seus próprios livros), por autores e pesquisadores que selecionaram esses profissionais como dignos de falarem sobre o campo ou ainda por colegas de profissão ou outros profissionais (como cineastas, por exemplo) que selecionaram jornalistas para serem entrevistados e falarem sobre sua trajetória e sobre o que pensam do jornalismo. Dessa forma, os jornalistas consultados contam com certa *reputação*. Segundo Pereira (2011), o conceito de reputação está ligado ao processo de atribuição da identidade pelo outro durante o processo interacional, pois toda reputação é, em alguma medida, partilhada pelos demais membros do mundo social.

Compreendo que o reconhecimento desses jornalistas é, em alguma medida, partilhado por outros grupos e, então, os sentidos construídos por eles adquirem representatividade para serem tomados por esta pesquisa. Além disso, mapear percepções de jornalistas de diferentes tipos de veículos e localidades enriquece o escopo de possibilidades de encontrar sentidos sobre as finalidades do jornalismo⁸⁰. Obviamente, as percepções advindas dessa amostra não podem ser tomadas como se fossem as de todos os jornalistas, mas esta é uma questão para qualquer pesquisa. O que trago é um resultado significativo de *como falam os jornalistas que falam*, ou seja, quais os sentidos construídos por esses jornalistas que estão discutindo o seu papel, especificando que estamos falando do jornalismo no contexto brasileiro.

Ao escolher este método de coleta e construção do *corpus* – e não o método da entrevista com cinco ou 10 jornalistas, por exemplo –, procurei assegurar dois

⁸⁰ A construção do *corpus* para análise do discurso dos jornalistas foi um grande desafio desta pesquisa. Inicialmente, a ideia era que fossem realizadas entrevistas com alguns jornalistas. No entanto, ao longo da construção teórica e metodológica da tese, considerando as complexidades e as singularidades dos três eixos trabalhados (veículos, jornalistas e leitores), optei por analisar o discurso dos jornalistas *apenas* por meio de materiais já existentes. Essa tarefa tornou-se mais desafiadora do que inicialmente parecia: afinal, antes de mapear os sentidos, era preciso montar o *corpus*, para além de uma seleção de período de análise. Era preciso investigar livros de diversas ordens escritos por jornalistas ou com jornalistas sendo entrevistados, mapear em todas as obras e em todos os espaços se os profissionais diziam algo referente ao recorte para, então, passarem a pertencer ao *corpus*. Dessa forma, a Análise de Discurso foi sendo feita num *corpus* que passou por um longo processo de construção.

elementos importantes: a) um *corpus* mais exaustivo (85 jornalistas são mais representativos do que 5 ou 10, atuam em veículos diferentes, são de diferentes gerações e distintos lugares do país); b) discursos sobre os quais eu não tivesse qualquer tipo de interferência, que já estivessem circulando e que já estivessem de algum modo legitimados.

3.2.3 Discurso dos leitores

O discurso dos leitores é estudado a partir da análise dos **comentários coletados nos sites e em páginas no Facebook dos três jornais** (Folha de S.Paulo, O Globo e O Estado de S. Paulo). Esse material é bastante fértil, já que os comentários são espontâneos, estão disponíveis em páginas públicas e não sofrem qualquer interferência ou condução de um pesquisador (HAGEN, 2009).

A grande vantagem metodológica de usar a web em relação aos suportes tradicionais – questionários, entrevistas, observação de campo, grupo focal – é que **o pesquisador se mantém oculto e nunca interfere no curso das discussões**; recolhendo anonimamente as marcas deixadas pelos usuários, não tem como causar desconforto ou gerar possíveis desvios nos relatos, um dos grandes problemas da recepção. O pesquisador, quando entra em contato com os sujeitos de um determinado grupo ou lugar, automaticamente estabelece uma relação empática, recíproca e interativa. Nenhum dos dois agirá exatamente da mesma maneira depois dessa aproximação: simpatias, antipatias, medos, expectativas, tudo isso passa a mediar a informação coletada. Muitas são as reações possíveis do entrevistado – e muitas inconscientes –, que vão desde dizer o que supõe ser importante para o entrevistador ou, de forma contrária, omitir informações pela baixa empatia ou segurança que sente. De qualquer forma que se apresente, o pesquisador sempre será um “corpo estranho”, um “espião”. **Na web, essa questão é plenamente superada** (HAGEN, 2012, p. 316, grifos meus).

Os comentários são espaços de intervenção que cristalizam, materializam e manifestam a atividade de reconhecimento que o leitor faz do discurso jornalístico (ANSELMINO, 2012). Os comentários dos leitores são o que podemos chamar, nos termos de Mouillaud (2012a), de “leitura pública” que dá um retorno aos enunciados, à leitura privada que o público faz dos exemplares⁸¹. Benetti (2012, p. 160) entende que

⁸¹ Cabe pontuar que os comentários dos leitores são *um dos* tipos de interação do público com o jornalismo. Williams, Wardle e Wahl-Jorgensen (2011, p. 88), a partir de observações na redação da BBC, encontraram cinco tipos do que chamam de “materiais da audiência”. Além dos comentários da audiência (seja em SMS, e-mails, postagens), eles listam outros: **conteúdo da audiência** (incluindo fotos, contar experiências, indicar o pontapé inicial de uma história etc.), **conteúdo de “não-notícias”** (como fotos da natureza, do clima etc.), **conteúdo colaborativo** (colaborações offline entre jornalistas e membros da

“o leitor que escreve no espaço dos comentários se apropria do discurso jornalístico e constrói, por sua vez, um novo discurso sobre o que leu”, tornando-se assim um leitor escritor (STORCH, 2009).

Estudar o leitor real é, como define Benetti (2014), um dos grandes desafios da pesquisa contemporânea⁸². Uma preocupação importante na definição do *corpus* de análise dos leitores é construir uma amostra representativa, pois é sobre a frequência dos sentidos que se repetem que o analista poderá trabalhar (HAGEN, 2012). É preciso considerar que, ao lidar com esse tipo de objeto empírico, o *corpus* é *relativamente* estável: a etapa de coleta é sempre o recorte da “amostra existente naquele momento”, já que os *sites* e as redes sociais são dinâmicos, e que o número de comentários pode aumentar ao longo do tempo – mesmo que o post ao qual se referem seja antigo (BENETTI, 2014, p. 31). É por isso que Fragoso, Recuero e Amaral (2011, p. 55, grifos meus) afirmam que a internet é um universo de investigação particularmente difícil de recortar por três razões:

[...] em função de sua **escala** (seus componentes contam-se aos milhões e bilhões), **heterogeneidade** (grande variação entre as unidades e entre os contextos) e **dinamismo** (todos os elementos são permanentemente passíveis de alteração e a configuração do conjunto se modifica a cada momento).

Apesar de desafiador, é fundamental se debruçar sobre o estudo do leitor real porque, para que o jornalismo consiga construir os sentidos desejados, é preciso que o leitor reconheça e legitime aquele lugar de enunciação. Além disso, a condição de finalidade do contrato de comunicação não pode ser efetivamente compreendida sem conhecer o que o leitor pensa sobre a finalidade, a função ou o papel do jornalismo (BENETTI, 2011). Para fazer a avaliação desta função social, os leitores utilizam valores reconhecidos a partir de princípios deontológicos (SERRA, 2006), que são construídos pelos veículos jornalísticos e pelos jornalistas no seu *ethos*, mostrando que é fundamental nesta tese atentar para a construção das imagens que os sujeitos fazem de si e do outro.

audiência) e **jornalismo em rede** (iniciativas online de colaboração dentro de comunidades para melhorar a produção jornalística).

⁸² O aporte metodológico específico para investigar o discurso dos leitores por meio da AD vem sendo desenvolvido e aprimorado no Núcleo de Pesquisa em Jornalismo (Nupejor), na UFRGS, coordenado por Marcia Benetti, como em dissertação que investiga os valores associados pelo leitor à credibilidade do jornalismo (LISBOA, 2012) e em pesquisa que problematiza os níveis de adesão do leitor ao contrato de comunicação proposto pelo jornalismo (BENETTI; REGINATO, 2014; BENETTI; DALMASO, 2014).

O leitor que se manifesta em *sites* de veículos e *sites* de redes sociais é um sujeito que se desloca da posição que tradicionalmente lhe foi reservada (“leitor é quem lê”) para ocupar outro lugar discursivo. Nesse novo lugar, ele produz sentidos sobre muitos temas; entre eles, o jornalismo.

Nesta pesquisa, a análise do discurso dos leitores iniciou com o monitoramento dos comentários nas páginas do Facebook e nos *sites* dos três veículos. Comecei fazendo a busca por notícias e postagens que propiciassem mais discussão sobre o tema da tese nos comentários, como pedidos de desculpa por algum erro cometido, matérias de premiação dos jornais ou de algum jornalista, postagens institucionais produzidas especialmente no aniversário dos diários, lançamento de novos cadernos, efemérides (aniversário das edições digitais, 15 anos de *ombudsman* na Folha etc.), discussão sobre a obrigatoriedade do diploma.

O site da Folha possibilita o acesso ao perfil dos leitores, contendo todos os comentários já feitos por aquele leitor nas matérias do jornal e indicando o texto ao qual o leitor faz referência. Este recurso me permitiu fazer o mapeamento a partir de leitores que observei que estavam discutindo o jornalismo – e nessa busca encontrei, por exemplo, leitores com mais de dois mil comentários em seus perfis. A partir de comentários críticos de leitores, cheguei a matérias que geraram debate e então pude ver outras centenas de comentários sobre o tema em questão. Assim, a coleta de comentários também foi feita a partir de uma rede de temas e de leitores. O interessante, metodologicamente, é que esse cruzamento das buscas possibilita mapear um universo maior de discurso dos leitores, tanto em matérias institucionais quanto em pautas factuais. Registre-se que apenas a Folha disponibiliza esse acesso ao perfil de cada leitor.

Após a leitura de milhares de comentários, cheguei a um *corpus* consolidado de **279 comentários**, postados por **250 leitores**, que tratam das finalidades do jornalismo e respondem ao problema de pesquisa desta tese. Os espaços dos *sites* e das páginas do Facebook consultados constam no Quadro 5. A busca se deu até 6 de janeiro de 2016, e o mais antigo dos itens do *corpus* é de 10 de junho de 2010, cobrindo um período representativo de mais de cinco anos de comentários de leitores que se expressam nas páginas do Facebook e nos *sites* dos veículos. A seleção se deu de forma qualitativa, buscando pensar *o que e como dizem* os leitores que dizem. Ou seja, o foco não é pensar

qual a porcentagem de leitores que discute as finalidades do jornalismo, mas sim ver os sentidos construídos por aqueles que decidem se manifestar⁸³.

Quadro 5 - Espaços consultados em busca de comentários de leitores

Jornal	Seções analisadas (Site)	Seções analisadas (Facebook)	Número total de leitores e de comentários
Folha	- <i>Ombudsman</i> ⁸⁴ - Especial Folha 90 anos (19/2/2011) - O que a Folha pensa (19/2/2014) - Painel do Leitor ⁸⁵	- Postagens ⁸⁶ - Política de uso de comentários ⁸⁷ - Avaliações dos leitores ⁸⁸ - O que a Folha pensa (19/2/2014) - Vídeos ⁸⁹	105 comentários 76 leitores
O Globo	- Busca <i>site</i> ⁹⁰ - Matérias de capa do <i>site</i> que trazem indicativo de número de comentários ⁹¹	- Postagens ⁹² - Notas ⁹³ - Vídeos ⁹⁴	33 comentários 33 leitores

⁸³ Está claro que se trata de um recorte em dois sentidos: a) entre os leitores de forma geral seleciono aqueles que possuem Facebook e comentam nesta rede social ou aqueles que acessam o *site* – tendo a noção de que somente metade dos brasileiros (48%) usa a internet e, entre esses, 83% utilizam Facebook (BRASIL, 2014); b) no universo de leitores que comenta no Facebook e nos *sites* dos veículos, me interessam apenas aqueles que efetivamente produzem sentidos sobre as finalidades do jornalismo.

⁸⁴ Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/ombudsman/>>.

⁸⁵ Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/paineldoleitor/>>. No Painel do Leitor da Folha, existe a possibilidade de busca por palavras-chave. Fiz a busca por “jornalismo” e “jornalismo leitor”, encontrando matérias ou *posts* do Painel do Leitor que falavam de jornalismo, ajudando a refinar a busca.

⁸⁶ Disponível em: <<https://www.facebook.com/folhadesp/>>.

⁸⁷ Disponível em: <<https://www.facebook.com/notes/folha-de-spaulo/termos-e-condi%C3%A7%C3%B5es-de-uso-coment%C3%A1rios/193605323999708>>.

⁸⁸ Disponível em: <<https://www.facebook.com/folhadesp/reviews>>. A Folha é o único dos três jornais que possibilita que os leitores avaliem o veículo no Facebook.

⁸⁹ Disponível em: <<https://www.facebook.com/folhadesp/videos>>.

⁹⁰ Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/busca/?q=jornalismo+leitor>>. Apesar de não ter um espaço específico de Opinião do Leitor no site, realizei a busca “jornalismo leitor” para refinar textos e tentar encontrar comentários. No entanto, quase a totalidade das matérias que discutiam o jornalismo estavam fechadas para comentários.

⁹¹ Nas matérias em destaque na capa do site, nas matérias que permitem comentários O Globo traz o número de comentários.

⁹² Disponível em: <<https://www.facebook.com/jornaloglobo>>.

⁹³ Disponível em: <<https://www.facebook.com/jornaloglobo/notes>>.

⁹⁴ Disponível em: <<https://www.facebook.com/jornaloglobo/videos>>.

Estadão	- Fórum dos Leitores ⁹⁵ - Vídeo “Quer saber? Estadão 140 anos” - Leitores comentam os 140 anos do Estadão ⁹⁶ - Estadão 141 anos (6/1/2016)	- Postagens ⁹⁷ - Vídeo “Quer saber? Estadão 140 anos” ⁹⁸ - Vídeos ⁹⁹	141 comentários 141 leitores
----------------	---	---	---------------------------------

Fonte: autoria própria

Além dos *sites* oficiais que condensam a produção jornalística e institucional dos jornais, a escolha do Facebook como espaço de análise se dá em função de as redes sociais criarem um ambiente rico para investigar o funcionamento do jornalismo, em razão das conexões entre os atores sociais e dos laços permitidos por essas conexões (GARTON *et al*, 1997; RECUERO, 2010; ZAGO, 2011). Plataformas como o Facebook servem para acelerar ainda mais a velocidade em que as matérias noticiosas são compartilhadas, debatidas e às vezes desacreditadas (BRUNS, 2011). Através dos comentários dos leitores tanto nos *sites* quanto no Facebook, é possível perceber os movimentos de reconhecimento que o leitor faz para pensar as finalidades do jornalismo, e isso exige que o leitor ocupe determinado lugar de fala e de interpretação, sabendo das características que singularizam o discurso jornalístico (BENETTI; STORCH; FINATTO, 2011).

Os *sites* de redes sociais “possuem mecanismos de individualização (personalização, construção do eu, etc.), mostram as redes sociais de cada ator de forma pública e possibilitam que os mesmos construam interações nesses sistemas” (RECUERO, 2010, p. 103). Eles possibilitam a manutenção de conexões preexistentes e também o estabelecimento de novas conexões, a partir de interesses compartilhados pelos indivíduos (BOYD; ELLISON, 2007), o que nos ajuda a pensar na relação entre os leitores. Embora não seja voltado especificamente para as práticas jornalísticas, um *site*

⁹⁵ Disponível em: <<http://opinio.estadao.com.br/noticias/geral.forum-dos-leitores.10000006815>>. Fiz a busca por “jornalismo” e “Jornal Leitor” no site, o que auxiliou no refinamento das buscas.

⁹⁶ Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/geral.leitores-comentam-os-140-anos-do-estadao.1621612>>.

⁹⁷ Disponível em: <<https://www.facebook.com/estadao/>>.

⁹⁸ Disponível em: <<https://www.facebook.com/estadao/videos/vb.115987058416365/1233035720044821/?type=2&theater>>.

⁹⁹ Disponível em: <<https://www.facebook.com/estadao/videos>>.

de redes sociais pode ser apropriado por seus usuários para o jornalismo (ZAGO; RECUERO, 2011).

Criado em 2004, o Facebook atinge atualmente 1,55 bilhão de usuários ativos a cada mês¹⁰⁰. Em 27 de agosto de 2015, o criador do Facebook, Mark Zuckerberg, postou em seu perfil na rede um vídeo anunciando que a rede social bateu a marca de 1 bilhão de usuários conectados em um único dia. Ele comemorou esse marco importante: em um dia “1 entre 7 pessoas na Terra usaram Facebook”¹⁰¹.

Os jornais Folha de S.Paulo, O Globo e O Estado de S. Paulo possuem páginas no Facebook com uma quantidade bastante expressiva de curtidores (Quadro 6), ou seja, com um número de pessoas que assinam o canal personalizado de distribuição de informações desses jornais – definição que Santaella e Lemos (2010) dão a “seguir um usuário no Twitter” e que compreendo como igual a curtir uma página no Facebook. As páginas têm espaço para os comentários dos seguidores em cada texto postado e, internamente, também há espaço para interação entre os comentadores. O discurso é interativo e, no caso dos comentários dos leitores, vemos muitas vezes gerar uma conversação.

Quadro 6 - Informações das páginas do Facebook dos três veículos analisados

Veículo	Endereço da página no Facebook	Número de curtidores no Facebook* * em 27 janeiro de 2016	Data de criação da página
Folha	www.facebook.com/folhadesp	5.258.640 pessoas	23 de maio de 2010
O Globo	www.facebook.com/jornaloglobo	4.487.009 pessoas	8 de junho de 2010
Estadão	www.facebook.com/estadao/	3.025.872 pessoas	23 de agosto de 2010

Fonte: autoria própria

¹⁰⁰ Dados divulgados por Mark Zuckerberg em novembro de 2015. Disponível em: <<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10102457977071041&set=a.529237706231.2034669.4&type=3&theater>>. Acesso em 21 nov. 2015.

¹⁰¹ O post de Mark Zuckerberg, com um vídeo comemorativo, está disponível em: <<https://www.facebook.com/zuck/videos/10102329253030051/>>. Acesso em 21 nov. 2015.

Para acessar o conteúdo dos veículos no Facebook, o leitor pode escolher buscar as informações postadas na página pelos jornais ou receber “espontaneamente” em sua *timeline* essas informações através de suas conexões sociais (por ter conexão direta com a página dos jornais ou através de amigos que tenham curtido a página dos jornais e replicam os conteúdos postados por meio de curtida, comentário ou compartilhamento).

Nesse processo, ocorre um espalhamento de informações (JENKINS; FORD; GREEN, 2013), garantindo cada vez mais visibilidade às páginas que são visíveis na rede: os jornais possuem visibilidade porque têm muitos atores conectados e, por serem bastante visíveis, agregam cada vez mais atores. Os jornais de referência podem ser classificados como “nós centrais” no Facebook, que têm mais chances de se fazerem ouvidos, ao passo que os “nós marginais” precisam se articular para que consigam obter uma visibilidade similar na mesma rede, como define Zago (2014, p. 45)¹⁰². A quase totalidade das postagens dos jornais no Facebook direciona os leitores para os *sites* dos veículos, os quais possuem suas particularidades na relação entre jornal-leitor como veremos a seguir.

Nos *sites*, a Folha e o Estadão facilitam a busca pelos comentários dos leitores e têm mais espaço de participação do leitor, mesmo que nem todas as matérias sejam abertas para comentários. Já o jornal O Globo é o que menos se preocupa com a participação do leitor em seu *site*, deixando grande parte das matérias fechadas para comentários e não apresentando uma seção exclusiva do leitor (como faz a Folha com o Painel do Leitor e o Estadão com o Fórum dos Leitores)¹⁰³. Segundo Mendes (2012), a partir do novo *site* lançado pelo Globo em 2011, as áreas de comentários passaram a ser restritas a, no máximo, três matérias diárias e, com a retirada do *site* antigo do ar, também foram removidos todos os comentários dos leitores da história do Globo na

¹⁰² Os jornais exercem seu papel de ator social, publicando conteúdos e interagindo com suas conexões, e cada leitor que curte a página é um ator social, que também apresenta suas conexões. Na constituição dos laços sociais entre os leitores e os veículos jornalísticos, é fundamental problematizar que Folha, O Globo e Estadão não são um ator social como qualquer outro, são atores institucionais, e as pessoas vão se relacionar com este ator de forma mais próxima, menos próxima, mais agressiva, mais fraterna, sabendo que ali não está um igual, sabendo que existe uma relação assimétrica do poder de enunciar. Esse “não nivelamento” se dá também porque o laço criado entre as páginas dos jornais e o leitor é unilateral: os leitores são “seguidores” e não “amigos” como num pedido de amizade bi-direcional (ZAGO, 2011, p. 21).

¹⁰³ O Globo tem um espaço no site para o “Eu-repórter”, mas não é um espaço de fala do leitor: a partir da sugestão do leitor, quem escreve é o jornalista.

internet. O jornal também acabou com o espaço de artigos do leitor, o que é um “retrocesso” do ponto de vista da relação com o público (MENDES, 2012)¹⁰⁴.

3.2.3.1 Facebook e *sites* dos jornais

Além da edição impressa, a **Folha** possui uma versão digital para web, com atualização *on-line*, sediada no endereço www.folha.uol.com.br/. Na edição digital, o jornal traz o Painel do Leitor (Figura 5) com diversas formas de participação do leitor, entre elas os comentários. Na maioria das matérias da Folha, existem espaços destinados aos comentários e, dentro deles, possibilidade de interação entre os leitores e de os leitores curtirem, não curtirem ou denunciarem o conteúdo do comentário feito por outro leitor (Figura 6). Além das matérias mais lidas, a Folha também destaca no *site* as mais comentadas (Figura 7).

Figura 5 - Painel do Leitor Folha

painel do leitor

Leitor diz que jornal tratou diferente os voos dos governos Aécio e Alckmin

10/01/2016 © 02h00

Compartilhar Ouvir o texto Mais opções

A **Folha** se declara comprometida com um jornalismo crítico, pluralista e apartidário. Mas parece que nem sempre consegue isso. A cobertura sobre o uso de aeronaves oficiais pelos governos de Aécio Neves e Geraldo Alckmin teve diferentes tratamentos. Enquanto a primeira mereceu um editorial (*Asas de um tucano*) e reportagem (*Aécio cedeu avião de Minas a políticos e celebridades*), a segunda rendeu uma notinha de somenos importância (**Painel**). A desproporção pode indicar apenas um descuido, mas vale apurar como se comportam os demais Governantes, inclusive do PT.

Ficar bem informado não custa nada

meu olhar

colabore com a folha

'ERROS E ACERTOS' Democracia precisa da participação de todos, diz leitora

(Belo Horizonte, MG)

Fonte: *site* da Folha¹⁰⁵

¹⁰⁴ “Com a decisão de apagar a história da participação do leitor no Globo em prol de uma reformulação que investiu sobretudo no design mais arrojado, O Globo terminou indo contra o discurso propagado de valorização do público e chamando a atenção para o modo crítico como é preciso encarar seu projeto de interatividade” (MENDES, 2012, p. 122).

¹⁰⁵ Nesta reprodução e em algumas que seguem, os nomes dos leitores foram ocultados para preservar a identidade dos comentaristas.

Figura 6 – Comentários dos leitores nas matérias da Folha

comentários [Ver todos os comentários \(132\)](#)

Comentar esta reportagem

Peter J (8140) *ontem às 09h36* 👍 9 👎 0 ⚠️ Denunciar + COMPARTILHAR

 Brasil, país onde o crime compensa. Ser honesto equivale a ser idiota.

O comentário não representa a opinião do jornal; a responsabilidade é do autor da mensagem

➔ Responder

Maquiavel (5614) *ontem às 10h20* 👍 8 👎 2 ⚠️ Denunciar + COMPARTILHAR

 Agora é que eu quero ver. Todos sabem que Edú não é "inocente". O problema nessa história toda (e quem tiver memória sabe disso) o phethe nunca quis Edú presidindo a câmara dos deputados porque ele não "apoiaria" toda e qualquer ação do governo federal. No meio disso tudo, chegou a Lava Jato e, o resto todos sabemos. Mas o pior de tudo isso é que Edú "ousou" acolher o pedido do Bicudo sobre o Impeachment da Dilma. Esse é o verdadeiro motivo dessa campanha contra ele.

O comentário não representa a opinião do jornal; a responsabilidade é do autor da mensagem

Fonte: *site* da Folha

Figura 7 – Espaço de matérias mais comentadas no *site* da Folha

+ LIDAS	+ COMENTADAS	+ ENVIADAS	ÚLTIMAS
1	STF sinaliza a governo não haver elementos para afastar Cunha		
2	Netanyahu acusa chefe da ONU de 'incentivar terror' após críticas a Israel		
3	Análise: Sem ser citado, Lula é o alvo da nova fase da Lava Jato		
4	Lobista muda versão apresentada em delação e favorece José Dirceu		
5	Governo de São Paulo cancelou contrato para forçar propina, diz delator		

Fonte: *site* da Folha

No Facebook, com mais de 5 milhões de curtidores na página, a Folha publica em média 65 postagens por dia e se apresenta da seguinte forma: “A Folha de S.Paulo

(www.folha.com) quer levar a você o melhor conteúdo, com pluralismo, jornalismo crítico e independência. Esta página foi feita para **receber a sua opinião**” (grifos meus). O veículo se classifica na categoria “Transmissão e produção de mídia – Jornal” (Figura 8). A Folha possui um documento com “Termos e condições de uso – comentários” explicando que tipo de conteúdo os comentários não podem conter e dizendo que “A Folha reserva-se o direito de eliminar comentários em desacordo com o propósito do *site*, a seu exclusivo critério”¹⁰⁶.

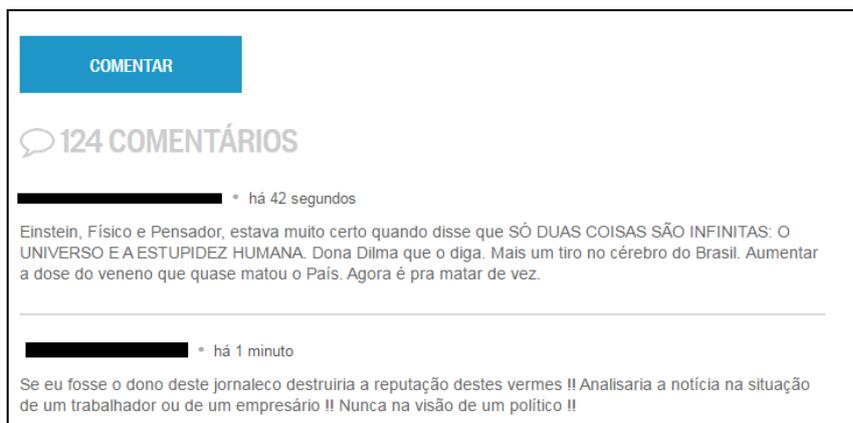
Figura 8 - Folha no Facebook



Fonte: página do Facebook da Folha

O Globo tem seu *site* na web sediado no endereço oglobo.globo.com/. O jornal disponibiliza espaço para os comentários apenas em algumas matérias e, dentro dessas, há espaço para a interação dos leitores (Figura 9). O jornal mostra na capa do *site* as matérias mais comentadas (Figura 10) e, nas chamadas de capa daquelas matérias em que o comentário é permitido, aponta o número de comentários que o texto já recebeu (Figura 11).

¹⁰⁶ Disponível em: <<https://www.facebook.com/notes/folha-de-spaulo/termos-e-condi%C3%A7%C3%B5es-de-uso-coment%C3%A1rios/193605323999708>>. Acesso em 22 nov. 2015.

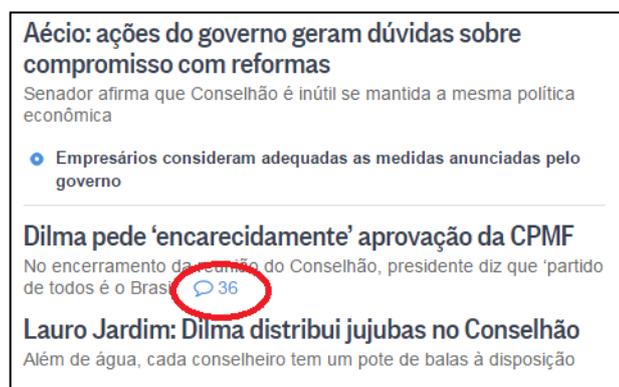
Figura 9 - Espaço de comentários no *site* do Globo

Fonte: *site* do Globo

Figura 10 - Espaço de matérias mais comentadas no *site* do Globo

+lidas	+comentadas
119	Medidas de incentivo ao crédito chegam a R\$ 83 bilhões
114	Em nota, Lula repudia tentativa de envolver seu nome na Lava-Jato
38	Dilma pede 'encarecidamente' aprovação da CPMF
37	Heitor Gushiken: 'A gente desconfia de influência de Lula com a OAS'
30	Governo divulga lista completa com os 92 integrantes do Conselho

Fonte: *site* do Globo

Figura 11 - Destaque na capa do Globo para número de comentários

Fonte: *site* do Globo

No Facebook, com mais de quatro milhões de curtidores, o Globo tem uma média de 47 postagens por dia. O jornal se descreve desta forma: “Olá! Este é um ponto de encontro, um **espaço para a conversa em torno de ideias e notícias**. 'Curta' a nossa página e seja bem-vindo(@)”. Também informa: “Aqui, postamos notícias que podem nos fazer rir, chorar, inspirar e indignar. **Queremos a sua opinião, sempre. O debate é necessário e saudável e nos ajuda a compreender o que vocês pensam e o que desejam**. Discordar faz parte, mas pedimos que as manifestações sejam pautadas pelo respeito ao outro. Afinal, ninguém gosta de ler ataques pessoais, palavras obscenas, textos comerciais e spam. Por isso, comentários contendo insultos, difamações e links que não estejam relacionados ao assunto discutido no post estão sujeitos à avaliação da equipe de Mídias Sociais e podem ser deletados” (grifos meus). O veículo se apresenta como “*Site de notícias/mídia*” (Figura 12).

Figura 12 - O Globo no Facebook

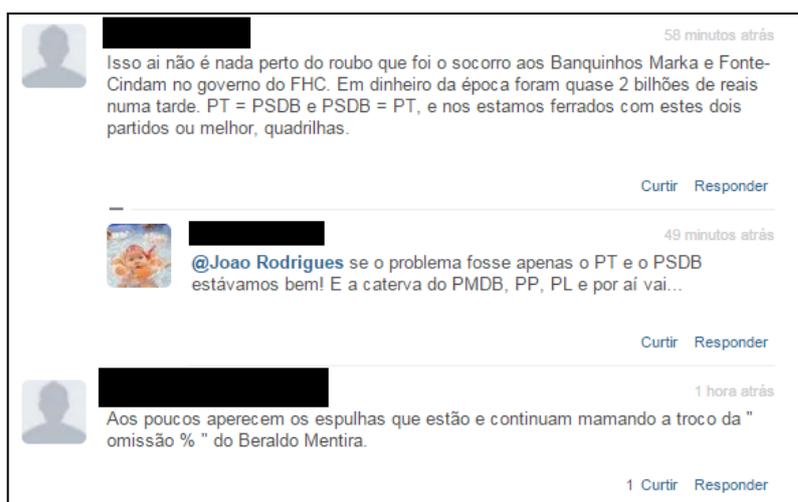


Fonte: página do Facebook do Globo

O **Estadão** tem seu *site* no endereço www.estadao.com.br. O jornal disponibiliza espaço para comentários dos leitores em determinados textos postados no *site* (não em todos) e possibilita que os leitores respondam e/ou curtam os comentários de outros (Figura 13). Na seção de “Opinião”, o jornal traz o Fórum dos Leitores, em que agrupa os

comentários por temática ou por data e é um espaço produtivo para encontrar discussões dos leitores sobre o jornalismo (Figura 14). O Estadão também traz em destaque na capa do *site* o número de comentários feitos pelos leitores (Figura 15).

Figura 13 - Espaço de comentários no Estadão *on-line*



Fonte: *site* do Estadão

Figura 14 – Fórum dos Leitores no Estadão *on-line*



Fonte: *site* do Estadão

Figura 15 – Indicativo do número de comentários nas matérias de capa do Estadão



Fonte: *site* do Estadão

No Facebook, com mais de três milhões de curtidores na página, o Estadão publica em média 50 postagens diariamente. O jornal se insere na categoria de “Site de notícias/mídia” e apresenta-se assim no Facebook: “Este é um espaço para participação e debate. Conheça as regras para mantermos discussões bacanas nesta página: <http://oesta.do/16n3p2z>” (Figura 16). O *link* é referente ao documento “Responsabilidade on-line”, em que o veículo aponta que tipo de conteúdo será considerado como infração e que pode levar desde a exclusão do conteúdo pela equipe do veículo até perder o direito de acesso ao *site*. O jornal aponta ainda: “O *Estadão.com.br* faz questão de oferecer um espaço democrático para a livre troca de ideias, manifestação de opiniões e interação entre as pessoas. Como se sabe, democracia não exclui divergências. Às vezes, conversas podem causar mal-entendidos. Com base em diversas experiências de convivência *on-line*, apresentamos algumas regras para que esta convivência seja produtiva, saudável e baseada no respeito mútuo”¹⁰⁷.

¹⁰⁷ Disponível em: <<http://cadastro.estadao.com.br/responsabilidade-online>>. Acesso em 22 nov. 2015.

Figura 16 - Estadão no Facebook



Fonte: página do Estadão no Facebook

3.3 Resumo da sistematização

A partir desses três eixos construídos teórica e metodologicamente, é possível observar as percepções dos sujeitos (veículos, jornalistas e leitores) sobre as finalidades do jornalismo, o que trago nos próximos três capítulos.

O processo de mapeamento das finalidades do jornalismo presentes no discurso dos sujeitos exigiu a delimitação de categorias que reunissem os sentidos dessas finalidades. A partir do conhecimento obtido na revisão teórica, fiz um longo caminho de circunscrição e definição das funções, em que foi necessário identificar, compreender, distinguir, agrupar e reagrupar. Os primeiros sujeitos analisados foram os veículos; portanto, o discurso institucional serviu de base para a identificação das funções. Havia a possibilidade de que uma nova finalidade – não presente no discurso do primeiro sujeito – surgisse nos dois sujeitos mapeados a seguir, mas isso não ocorreu. Após todo o

processo de construção das categorias, cheguei a esta sistematização das finalidades presentes no discurso analisado:

- a) informar;
- b) investigar;
- c) verificar a veracidade das informações;
- d) interpretar e analisar a realidade;
- e) fazer a mediação entre os fatos e o leitor;
- f) selecionar o que é relevante;
- g) registrar a história e construir memória;
- h) divertir;
- i) integrar e mobilizar as pessoas;
- j) defender o cidadão;
- k) fiscalizar o poder e fortalecer a democracia;
- l) esclarecer o cidadão e apresentar a pluralidade da sociedade.

A seguir, apresento a análise do discurso dos veículos, buscando responder à seguinte questão: como Folha de S.Paulo, O Estado de S. Paulo e O Globo percebem as finalidades do jornalismo?

4. PERCEPÇÕES DOS VEÍCULOS SOBRE AS FINALIDADES DO JORNALISMO

“É função do jornal estabelecer nexos entre os fatos e contextualizá-los”.
(Folha de S.Paulo)

“O dever de informar vem sempre em primeiro lugar”.
(O Globo)

“Como intérprete do leitor, o Estado se sente no dever de publicar toda denúncia fundamentada que lhe chegue ao conhecimento”.
(O Estado de S. Paulo)

Este capítulo traz as percepções dos veículos sobre as finalidades do jornalismo. Parto de um percurso teórico para explicar a compreensão do veículo enquanto sujeito do processo jornalístico e, na sequência, apresento os sentidos mapeados sobre o papel do jornalismo no discurso dos três maiores jornais de referência brasileiros (Folha de S.Paulo, O Globo e O Estado de S. Paulo).

Lago (2002) propõe que pensemos o jornalismo não somente enquanto uma profissão, uma carreira ou uma ocupação, mas sim de uma forma mais abrangente: enquanto um campo. Neste campo, agentes os mais variados, relacionando-se também com outros espaços, lutam para estabelecer como legítimas suas próprias bagagens, disposições e aspirações (LAGO, 2009). Os veículos são *um dos* agentes do campo jornalístico e, ao se relacionar com outros sujeitos, disputam os lugares de legitimidade para falar e para definir o que pode ou deve ser falado.

Bourdieu (1983) define campo como um espaço em que, em suas relações, os agentes batalham pelos seus objetos e interesses específicos. Cada campo tem propriedades particulares, mas ao mesmo tempo tem um funcionamento que é geral e comum a outros campos.

Um campo [...] se define entre outras coisas através da definição dos objetos de disputas e dos interesses específicos que são irredutíveis aos objetos de disputas e aos interesses próprios de outros campos (não se poderia motivar um filósofo com questões próprias de geógrafos) e que não são percebidos por quem não foi formado para entrar neste campo [...]. Para que um campo funcione, é preciso que haja objetos de disputas e pessoas prontas para disputar o jogo, dotadas de *habitus* que impliquem no conhecimento e no reconhecimento das leis imanentes do jogo, dos objetos de disputas, etc. (BOURDIEU, 1983, p. 89).

Um campo pressupõe, assim, pessoas unidas em torno de uma ideologia profissional que estabelece princípios a serem seguidos e verdades a serem respeitadas (LAGO, 2000). A partir do que diz Bourdieu (1983, p. 89), é possível entender o campo jornalístico como dotado de um *habitus* que é um “ofício”, um capital de técnicas, de referências, e também um conjunto de “crenças” que definem ao que se deve dar importância.

Ao tratar da estrutura do campo jornalístico, Lago aponta que a autonomia dos veículos no campo depende de como se dá a relação entre eles e as demandas externas, sejam oriundas dos anseios dos leitores ou dos anunciantes. Ou seja, a autonomia tem relação com o posicionamento dos veículos, se eles se encontram “mais ou menos próximos do polo comercial (menos autônomo) ou do intelectual (mais autônomo)” (LAGO, 2002, p. 73). Há, assim, uma constante disputa entre os agentes mais próximos de um polo ou de outro para fazer prevalecer as regras internas de valoração profissional e o monopólio pelo direito de interpretação da realidade (LAGO, 2009).

É evidente que, como sujeito, “o veículo” só existe discursivamente, como uma voz institucional. Efetivamente o que existem são inúmeros indivíduos concretos que criam as políticas editoriais, tomam decisões administrativas e executivas e fazem jornalismo cotidianamente. Todos esses indivíduos trabalham para fabricar uma enunciação “aparentemente unitária e homogênea do discurso midiático”¹⁰⁸, que corresponde a um “projeto comum a esses atores e do qual se pode dizer que, por ser assumida por esses atores, representa a ideologia do organismo de informação” (CHARAUDEAU, 2007, p. 73).

Toda organização jornalística – um jornal tradicional de referência, uma TV pública, um canal independente *on-line*, um *site* coletivo de produção de reportagens etc. – é um veículo, e como tal adquire uma voz social relevante no campo. Quando falo em “veículo”, estou me referindo aos aspectos institucionais dos meios jornalísticos, àquelas regras que determinam a linha editorial e, portanto, um modo específico de ver o jornalismo. É claro que existe jornalismo para além dos veículos ditos tradicionais e as redações clássicas não podem servir como “único modelo para o trabalho de campo em um mundo em que a própria definição de jornalismo está sendo contestada

¹⁰⁸ Apesar de o autor nomear como discurso midiático, considero que as características que desenha e os atores que cita são referentes especificamente ao jornalismo, que é um dos discursos midiáticos.

cotidianamente¹⁰⁹” (ANDERSON, 2011, p. 152, tradução minha)¹¹⁰. O mercado de trabalho para a produção de notícias tem uma natureza cada vez mais fragmentada, em rede e atípica (DEUZE; WITSCHGE, 2015). Além disso, existem diferentes modelos de negócio se constituindo, por exemplo, por financiamentos alternativos como por meio de *crowdfunding* (financiamento coletivo). Há, assim, no Brasil, o delineamento de um novo ciclo de imprensa independente¹¹¹, que seria denominada assim por ser “desvinculada de grandes grupos privados de mídia ou outro grande tipo de corporação” (SEREZA, 2014)¹¹².

De qualquer modo, independentemente do molde que o meio jornalístico tenha¹¹³, existem regras, valores e preceitos editoriais que guiam a organização e que devem ser seguidos pelos jornalistas, e é nessa institucionalização do modo de fazer jornalismo que me baseio para a constituição do sujeito “veículo”.

Todo órgão de imprensa tem a sua política, mais ou menos consistente, que orienta o trabalho jornalístico e que pode ser evidenciada nos materiais institucionais (editoriais, visão, missão, valores, campanhas) e também nos textos jornalísticos. Breed (1999, p. 153) aponta que “cada jornal tem uma política editorial, admitida ou não” e o jornalista acaba sendo socializado na política editorial da organização através de uma

¹⁰⁹ Anderson (2011) entende que o papel das redações continua central, mas quer chamar atenção para o fato de que há outros modos de fazer jornalismo para além das redações.

¹¹⁰ “[...] The classic ‘newsrooms’ [...] cannot serve as our only model for fieldwork in a world where the very definition of journalism is being contested on a daily basis”.

¹¹¹ Como exemplo, a **Agência Pública**, de reportagem e jornalismo investigativo, que se apresenta como pioneira no Brasil ao apostar num modelo de jornalismo sem fins lucrativos para manter a independência. “Todas as nossas reportagens são livremente reproduzidas por diversos veículos sob a licença *creative commons*. Nossa missão é produzir reportagens de fôlego pautadas pelo interesse público, sobre as grandes questões do país do ponto de vista da população – visando ao fortalecimento do direito à informação, à qualificação do debate democrático e à promoção dos direitos humanos”. Disponível em: <<http://apublica.org/quem-somos/>>. Acesso em: 10 jul. 2014.

¹¹² Sereza (2014) entende que a definição pode ser considerada problemática porque a palavra “independente” sempre esteve em disputa na história do jornalismo e foi usada como mote publicitário pelos veículos tradicionais. No entanto, Sereza entende que o uso do termo “independente” pela grande imprensa esconde tanto as vultosas verbas publicitárias que esses grupos de comunicação recebem do Estado quanto as pressões exercidas pela própria organização ou por outras corporações com as quais mantêm negócios. Assim, segundo ele, uma nova geração de publicações desvinculadas de grandes grupos de comunicação mostra que independência no jornalismo vai além de seu caráter privado e os jornalistas estão em busca de mais liberdade do que é dada hoje aos profissionais da grande imprensa (SEREZA, 2014).

¹¹³ Apesar de não ser meu foco, é claro que considero que a autonomia dos jornalistas varia de acordo diversos fatores, como aponta Lago: “**concentração de empregadores** (quanto menor o número de empregadores maior a sujeição dos agentes às demandas externas ao métier); [...] **posição do veículo**, se mais próximo ou mais afastado do polo comercial; [...] **posição do agente dentro do jornal**, que determina garantias estruturais, ligadas ao salário e à notoriedade; e de sua **capacidade de produção autônoma da informação**” (LAGO, 2009, p. 4, grifos meus).

sucessão sutil de recompensa e punição. Breed elabora que, na política editorial, as normas profissionais são de dois tipos: técnicas e éticas.

[...] As **normas técnicas** envolvem as operações de recolha, escrita e preparação das notícias; as **normas éticas** dizem respeito à obrigação do jornalista para com os leitores e para com a sua profissão, e incluem ideias como a responsabilidade, a imparcialidade, a exactidão, o *fair play* e a objectividade (BREED, 1999, p. 153, grifos meus).

Nesse sentido, é interessante a compreensão do jornalista Otávio Frias Filho, Diretor Editorial do Grupo Folha, sobre a construção de uma linha editorial na década de 1980, definindo uma “série de processos normatizantes”.

Foi muito frenético o desenvolvimento vivido pela *Folha* no período dos anos 60 e 70, e se constatou que conviviam, dentro do jornal, escolas, tradições e estilos jornalísticos muito diferentes. Em meados dos anos 80 surgiu a preocupação de **uniformizar esses estilos** e de criar, divulgar e impor um **padrão técnico médio**, que fosse uma **espécie de procedimento comum a todo e qualquer jornalista da *Folha*** (VIEIRA, 1991, p. 18).

A linha editorial ajuda a uniformizar os estilos e a dizer, para o jornalista, padrões sobre como ele deve proceder. As definições do modo de fazer jornalismo que constam nos documentos da política editorial compõem a imagem de si que os veículos buscam construir. Benetti e Hagen (2010) ressaltam que, por mais que essa imagem de si seja altamente questionável – já que as representações do fazer nem sempre correspondem ao próprio fazer –, o lugar de enunciação dessas falas institucionais está carregado de uma aura de tradição e convicção, criando uma imagem de independência, defesa da democracia, competência profissional e compromisso com o leitor. “Esta imagem é uma representação, e não a realidade de seu fazer jornalístico. Ainda assim, esta representação de si realimenta crenças amplamente disseminadas sobre o que é jornalismo” (BENETTI; HAGEN, 2010, p. 134).

Entendendo com Maingueneau (2008b) que “a fala é carregada de um certo ethos, que, de fato, se valida progressivamente, por meio da própria enunciação”, os autores apontam que “a capacidade de validação dos sentidos, através de sua constante re-enunciação, não deve ser desprezada no estudo do jornalismo, em função do **grande poder de fala dos veículos**” (BENETTI; HAGEN, 2010, p. 134, grifos meus). Assim, entendo o grande poder de fala de Folha de S.Paulo, O Globo e o Estado de S. Paulo, os três maiores jornais de referência brasileiros, na validação dos sentidos sobre para que, afinal, serve o jornalismo.

4.2 Análise do discurso dos veículos

De acordo com a metodologia descrita no terceiro capítulo, a análise do discurso dos veículos foi feita em um *corpus* formado por **38 documentos** em que foram selecionadas falas dos três maiores jornais de referência brasileiros (**Folha de S. Paulo, O Globo e O Estado de S. Paulo**).

O mapeamento resultou em **118 sequências discursivas** que apontam as percepções que os veículos têm das funções do jornalismo e, agrupadas, constroem as formações discursivas, que são núcleos de sentido sobre **12 finalidades do jornalismo**¹¹⁴.

O resultado da análise indica que a principal finalidade do jornalismo, para os veículos, é **esclarecer o cidadão e apresentar a pluralidade da sociedade** – esse sentido é reiterado em 34 sequências discursivas. A segunda finalidade predominante aos veículos é **fiscalizar o poder e fortalecer a democracia** (25 SDs). A terceira é **informar** (23 SDs), e a quarta é **selecionar o que é relevante** (14 SDs). Essas quatro finalidades estão presentes em mais de 80% dos trechos analisados (Figura 17).

As finalidades seguintes são:

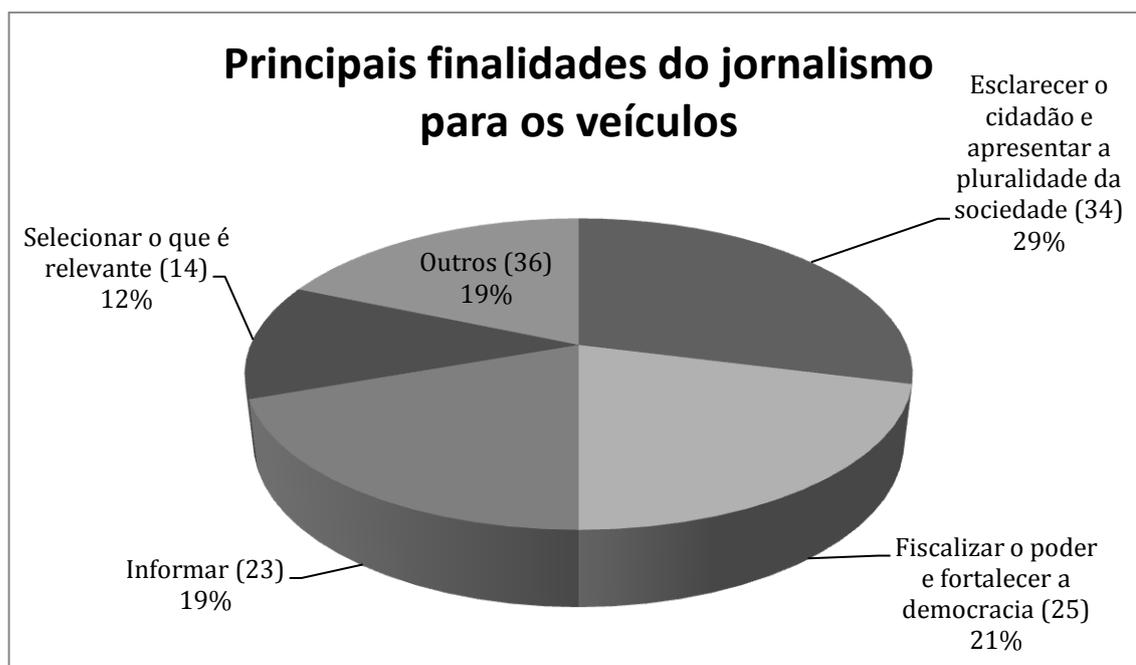
5. **defender o cidadão** (9 SDs);
6. **interpretar e analisar a realidade** (7 SDs);
7. **registrar história e construir memória** (6 SDs);
8. **divertir** (4 SDs);
9. **fazer a mediação entre os fatos e o leitor** (4 SDs).
10. **integrar e mobilizar as pessoas** (2 SDs);
11. **investigar** (2 SDs);
12. **verificar a veracidade das informações** (2 SDs).

As cinco principais finalidades do jornalismo são reiteradas pelos três veículos. Algumas delas não são abarcadas por todos eles. É o caso de: interpretar e analisar a realidade (exceto Estadão); divertir (exceto Estadão); integrar e mobilizar as pessoas (exceto Estadão); investigar (exceto O Globo e Estadão); verificar a veracidade das informações (exceto Estadão); fazer a mediação entre os fatos e o leitor (exceto O Globo). Isso não significa que os jornais não adotem na prática, mas a análise revela que

¹¹⁴ Destaco que, em uma mesma sequência discursiva, o veículo pode abarcar mais de uma finalidade do jornalismo. É por isso que, neste *corpus*, 14 SDs se repetem em diferentes Formações Discursivas.

eles priorizam outras funções quando se manifestam sobre qual papel o jornalismo deve cumprir.

Figura 17 - Principais finalidades do jornalismo para os veículos



Fonte: autoria própria

A seguir, apresento a percepção dos veículos sobre as finalidades do jornalismo, em ordem decrescente de recorrência, com algumas sequências discursivas ilustrativas dos sentidos reiterados. Nas SDs, são negritadas palavras que dão sentido a esses recortes (portanto, os grifos nas citações são meus), mas lembro que a Análise de Discurso não se detém à análise de palavras, porque toda palavra está inserida em um discurso, o qual tem relação com outros dizeres.

O que os veículos dizem hoje sobre o jornalismo *que pretendem exercer* ou *que gostariam que fosse percebido pelos outros como se fosse sua pretensão* é resultado de uma interpretação sobre os valores dos jornais desde seu surgimento. O discurso dos veículos se dá principalmente no nível de percepção do **dever-ser** do jornalismo: na construção da imagem institucional, os jornais elaboram seus discursos a partir de uma compreensão normativa do papel que o jornalismo deveria cumprir. É claro que, em editoriais ou outros textos do veículo sobre memórias, a construção discursiva acaba abarcando também as avaliações sobre o papel que o jornal teve condições de cumprir

ou cumpriu bem, de forma que também aparecem sequências discursivas num nível de **constatação** das funções que os veículos observam que o jornalismo cumpre na sociedade. Ainda que em termos de avaliação ou constatação, esses trechos indicam a percepção da organização sobre as finalidades do jornalismo.

1) esclarecer o cidadão e apresentar a pluralidade da sociedade

A finalidade de **esclarecer o cidadão e apresentar a pluralidade da sociedade** é a mais ressaltada pelos veículos, aparecendo em 34 sequências discursivas. Os veículos destacam que o jornalismo deve esclarecer o leitor e espelhar a contradição da sociedade, porque dessa tarefa deriva a sobrevivência do espaço público. Também emerge dos discursos que o jornalismo deve contribuir para o desenvolvimento da consciência crítica, da qualidade de vida e das ideias. Além disso, o jornalismo deve ajudar o leitor a formar sua opinião.

“O principal objetivo do nosso trabalho é **formar, entre nós, uma opinião pública esclarecida**, crítica e atuante” (FOLHA, DOC F2).

“O Grupo Estado manterá isenção quanto às atividades político-partidárias. Contudo, tendo em vista seu ramo de atuação, que consiste em difundir informações, poderá veicular notícias e matérias opinativas que tenham o objetivo de **esclarecer a opinião pública** sobre determinado fato ou evento” (ESTADÃO, DOC E1).

“Está em nossas mãos conduzir o panorama de turbulência e competição [entre os jornais], agora caracterizado, numa direção em que as mudanças de aparência se transformem em mudanças mais profundas e permanentes, em que **a evolução do jornalismo** – subitamente acelerada – **contribua para o desenvolvimento real da consciência crítica, da qualidade da vida e das idéias**” (FOLHA, DOC F5).

“O Globo apóia projetos culturais e educacionais, além de ter um time de colunistas que **reforçam a pluralidade e contribuem para que o leitor forme sua própria opinião**, pois tem acesso ao que há de melhor em conteúdo” (O GLOBO, DOC G2).

O papel de esclarecimento também é relacionado com a estratégia mercadológica de fidelizar o leitor e tornar o jornal imprescindível na vida do público. A Folha define o papel de esclarecimento como uma prestação de serviço.

“As edições devem **conter informações úteis para o esclarecimento do leitor, mas para a sua vida concreta, prática**. As pautas devem explorar os temas que mantenham relação real e imediata com a vida de quem compra ou assina o jornal. [...] Como tornar essa reportagem, mais do que interessante,

imprescindível para a vida de quem vai ler? - esta é a pergunta que temos de repetir a todo o momento” (FOLHA, DOC F3).

Os veículos também apontam sentidos sobre a função do jornalismo de apresentar a pluralidade da sociedade: o jornalismo esclarece o leitor quando dá a ele a possibilidade de acessar diferentes pontos de vista e, assim, exercer a cidadania.

“A um texto noticioso mais flexível deve corresponder um domínio superior do idioma, bem como redobrada vigilância quanto à verificação prévia das informações, à precisão e inteireza dos relatos, à sustentação técnica das análises e à isenção necessária para **assegurar o acesso do leitor aos diferentes pontos de vista suscitados pelos fatos**” (FOLHA, DOC F6).

“Numa sociedade complexa, **todo fato se presta a interpretações múltiplas, quando não antagônicas. O leitor da Folha deve ter assegurado seu direito de acesso a todas elas**” (FOLHA, DOC F7).

“O pluralismo, apequenado muitas vezes na auscultação meramente formal do ‘outro lado’ da notícia, deveria renovar-se na **busca de uma compreensão mais autêntica das várias facetas implicadas no episódio jornalístico**” (FOLHA, DOC F6).

Dentre os ideais de jornalismo aos quais a Folha se associa na construção da sua imagem institucional, o pluralismo recebe sempre destaque¹¹⁵. Tanto, que é o valor que o jornal usa inclusive em campanhas para captação de assinaturas, indicando que imagina seu leitor como alguém que valoriza o pluralismo e compraria o jornal em função desse valor.

“**Quando você assina a Folha, você está assinando por um Brasil mais plural, moderno e democrático.** Você assina embaixo pelo **respeito às diferenças**, pelo respeito à liberdade e à **divergência de opinião**. Você diz sim às novas ideias e à verdade acima de tudo” (FOLHA, DOC F10).

“Procura oferecer ao leitor **informações pluralistas e apartidárias, para que ele exerça sua cidadania**” (FOLHA, DOC F12).

“A promoção do **espírito pluralista** - na pauta, na reportagem, na edição - também remete para o fato-chave que é a heterogeneidade da base de leitores. Mas a preocupação com o pluralismo combina essa dimensão mercadológica, material, com uma outra, de caráter editorial, que traduz o respeito pela **diversidade, o reconhecimento do quanto ‘as verdades’ são frágeis** e a convicção de que o encaminhamento dos problemas econômicos e sociais num país como o Brasil exige e pressupõe a convivência dos opostos, aliás enraizada

¹¹⁵ A Folha afirma que a pluralidade não só é uma marca do jornal, como foi uma inovação pioneira instituída pelo veículo nos anos 1980 e que depois foi seguida por outros jornais. “Em 1984, um conjunto de medidas conhecido como Projeto Folha instituiu novos paradigmas na imprensa. O jornal tornou público seu projeto editorial, que preconizava um jornalismo crítico, pluralista e independente. **Ouvir sempre os dois lados durante uma reportagem, por exemplo, pode parecer hoje uma obviedade, mas era uma inovação quando se tornou norma na Folha a partir dos anos 1980**” (FOLHA, DOC F13).

na tradição local pela coexistência de moderno e arcaico, progresso e atraso, civilização e miséria” (FOLHA, DOC F3, aspas grifadas pelo jornal).

A pluralidade e a apresentação de divergência de opiniões são destacadas também pelo Globo como pilares de seu modo de fazer (e pensar) o jornalismo. O jornal aponta a pluralidade como um papel importante do jornalismo na democracia.

“Fora do noticiário propriamente dito, os veículos das Organizações Globo buscarão ter um corpo de comentaristas, cronistas e colaboradores, fixos ou eventuais, que seja **plural**, representando o arco mais amplo de **tendências legítimas em uma sociedade democrática**” (O GLOBO, DOC G1).

O Estadão também entende que a função do jornal é ser um instrumento de articulação com a sociedade e norteador da opinião pública. O veículo constrói a imagem de que a independência editorial é traduzida em pluralidade de opiniões.

“O Grupo Estado, intimamente vinculado aos interesses dos leitores, ouvintes, internautas e o público de outras mídias, defende editorialmente os direitos e as liberdades individuais, o **pluralismo democrático** e a identidade sócio-cultural do Brasil e de São Paulo” (ESTADÃO, DOC E1)

“Os produtos do Grupo Estado estão abertos ao debate dos assuntos públicos e, independentemente de suas posições editoriais, defendem o **pluralismo e a diversidade de opiniões**” (ESTADÃO, DOC E1).

O pluralismo é tratado, pela Folha, como uma forma de ser mais fiel à realidade e a tornar essa realidade “transparente”. O jornal se posiciona em relação ao valor de neutralidade historicamente associado ao jornalismo: diz que o veículo não se abstém de tomar partido quando necessário, mas que não faz isso de forma mecânica.

“Por pluralidade de opiniões sobre os fatos entende-se a publicação de textos, artigos, depoimentos, entrevistas etc. que, tomadas em seu conjunto, funcionem como uma **reprodução mais ou menos fiel da forma pela qual as opiniões existem e se distribuem no interior da sociedade**” (FOLHA, DOC F1).

“O melhor serviço público que um jornal apartidário pode fazer é **tornar transparente essa realidade plural**, reproduzir da maneira mais exata e na proporção mais equilibrada possível as **diferentes vozes da sociedade**. A Folha não quer impor suas opções ao leitor: considera que ele é capaz de avaliar os fatos e decidir por conta própria” (FOLHA, DOC F17).

Ao tratar do papel do jornalismo de apresentar a pluralidade da sociedade, é interessante observar o lugar que a Folha constrói para o seu leitor, como aquele que sabe avaliar, “melhor do que os jornalistas”. Além disso, o leitor é aquele que paga por (e, então, deve receber) um produto excelente e é quem legitima as decisões do jornal, num

vínculo firmado e que, para não ser rompido, depende da continuidade do jornal em prestar seu serviço.

“Vamos deixar que as dissonâncias corram soltas, vamos estimular a polêmica, vamos tornar tudo – inclusive o próprio jornal – cada vez mais visível, mais público e mais transparente para o leitor. Ele que decida de acordo com o seu próprio interesse, que ele sabe avaliar muito melhor do que nós” (FOLHA, DOC F2).

2) fiscalizar o poder e fortalecer a democracia

A finalidade de **fiscalizar o poder e fortalecer a democracia** é a segunda mais reiterada pelos veículos (25 SDs). Eles apontam que o jornalismo deve cumprir sua função de vigilância e de crítica, visando uma sociedade que seja democrática. O Estadão considera a função de fiscalização como uma das mais importantes do jornalismo.

“Como intérprete do leitor, o Estado se sente no dever de publicar toda denúncia fundamentada que lhe chegue ao conhecimento. Aliás, o jornal considera essa uma de suas funções sociais mais importantes, por estar diretamente ligada à defesa da moral pública e do dinheiro do contribuinte. O cidadão merece ser defendido em todos os planos, municipal, estadual e federal. Por isso, o repórter deve empenhar-se em manter essa característica permanente do jornal” (ESTADÃO, DOC E2).

“[...] O jornal deve manter uma atitude de verificação constante e implacável do grau de eficiência dos mecanismos estatais na aplicação dos recursos públicos” (FOLHA, DOC F4).

“As Organizações Globo [...] não serão [...] nem a favor nem contra governos, igrejas, clubes, grupos econômicos, partidos. Mas defenderão intransigentemente o respeito a valores sem os quais uma sociedade não pode se desenvolver plenamente: a democracia, as liberdades individuais, a livre-iniciativa, os direitos humanos, a república, o avanço da ciência e a preservação da natureza” (O GLOBO, DOC G1).

“Esta postura vigilante gera incômodo, e muitas vezes acusações de partidarismos. Deve-se entender o incômodo, mas passar ao largo das acusações, porque o jornalismo não pode abdicar desse seu papel: não se trata de partidarismos, mas de esmiuçar toda e qualquer ação, de qualquer grupo, em especial de governos, capaz de ameaçar aqueles valores. Este é um imperativo do jornalismo do qual não se pode abrir mão” (O GLOBO, DOC G1).

A Folha define o papel da imprensa de fiscalizar o poder como “função político-institucional do jornalismo”. A relação com o aprimoramento da democracia está presente inclusive na missão da Folha¹¹⁶.

¹¹⁶ Ao tratar do papel historicamente desempenhado pelo jornal, O Globo também destaca a relação do jornalismo com a democracia, ressaltando o recebimento do Prêmio Maria Moors Cabot, concedido em

“Entrou em grande evidência um jornalismo baseado na **investigação**, nem sempre conscienciosa, **de irregularidades na administração pública**, divulgadas de forma categórica, às vezes bombástica. O impeachment ocupa entre nós posição análoga à do caso Watergate na evolução da imprensa norte-americana, seja no sentido de ter revitalizado a **função político-institucional do jornalismo**, seja no de revelar falhas que o próprio aumento da influência dos meios de comunicação tornou patentes” (FOLHA, DOC F6).

“Missão: Produzir informação e análise jornalísticas com credibilidade, transparência, qualidade e agilidade, baseadas nos princípios editoriais do Grupo Folha (independência, espírito crítico, pluralismo e apartidarismo), por meio de um moderno e rentável conglomerado de empresas de comunicação, que contribua para o **aprimoramento da democracia e para a conscientização da cidadania**” (FOLHA, DOC F14).

“Na área da Política, temos que **tornar cada vez mais transparentes os fatos que ocorrem no plano do Estado e dos partidos**, estabelecendo uma ponte de comunicação desimpedida entre a esfera pública e a sociedade civil. Devemos **fiscalizar o exercício da política** no sentido de **contribuir para que se elevem a sua qualidade e a sua clareza**; devemos tornar a linguagem dos textos sobre política mais simples e mais coloquial; devemos tratar os fatos com uma mentalidade prática e crítica à qual não deve faltar uma certa irreverência, desde que elegante. Devemos ser insistentes na **cobrança de compromisso**, ter em vista que a política é representação de interesses concretos e considerar natural que ela seja um terreno de conflitos, como espelho artificial da sociedade que é” (FOLHA, DOC F3).

Cabe observar que, na última versão do projeto editorial da Folha, divulgada em 1997, o veículo afirma que o jornalismo deve apontar irregularidades na “administração pública” e “no poder público”, indicando que o jornal especifica sua compreensão de poder mais às instituições públicas. Apesar de o jornal apontar que todos os documentos (de 1981, 1984, 1985, 1986, 1988, 1997), em conjunto, constituem a linha editorial da Folha, observo que nas primeiras sistematizações de projeto editorial, no início dos anos 1980, a Folha apontava o papel do jornalismo de criticar os poderes constituídos e fiscalizar o exercício da política como um todo, tratando-o de forma mais ampla do que somente com o enfoque na administração pública. De qualquer maneira, o papel de fiscalizar o poder está presente há muitos anos no discurso da Folha de S.Paulo. E é o que, em uma das matérias institucionais que comemoram os 80 anos da Folha em 2001, o jornal define como “a função jornalística de incomodar governos” (FOLHA, DOC F15).

Visando destacar na sua imagem institucional o comprometimento em fortalecer a democracia, o Grupo Estado tem uma “política de anticorrupção” em que reitera o

discurso de fiscalizar e condenar essa prática, mas também de prezar para que a corrupção não atinja a empresa.

“O Grupo Estado sempre pautou suas atividades pela seriedade e honestidade e tem como missão **divulgar e defender os princípios da democracia** e da livre iniciativa. A corrupção, contudo, é um dos maiores obstáculos à democracia pois canaliza os recursos públicos necessários para o desenvolvimento do plano social para particulares de forma ilícita e injusta” (ESTADÃO, DOC E3).

“[...] O Grupo Estado, por meio de seus meios de comunicação jornalística sempre deu **visibilidade aos escândalos de corrupção e condenou a prática de maneira ferrenha em seus editoriais**. Fazer isso em sua atividade jornalística não é tudo. É de suma importância que a própria atividade empresarial do Grupo Estado guarde em si a missão de evitar a ocorrência de atos de corrupção” (ESTADÃO, DOC E3).

O discurso dos veículos é construído a partir do que o jornal, o jornalismo e o jornalista devem fazer. Somente no Manual de Redação da Folha de S.Paulo encontrei indicativos do que não se deve fazer, e um deles destaca os papéis distintos da fiscalização no campo jornalístico e nos demais campos:

“[...] **Não cabe ao jornalista praticar funções de policiamento e fiscalização da maneira como são exercidas pelos órgãos públicos**. A investigação dos fatos diz respeito ao compromisso do jornalista com a verdade e a crítica, e não com a promoção de atos de julgamento, que competem à justiça” (FOLHA, DOC F7).

3) informar

A finalidade de **informar** é a terceira mais reiterada pelos veículos, com 23 sequências discursivas. Para O Globo, informar é uma missão e um dever que vem em primeiro lugar, e o jornal reiteradamente se autoelogia como um veículo que cumpre “bem” essa missão. A Folha elege informar como um dos papéis de um jornal em sintonia com o futuro que surge com as mudanças tecnológicas. A função dos veículos é legitimada a partir da utilidade à vida do leitor.

“[...] **O dever de informar vem sempre em primeiro lugar**. Conhecer a reação do público é fundamental porque contribui para a melhoria da qualidade da informação de muitas formas. Ajuda a conhecer possíveis erros, facilita o recebimento de novas informações sobre alguma cobertura e pode revelar o que é um fato em si mesmo: a própria reação do público” (O GLOBO, DOC G1).

“Sabe como vai ser o jornal do futuro? Ele vai **informar**, investigar, mas também vai divertir, fazer você dar risada” (FOLHA, DOC F9).

“O diploma de Veículo do Ano [1979] foi entregue ao diretor-redator-chefe do GLOBO, Roberto Marinho, que, em seu discurso de agradecimento, fez uma

profissão de fé na importância da imprensa, destacando suas **responsabilidades sociais e sua relação de respeito com o leitor, baseada na missão de bem informar [...]** (O GLOBO, DOC G4).

A Folha afirma que se defronta com dilemas sobre o papel de informar no sentido do propósito (o que se diz), da identidade (para quem se diz) e da finalidade (para quem se diz). O jornal diz que esses elementos o fazem questionar sobre o contrato de comunicação proposto pelo jornalismo que pretende exercer. Além disso, a Folha aponta que os leitores exigem um emprego mais criterioso do poder de informar.

“O espaço público, terreno em que o jornalismo sempre lastreou sua legitimidade, passa por um terremoto que ainda não assentou; até a terminologia do debate (direita e esquerda, por exemplo) foi desorganizada. Conceito sempre difuso, a opinião pública ganha unidade com a convergência geral de idéias, mas se dispersa numa segmentação de interesses que desafia a linguagem em comum. O jornalismo reflete fraturas e deslocamentos que ainda estão por mapear e se defronta com dilemas capazes de pôr seus **pressupostos em questão: o que informar, para quem e para quê?**” (FOLHA, DOC F6).

“Subordinado a um regime de prensa que faz parte de sua **utilidade pública**, o jornalismo está sujeito a erros e distorções, raramente premeditados. É argumentável que alguma incidência deles seja o preço a pagar para que a **sociedade possa usufruir de um valioso patrimônio público, a livre circulação de informações e idéias**. Mesmo assim, está claro que uma resposta para os problemas do jornalismo contemporâneo terá de corresponder à sensibilidade de **parcelas crescentes do público, que reclamam um emprego mais criterioso do poder de informar**” (FOLHA, DOC F6).

Para o Globo, informar é produzir conhecimento, é isso que singulariza o jornalismo enquanto gênero e que permite ao leitor dizer: isto é jornalismo e não é propaganda. O veículo entende o jornalismo como uma forma de apreender a realidade, de produzir um primeiro conhecimento sobre fatos e pessoas. A imagem é “primeira” tanto porque dela ainda não se têm os contornos definitivos quanto porque é traçada logo após o ocorrido. Definir que o jornalismo produz conhecimento é também, segundo o Globo, um esforço para se posicionar diante da discussão sobre a “busca da verdade dos fatos”.

“Pratica jornalismo todo veículo cujo **propósito central seja conhecer, produzir conhecimento, informar**” (O GLOBO, DOC G1).

“De todas as definições possíveis de jornalismo, a que o Grupo Globo adota é esta: jornalismo é o conjunto de atividades que, seguindo certas regras e princípios, produz um **primeiro conhecimento sobre fatos e pessoas**” (O GLOBO, DOC G1).

“É para contornar essa simplificação em torno da ‘verdade’ que se opta aqui por definir o jornalismo como uma **atividade que produz conhecimento**. Um conhecimento que será constantemente aprofundado, primeiro pelo próprio jornalismo, em reportagens analíticas de maior fôlego, e, depois, pelas ciências sociais, em especial pela História. [...] Dizer, portanto, que **o jornalismo produz conhecimento, um primeiro conhecimento**, é o mesmo que dizer que busca a verdade dos fatos, mas traduz com mais humildade o caráter da atividade. E evita confusões” (O GLOBO, DOC G1).

“O veículo cujo objetivo central seja convencer, atrair adeptos, defender uma causa faz propaganda. Um está na órbita do conhecimento; o outro, da luta político-ideológica. Um jornal de um partido político, por exemplo, não deixa de ser um jornal, mas não pratica jornalismo, não como aqui definido: noticia os fatos, analisa-os, opina, mas sempre por um prisma, sempre com um viés, o viés do partido. E sempre com um propósito: o de conquistar seguidores. Faz propaganda. Algo bem diverso de um **jornal generalista de informação**: este **noticia os fatos**, analisa-os, opina, mas com a intenção consciente de não ter um viés, **de tentar traduzir a realidade, no limite das possibilidades, livre de prismas. Produz conhecimento**” (O GLOBO, DOC G1).

Os veículos compreendem que é preciso que se cumpram determinados critérios para que a informação seja jornalística e não de outra ordem. A informação deve ter alguns predicativos: exclusiva, útil, completa, de qualidade, correta, confiável e bem redigida. A Folha de S.Paulo, por exemplo, diz que o jornalismo deve informar, mas o veículo não se refere a *qualquer* informação, e sim à informação que é “correta”; o Globo entende o papel do jornalismo de informar, mas essa informação deve ser “confiável”; O Estado de S. Paulo compreende que o jornalismo precisa informar com “profundidade, análise e opinião”. Ou seja, para além da função do jornalismo, os veículos apontam determinados valores para seu cumprimento.

“Uma coisa, porém, não muda: o compromisso diário da Folha de **buscar a informação exclusiva**, o furo de reportagem, o enfoque único, o olhar diferenciado. A matéria-prima do jornalismo de qualidade é a **informação única**” (FOLHA, 2010, DOC3).

“Em 2009, O Globo se reafirmou como um veículo multiplataforma dando seqüência ao movimento lançado em setembro de 2008 com a assinatura ‘O Globo. Muito além do papel de um jornal’, que posiciona a marca como sinônimo de **informação confiável**, independentemente do meio onde é veiculada” (O GLOBO, DOC G2).

“É possível que, para a maioria, ele [documento dos Princípios Editoriais das Organizações Globo] não traga novidades. Se isso acontecer, será algo positivo: um sinal de que **a maior parte das pessoas reconhece uma informação de qualidade**, mesmo neste mundo em que basta ter um computador conectado à internet para se comunicar” (O GLOBO, DOC G1).

4) selecionar o que é relevante

A finalidade de **selecionar o que é relevante** é reiterada em 14 SDs, presentes nos discursos dos três veículos. Esse papel é bastante relacionado pelos jornais ao contexto de avanços tecnológicos e de questionamentos sobre os suportes e formatos em que se faz jornalismo.

Com as pressões do mercado e a inserção das novas tecnologias, a Folha afirma que o jornalismo deve fazer mais do que apenas tratar rapidamente dos acontecimentos na hora em que estão ocorrendo. O contexto de “caos de informação”, como o veículo define, exige do jornalismo maior discernimento na pauta, na reportagem, no texto e na edição. A importância de selecionar o que é relevante, pensada a partir de 1988 nos projetos editoriais de Folha, é reafirmada ainda mais nesse contexto em que o veículo define haver uma “cacofonia da comunicação” pois se fala de “direito à não informação, sintoma de um público que se ressentem não já da falta, mas de um excesso inassimilável de dados, de uma verdadeira cacofonia da comunicação” (FOLHA, DOC F).

“**Caos da informação exige jornalismo mais seletivo**, qualificado e didático” (FOLHA, DOC F).

“[...] Em meio à balbúrdia informativa, a utilidade dos jornais crescerá se eles conseguirem não apenas **organizar a informação inespecífica**, aquela que potencialmente interessa a toda pessoa alfabetizada, como também **torná-la mais compreensível em seus nexos e articulações**, exatamente para garantir seu trânsito em meio à heterogeneidade de um público fragmentário e dispersivo. Em outras palavras, o jornalismo terá de fazer frente a uma exigência qualitativa muito superior à do passado, refinando sua capacidade de **selecionar**, didatizar e analisar” (FOLHA, DOC F).

A Folha demonstra, em seu discurso institucional, a clareza de que são **decisões** editoriais que apontam os critérios para escolha do que é ou não relevante e importante de ser veiculado. O jornal constrói para si o lugar de quem coloca na pauta do dia os enfoques e as tendências aos quais o público deve dar atenção¹¹⁷.

“Embora exista quem julgue insubstituíveis as vantagens do formato papel, é provável que ele venha a decair ao longo das próximas décadas, sem que os jornais desapareçam no que é a sua essência: um **panorama dos principais acontecimentos da véspera tal como filtrado por uma personalidade editorial coletiva**” (FOLHA, DOC F).

¹¹⁷ É interessante que o jornal O Globo tem uma seção no site chamada “Conte algo que não sei”, em que traz matérias das mais diversas editoriais ressaltando que está selecionando dentre os acontecimentos do mundo algo que o leitor não sabe – e que o jornal teria o poder de saber se é de conhecimento do leitor ou não.

“Selecionar significa também priorizar assuntos, mesmo em detrimento de outros, de modo a concentrar o trabalho principal da equipe naquilo que **a edição julgar mais relevante**” (FOLHA, DOC F7).

“A seletividade na escolha das pautas é um recurso clássico do jornalismo. Nesta época, contudo, é também uma forma de **organização das notícias**, de criação de nexos entre elas e de estabelecimento de **parâmetros para o leitor sobre o que é relevante ou necessário ao seu conhecimento e ao seu cotidiano**” (FOLHA, DOC F7).

O Estadão também leva em conta o contexto dos jornais em meio à criação de novos meios de produção e circulação de informações e se questiona sobre como competir no mercado de informações contra sistemas que distribuem notícias para computadores em velocidade bastante superior. Instrui, assim, que o jornalista deve filtrar as informações mais relevantes, mantendo sempre a correção e a precisão para que o jornal seja visto pelo leitor como confiável e credível. O jornal afirma a necessidade de que o jornalista tenha “critérios” de julgamento do que é importante ser noticiado para que o leitor perceba que o jornalismo de O Estado de S. Paulo cumpriu com a função de filtrar as informações mais relevantes e exclusivas.

“A falta de tempo do leitor exige que o jornal publique textos cada dia mais curtos (20, 40 ou 60 linhas de 70 toques, em média). Por isso, compete ao redator e ao repórter **selecionar com o máximo critério as informações disponíveis, para incluir as essenciais e abrir mão das supérfluas**” (ESTADÃO, DOC E2).

5. defender o cidadão

A finalidade de **defender o cidadão** aparece em 9 SDs e é associada a um serviço público prestado pelo jornalismo, que ajuda o cidadão no seu dia a dia.

“Sua divulgação [do documento da linha editorial] tem a finalidade de tornar público o **compromisso do jornal com os valores e instrumentos por meio dos quais pretende melhorar a qualidade do serviço que vem prestando ao leitor e ao país**” (FOLHA, DOC F).

“Há fatos aparentemente corriqueiros cuja divulgação poderá **melhorar muito o dia a dia do leitor**, como: coleta de lixo mal-feita; mudanças de trânsito realizadas sem critério; derrubada irregular de árvores; poluição de áreas por indústrias que não observem as normas ambientais [...]” (ESTADÃO, DOC E2).

O Globo se posiciona como porta-voz da população e ressalta que isso ocorre independentemente da plataforma em que a notícia esteja sendo veiculada: com as redações integradas, o que o veículo busca reiterar é que é a “marca” do Globo que dá

confiabilidade à informação. O veículo afirma ainda que o jornalismo deve apoiar as ações que beneficiem o país, a sociedade e a democracia, denunciando o que for contra os princípios que balizam o jornalismo profissional.

“Nós e você. Já são dois gritando’ é o conceito da segunda fase da campanha ‘Muito além do papel de um jornal’. Com ele, O Globo quer reforçar seu **papel de porta-voz da sociedade**, em qualquer plataforma” (O GLOBO, DOC G9).

“É preciso que se diga, porém, que O GLOBO nada tem contra Marcelo Freixo. Registre-se que o deputado teve apoio do jornal na CPI das Milícias, essa praga que, juntamente com o tráfico de drogas, ainda infernizam o Rio de Janeiro. E terá novamente sempre que **agir em benefício do país, de nossa sociedade**, de nossa democracia. Assim exigem nossos princípios, por sinal publicados e à disposição de todos” (O GLOBO, DOC G6).

“Contribuição jornalística – O Globo e o Extra têm publicado regularmente reportagens investigativas que, pelos fatos revelados, representam contribuição concreta para a **proteção da sociedade**” (O GLOBO, G13).

6. interpretar e analisar a realidade

A finalidade de **interpretar e analisar a realidade** é ressaltada por Folha e o Globo em sete sequências discursivas. O Estadão não reconhece esta função como relevante para o jornalismo em seu discurso institucional.

Para a Folha, o jornalismo deve analisar e explicar as informações, tornando-as mais compreensíveis ao público. Isso reforçaria a utilidade dos jornais como “âncoras de referência” aos leitores, o que é uma exigência dos dias atuais.

“É função do jornal estabelecer nexos entre os fatos e contextualizá-los. Análise não é opinião ou crítica: o objetivo não é manifestar preferências ou visões de mundo, mas **aprofundar a compreensão** dos vários ângulos de um fato” (FOLHA, DOC F17).

“O objetivo de um jornal como a Folha é, antes de mais nada, oferecer três coisas ao seu público leitor: informação correta, **interpretação competente sobre essa informação** e pluralidade de opiniões sobre os fatos” (FOLHA, DOC F1).

A Folha classifica a interpretação como um serviço que o jornal presta e entende o interpretar como uma evolução do informar, ao escrever na última versão do projeto editorial que estava transitando de um texto informativo para um mais interpretativo.

“[...] O desenvolvimento ao Projeto que orienta a Folha depende sobretudo de duas coisas: de que ela se caracterize de maneira original como uma publicação com imagem pública ostensivamente diferenciada e de que se torne um produto de mercado indispensável ao público pela quantidade do **serviço de**

interpretação, de opinião e – principalmente – de informação que produzir” (FOLHA, DOC F3).

“A transição de um texto estritamente informativo, tolhido por normas pouco flexíveis, para um outro padrão textual que admita um **componente de análise** e certa liberdade estilística é consequência da evolução que estamos procurando identificar” (FOLHA, DOC F).

Já o Globo aponta o papel de discussão e análise, mas em meio a um discurso cujo enquadramento central é apontar a importância dos temas de interesse público para o jornalismo.

“Não pode haver assuntos tabus. Tudo aquilo que for de interesse público, tudo aquilo que for notícia, deve de ser publicado, **analisado, discutido**” (O GLOBO, DOC G1).

7. registrar a história e construir memória

A finalidade de **registrar a história e construir memória** está presente em seis sequências discursivas. Os jornais tratam o jornalismo como um registro da história. Para cumprir esse papel, a Folha aponta que deve conseguir revelar a “superfície diária” da realidade e o Globo entende que o jornalismo deve contextualizar e analisar a notícia para preservar essa memória.

“Sendo um **registro taquigráfico da História**, o jornalismo sofre necessariamente o primeiro impacto dos fatos. Até por isso convém que ele seja reexaminado periodicamente, a fim de aferir se sua atividade está sendo capaz de **projetar alguma luz para além da efervescência dos acontecimentos**, se seus critérios estão sendo os melhores para franquear uma leitura ao mesmo tempo fidedigna, reveladora e útil, se não da realidade, ao menos da sua superfície diária” (FOLHA, DOC F).

“Um jornal não pode se limitar à publicação das principais notícias. Tem que ver, mostrar tudo. Mais do que isso, tem que analisar as causas e as consequências de cada notícia. Pensando bem, um jornal não se faz só de notícia. Se faz de pensamento. **Registra diariamente a evolução das ideias, hábitos e costumes. Um jornal é a história de seu tempo**” (O GLOBO, G14).

O Estadão frisa que, ao testemunhar a história, o jornalismo influencia o futuro da sociedade e que os próprios textos jornalísticos viram clássicos para se entender um tempo. Para o Globo e o Estadão, preservar a memória é, também, preservar o patrimônio e a cultura nacionais, contribuindo para o desenvolvimento da sociedade.

“Poucos veículos de comunicação podem se orgulhar de ter **testemunhado e protagonizado um arco histórico dessa envergadura**, desde a Proclamação da República e da abolição da escravatura, de ter publicado reportagens que

originaram um clássico da literatura brasileira, de ter noticiado e influenciado passagens determinantes dos rumos do País, de estar no centro de discussões culturais que moldou gerações” (ESTADÃO, DOC E6).

“Comprometido com os valores proclamados na Declaração Universal dos Direitos do Homem, o Grupo Estado está sintonizado com o presente e o futuro dos brasileiros, com a **defesa de seus valores culturais, éticos e históricos e a preservação do seu patrimônio natural**” (ESTADÃO, DOC E1).

8. divertir

A finalidade de **divertir** é trazida pelos veículos em quatro SDs, da Folha e do Globo. Como já mencionado, a Folha elege divertir como um dos três papéis de um jornal em sintonia com “o futuro” que surge com as mudanças tecnológicas. O veículo reitera a compreensão de que “dar risada” é uma das razões que fazem o leitor ler a Folha.

“Sabe como vai ser o jornal do futuro? Ele vai informar, investigar, mas também vai **divertir, fazer você dar risada**. Vai falar coisas essenciais pra sua vida e coisas importantes só naquele instante. Vai trazer furos de reportagem e, algumas páginas depois, uma boa dica de restaurante” (FOLHA, DOC F9).

“Tem gente que abre a Folha para entender a fundo o país, tem gente que abre só pra ver um resumo, gente que abre pra entender o último escândalo ou o mais novo último escândalo. Alguns abrem a Folha pra achar um filme, uma peça de teatro, pra ver como anda a cidade, **pra dar uma risada**. Folha: assine uma, leve várias e leia a que você quiser” (FOLHA, DOC F8).

O Globo, inserido nos preceitos editoriais do Grupo Globo, também relaciona o jornalismo com diversão, entretenimento e felicidade.

“Entendemos mídia como instrumento de uma **organização social que viabilize a felicidade**” (O GLOBO, DOC G1).

“O Grupo Globo é um conjunto de empresas que tem como missão informar, **entretêr** e contribuir para a educação do país através de conteúdos de qualidade. Queremos cada vez mais ser o ambiente onde todos se encontram. E encontram informação, **diversão** e cultura, instrumentos essenciais para uma sociedade que almeja a **felicidade de todos e de cada um**” (O GLOBO, DOC G14).

O Estadão não considera que entreter ou divertir seja uma finalidade do jornalismo: a menção que faz ao entretenimento é como um segmento do Grupo Estado distinto do jornalismo.

“Missão - Ser um grupo empresarial rentável nos setores de informação e comunicação, nos segmentos de jornalismo, de serviços de informação, divulgação de publicidade, **entretenimento** e serviços gráficos” (ESTADO, DOC E1).

9. fazer a mediação entre os fatos e o leitor

A finalidade de **fazer a mediação entre os fatos e o leitor** foi trazida em quatro SDs, mapeadas no discurso da Folha e do Estado de S. Paulo.

O Estadão aponta que o jornalista não deve apenas transcrever os fatos, mas sim intermediá-los para o leitor. É interessante observar que, ao reiterar os sentidos sobre as outras funções, o veículo usualmente aponta “o jornal” ou “o jornalismo” como os protagonistas da ação; o papel de mediação é um dos poucos em que o jornalista foi colocado como o sujeito ativo no cumprimento do papel do jornalismo.

[...] O jornalista funciona como **intermediário entre o fato ou fonte de informação e o leitor**. [...] Abandone a cômoda prática de apenas transcrever: você vai ver que o seu texto passará a ter o mínimo indispensável de aspas e qualquer entrevista, por mais complicada, sempre tenderá a despertar maior interesse no leitor (ESTADÃO, DOC E2).

A Folha reconhece a mediação no sentido da linguagem: o jornalismo deve ser didático, adaptando o discurso especializado em uma linguagem mais acessível ao leitor. O didatismo entra na Folha não só no sentido de explicar os assuntos, mas também no sentido de guiar a leitura, ensinando como os conteúdos devem ser lidos.

“O jornal deve partir do pressuposto de que o leitor não está familiarizado com os assuntos. É preciso **explicar, esclarecer, detalhar**, de maneira concisa e exata, em linguagem direta e acessível” (FOLHA, DOC F17).

“Quanto ao didatismo, é fundamental que os textos partam sempre do pressuposto de que o leitor não está familiarizado com o assunto e pode nunca ter lido sobre ele antes. **Tudo deve ser explicado, esclarecido e detalhado - de forma concisa e exata, numa linguagem tanto coloquial e direta quanto possível**. A maior parte dos textos factuais não só comporta como pede um texto de memória, recapitulando o assunto e situando o leitor no contexto do fato” (FOLHA, DOC F3).

10. integrar e mobilizar as pessoas

A finalidade de **integrar e mobilizar as pessoas** é trazida em duas sequências discursivas: a Folha e O Globo destacam o papel do jornalismo como um importante fator de integração nacional. Já o Estadão não citou essa função.

“[A Folha] vem escrevendo de modo cada vez mais nítido o seu papel real na cena política, preenchendo a função de um órgão liberal-progressista, ou seja, numa só frase: partidário dos princípios e métodos legados pelo liberalismo político e preocupado com a necessidade de introduzirmos reformas pacíficas mas profundas no capitalismo brasileiro, destinados a **solucionar os**

problemas sociais mais graves e criar convivência social estimável para a maioria e aceitável para as minorias” (FOLHA, DOC F1).

“O povo brasileiro se vê em nossos jornais, rádios, televisão, internet e na Fundação Roberto Marinho. Porque somos brasileiros trabalhando para brasileiros. Quando, hoje, avaliamos o legado de nosso pai, temos orgulho de todos os nossos veículos, seja O GLOBO, onde tudo começou, ou o "Extra" e o "Diário de S.Paulo", iniciativas mais recentes, ou o Sistema Globo de Rádio, Editora Globo, a Globosat e a Globo.com. Porque **retratam e defendem o nosso país**. A TV Globo é uma emissora com seis horas diárias de jornalismo de qualidade no ar e com uma produção artística genuinamente nacional em volume sem igual no Brasil. É nela que o nosso **povo se informa e se diverte**, o que a torna um fator importante de **integração nacional**. Tudo isso demonstra que a obra de nosso pai é uma contribuição decisiva para a **manutenção da nossa cultura e para defesa dos valores democráticos do nosso povo”** (O GLOBO, G11)¹¹⁸.

11. investigar

A finalidade de **investigar** é trazida em duas sequências discursivas somente no discurso da Folha de S.Paulo. Ao trazer os sentidos sobre investigar, a Folha alia esse papel a outros que devem ser realizados pelo jornalismo. O Globo e o Estadão não deixam explícito, na construção da imagem institucional, esse papel do jornalismo.

“Sabe como vai ser o jornal do futuro? Ele vai informar, **investigar**, mas também vai divertir, fazer você dar risada. Vai falar coisas essenciais pra sua vida e coisas importantes só naquele instante. Vai **trazer furos de reportagem** e, algumas páginas depois, uma boa dica de restaurante” (FOLHA, DOC F9).

“[...] O trabalho dos jornalistas deve ser metuculoso e refletido, a fim de oferecer ao leitor a mais correta expressão dos fatos. Na Folha, esse percurso abrange a observação e **investigação detalhada dos acontecimentos**, a redação clara e precisa, a atitude de independência, a edição pluralista e criativa, mas sobretudo a organização crítica e hierárquica das notícias” (FOLHA, DOC F7).

12. verificar a veracidade das informações

A finalidade de **verificar a veracidade das informações** é tratada em apenas duas sequências discursivas: uma da Folha e uma do Globo. Nas duas sequências discursivas, há outros papéis associados com a verificação: na SD da Folha, tem o pluralismo e na SD do Globo, a fiscalização. Assim sendo, e considerando que o Estadão

¹¹⁸ Em 2003, quando da morte do jornalista Roberto Marinho, por muitos anos presidente das Organizações Globo, seus filhos assinaram na primeira página do Globo o editorial “Ampliar o compromisso”, em que apontam sentidos sobre a finalidade do jornalismo numa fala institucional que representa o veículo.

não fala sobre esta finalidade, creio que o papel de verificação não é fundamental na construção que os veículos fazem de sua imagem institucional.

A Folha ressalta o papel do jornalismo em verificar as informações, garantindo a precisão e exatidão dos dados. Se a verdade é um valor importante para o jornalismo, o veículo está afirmando que é por meio da verificação que seria possível alcançá-la – e assim seria assegurado o acesso do leitor ao pluralismo das informações.

“A um texto noticioso mais flexível deve corresponder um domínio superior do idioma, bem como **redobrada vigilância quanto à verificação prévia das informações, à precisão e inteireza dos relatos, à sustentação técnica das análises** e à isenção necessária para assegurar o acesso do leitor aos diferentes pontos de vista suscitados pelos fatos” (FOLHA, DOC F6).

O Globo também reconhece o papel do jornalismo de selecionar, checar e organizar as informações. Ao criar em 2012 a editoria do *site* intitulada “Eu-repórter”, o jornal fez o duplo movimento de incentivar o leitor a “transformar o flagrante em notícia”, mas também de reconhecer a importância do jornalista em averiguar esses dados antes de publicar.

“Aqui, é você quem faz a notícia. Essa é a regra do Eu-repórter, a seção de jornalismo participativo do GLOBO que abre um espaço exclusivo para o que faz diferença no seu dia a dia: de denúncias contra irregularidades no trânsito ao desvio de verbas destinadas a obras públicas, passando pelo metrô lotado (vale uma foto, hein?) e o preço do estacionamento do aeroporto que não para de subir (que tal clicar a plaquinha com os valores?). Tudo isso com o reforço de uma equipe de repórteres que, na redação, **seleciona, checa e organiza o material recebido**, prestando um serviço a todos os leitores a partir da sua denúncia” (O GLOBO, DOC G8).

4.3 Discussão dos resultados

No discurso dos veículos, é comum que a finalidade do jornal apareça sob a forma de função, de objetivo, de papel social, de missão, de necessidade, de dever. Tanto o exercício do jornalismo quanto o cumprimento de seus valores basilares são tratados como uma obrigação, como uma responsabilidade.

“O exercício da crítica jornalística não constitui um direito, mas uma **obrigação**, assim como o exercício do apartidarismo não é uma regalia, mas um **encargo**” (FOLHA, DOC F3).

Nos princípios editoriais das organizações, há o reconhecimento de como proceder diante das fontes, dos colegas e do público, dando conta do entendimento de

que o jornalismo depende da relação entre os sujeitos. A relação com o leitor é compreendida como fundamental para os veículos jornalísticos, que dizem entender o leitor como alguém capaz de discernir se a ele é dada uma informação de qualidade. Essa relação é de confiança e é mantida por meio da divulgação, por parte do jornalismo, daqueles valores que se enquadrem na expectativa do leitor – ou naquilo que os veículos imaginam que o leitor tenha como expectativa.

Esse reconhecimento advém dos papéis que um sujeito espera do outro, conforme aparece no contrato de comunicação do discurso institucional. A Folha percebe o que significa o contrato quando o nomeia como um “mandato conferido implicitamente pelo leitor” e demonstra estar consciente de que esse contrato pode ser rompido a qualquer momento, se o leitor real não se sentir representado pelo discurso do veículo. Do mesmo modo, o Globo mostra consciência de que o jornal precisa corresponder à expectativa do leitor, que pode averiguar se a prática do jornalismo é condizente com a crença.

“O crescimento contínuo do prestígio, da credibilidade e da influência da Folha constitui um sintoma inequívoco de que este Projeto está correto. Temos um **mandato** expresso de quase 300 mil compradores de jornal, renovado a cada dia nas bancas e na não-suspensão das assinaturas, para levar esse Projeto adiante. É em nome dos quase 900 mil leitores reais, que estão por trás daqueles 300 mil, que fazemos a Folha. É o **mandato conferido implicitamente por eles e que eles podem cassar a qualquer dia** que legitima as nossas decisões” (FOLHA, DOC F2).

“Com a consolidação da Era Digital, em que o indivíduo isolado tem facilmente acesso a uma audiência potencialmente ampla para divulgar o que quer que seja, nota-se certa confusão entre o que é ou não jornalismo, quem é ou não jornalista, como se deve ou não proceder quando se tem em mente produzir informação de qualidade. A Era Digital é absolutamente bem-vinda, e, mais ainda, essa multidão de indivíduos (isolados ou mesmo em grupo) que utiliza a internet para se comunicar e se expressar livremente. Ao mesmo tempo, porém, ela obriga a que todas as empresas que se dedicam a fazer jornalismo expressem de maneira formal os princípios que seguem cotidianamente. O objetivo é não somente diferenciar-se, mas **facilitar o julgamento do público sobre o trabalho dos veículos, permitindo, de forma transparente, que qualquer um verifique se a prática é condizente com a crença**” (O GLOBO, DOC G1).

“[O Manual de Redação] procura condensar uma concepção de jornal e tornar disponível para o público leitor uma **pauta de compromissos**, dando-lhe a possibilidade de **fiscalizar sua execução**” (FOLHA, DOC F7).

“Nas sociedades de mercado, **cada leitor delega ao jornal que assina ou adquire nas bancas a tarefa de investigar os fatos, recolher material jornalístico, editá-lo e publicá-lo. Se o jornal não corresponde a suas exigências, o leitor suspende esse mandato**, rompendo o contrato de assinatura ou interrompendo a aquisição habitual nas bancas. A força de um

jornal repousa na solidez e na quantidade de mandatos que lhe são delegados” (FOLHA, DOC F7).

A análise revela também que o discurso dos veículos faz um apagamento da figura do jornalista, que somente aparece em alguns momentos do discurso. O jornalista está presente no discurso dos veículos como tendo um dever de aprendizado ou treinamento¹¹⁹ para que consiga cumprir as funções que estão sendo estabelecidas para “o campo do jornalismo” ou para “os jornais”. O jornalista não é percebido pelos veículos enquanto um sujeito ativo no processo de negociação de sentidos.

Já o leitor é figura constante no discurso dos veículos¹²⁰. O discurso institucional incorpora o leitor, e é ele quem justifica que os veículos cumpram as funções do jornalismo. Para a Folha, o leitor é quem sustenta, em última análise, o jornal, seja ele primário (“aquele que o compra”) ou secundário (aquele que tem acesso ao jornal, embora não tenha o hábito de comprá-lo) (FOLHA, DOC F7). O perfil de um leitor exigente norteia o discurso dos veículos.

[...] Parabéns a você, leitor do Globo, que, por ser **tão qualificado e exigente**, nos mantém estimulados a fazer um jornal sempre – e cada vez mais – verdadeiro, vibrante e responsável” (O GLOBO, DOC G13).

Evidentemente, ao adjetivar positivamente o leitor (qualificado e exigente) o jornal está adjetivando positivamente a si mesmo (verdadeiro, vibrante e responsável). Sendo um discurso institucional, não se poderia esperar nada muito diferente disso. Ainda assim, a percepção de uma audiência crítica pode ser vinculada, pela organização, a um processo de aprimoramento:

“Assim como cresceu a percepção crítica da imprensa em relação aos poderes instituídos, especialmente os de natureza pública, aumentou também a **recepção crítica dos meios de comunicação por parte da sua base social, o público** que consome a mercadoria-informação. O mal-estar que cerca a imprensa passou a se traduzir em três acusações predominantes: ela seria superficial, invasiva e pessimista” (FOLHA, DOC F).

¹¹⁹ “Quanto mais diversificado for o interesse dos jornalistas por disciplinas que não fazem parte de sua formação universitária básica, mais equipada estará uma redação para tratar dos múltiplos assuntos com que lida diariamente. **Ilustrar-se continuamente é dever intransferível de todo jornalista**: num mundo em constante evolução, nenhum jornalista deixa de estar em **aprendizado contínuo**” (GLOBO, DOC G1).

¹²⁰ Ressalto que nem sempre, nos espaços institucionais, esta “figura” é chamada de leitor. “A gente sempre tem que estar de olho no público e como o público tá querendo receber a notícia, consumir a notícia, o entretenimento. Se a gente não acompanhar todas essas tendências, a gente deixa de atender o **nosso cliente**. [...] Eu acho que as pessoas precisam de alguém que organize os assuntos, que faça uma edição, mas isso tem que ser sempre feito de uma forma cuidadosa e isenta para que a pessoa não ache que aquele material tá sendo trabalhado pra ela” (MARINHO, José, 2013).

Veremos mais adiante nesta tese como o leitor “fiscaliza” as atividades jornalísticas e percebe no seu discurso o papel do jornalismo. Mas, antes, vamos no próximo capítulo ao discurso dos jornalistas.

5. PERCEPÇÕES DOS JORNALISTAS SOBRE AS FINALIDADES DO JORNALISMO

“O nosso papel, como jornalista, é jogar luz naquilo que está obscurecido pela visão cansada das pessoas, pelo preconceito, pela omissão do Estado ou pela arrogância do poder”.
(Marcelo Canellas)

“A função primeira do jornalista é absolutamente simples: buscar e trazer informação. Quando o jornalista começa a achar que faz a história, ou que tem uma função social, é fiscal, é juiz, ele está errado”.
(Miriam Leitão)

Neste capítulo, são apresentadas as percepções de jornalistas brasileiros sobre as finalidades do jornalismo, partindo de uma breve reflexão teórica sobre a definição de ser jornalista, para então apresentar os sentidos mapeados nas falas desses sujeitos.

O processo de produção das notícias ocorre por meio de uma dinâmica interativa, em que diversos agentes exercem um papel ativo num processo de negociação constante (TRAQUINA, 2001). Nesse processo de negociação, há um conjunto de convenções firmadas como um “acordo entre cavalheiros” que indica uma série de rotinas e modos de conceber o seu lugar e o que esperar do outro.

Um desses agentes é o jornalista, cuja imagem foi historicamente construída calcada sobre os ideais nobres da democracia, da justiça e da igualdade (ADGHIRNI, 2005). Podemos questionar a distância entre o “dever-ser” e o “ser” dos jornalistas, mas o mais importante nesta pesquisa é a percepção que esses sujeitos têm sobre sua finalidade. O fato é que existe um imaginário social sobre o papel do jornalista como aquele que consegue explicar os acontecimentos e apresentá-los ao público, que por sua vez terá mais condições de organizar seu cotidiano e tomar decisões a partir dessas informações. O ato de testemunhar, descobrir e entender o que é importante, e então transmitir isso de maneira com que vários públicos possam entender, é a “tarefa sagrada” dos jornalistas, como pontuam Anderson, Bell e Shirky (2014).

Os jornalistas possuem uma ideologia profissional calcada em alguns valores, que são reconhecidos pelos leitores e pelos veículos. Segundo Deuze e Witschge (2005), os jornalistas tenderiam a se espelhar uns nos outros e a verem a si próprios como: a) fornecedores de um serviço público; b) imparciais, neutros, objetivos, justos e críveis; c)

trabalhadores autônomos, livres e independentes; d) comprometidos com uma lógica operacional do imediatismo, da realidade e da velocidade (proeminente no conceito de furo noticioso); e) com um senso de ética, validade e legitimidade.

Ao analisar a construção da identidade do jornalista, Travancas (1993) entende que se pode perceber o jornalista a partir de duas visões diferentes: a de homem público e a de um ser moderno, *blasé*. A função de homem público se refere aos jornalistas preocupados com o funcionamento da sociedade e o bem comum e que destacam o papel do jornalista na sociedade e a sua função transformadora. Por outro lado, a pesquisadora analisa que nas sociedades modernas há um desaparecimento desse homem, substituído por outro preocupado consigo mesmo, com sua satisfação, realização e com uma troca em relações íntimas¹²¹.

Na definição do “ser jornalista”, existe um conjunto de normas, rituais e valores que formam a ideologia profissional. Os valores principais são tradicionalmente a verdade e a objetividade, ideais que balizam a construção do *ethos*¹²² particular do jornalista, o qual já delimita aos membros dessa comunidade certa compreensão do seu papel social.

[...] A noção de “imprensa livre” ou o jornalismo como “quarto poder”, que definiram um ethos próprio para os jornalistas, nomeadamente o de um comunicador desinteressado que não só serve à opinião pública e constitui uma arma, imprescindível em democracia, contra a tirania insensível ou quaisquer eventuais abusos de poder, mas também que se sente comprometido com a verdade (TRAQUINA, 2000, p. 25, grifos do autor).

Essa cultura profissional é o que Phillips (1999, p. 327) chama de “jornalês” e que gera uma identidade jornalística, com uma linguagem particular e uma maneira própria de sentir o tempo (SCHLESINGER, 1999). Traquina avalia que a capacidade de identificar as ocorrências ou questões que devem ser notícia constitui um saber de reconhecimento, que é indispensável para demonstrar uma “capacidade performativa digna de um profissional competente” (2000, p. 25).

A ideologia ocupacional do jornalismo adquire sentido dentro de uma cultura, definida como a maneira pela qual determinado grupo (jornalistas trabalhando em um

¹²¹ O foco desta tese não é discorrer sobre a identidade do jornalista, a qual se constrói com tensionamentos, ambiguidades e contradições, sofrendo influência de inúmeros contextos (TRAVANCAS, 2010). O objetivo é analisar a percepção do jornalista sobre seu papel – neste ponto a construção da identidade é importante, e por isso é mencionada neste capítulo.

¹²² O conceito de *ethos* foi desenvolvido no terceiro capítulo, nas explicações sobre a metodologia adotada na pesquisa.

projeto específico ou dentro de um contexto específico, como uma redação, um meio, um país, uma região) funciona e como os membros do grupo dão sentido a isso (DEUZE; WITSCHGE, 2015). Assim, entendo que a compreensão sobre as finalidades do jornalismo não seja “transmitida” aos novatos que ingressam no campo, mas sim que ela acabe sendo incorporada no cotidiano da profissão. É o mesmo processo da aprendizagem da política editorial dos veículos, que ocorre por “osmose”, e o novato logo aprende a antever o que se espera dele, a fim de ter recompensas e evitar penalidades (BREED, 1999).

Por conta disso, a expectativa em relação ao papel do jornalista é tanto uma demanda da sociedade, quanto uma cobrança da própria ideologia profissional. Isso é observado na própria percepção dos jornalistas analisados nesta tese, que ao discutirem sua função levantam sentidos não só decorrentes da experiência de atuação como profissional, mas também advindos de uma compreensão social sobre o papel do jornalismo.

Ao apontarem como percebem a finalidade do jornalismo, os jornalistas estão também construindo sentidos sobre si, estão produzindo um discurso que constrói uma auto-representação. Ou seja, o jornalista elabora um *ethos* discursivo por meio do qual apresenta a si diante do outro: “por meio de sua fala, um locutor ativa no intérprete a construção de determinada representação de si mesmo [...]” (MAINGUENEAU, 2008b, p. 73). Para construírem a imagem de si, os jornalistas recuperam o *ethos* pré-discursivo, ou seja, a imagem preexistente de quem enuncia. Conforme apontam Benetti e Hagen (2010), essa imagem é construída histórica e socialmente, é marcada pela ideologia e pode ser vista como uma moldura em que o sujeito se posiciona para enunciar e agir.

No caso do jornalismo, a identidade se constrói institucionalmente. A voz jornalística é, antes de qualquer coisa, uma voz institucional. Ser experimentado como realidade objetiva significa ser percebido como “uma realidade que é”, um mundo exterior e concreto com objetos já dotados de significação. Institucionalmente, o jornalismo se apresenta como um lugar de independência, profissionalismo, compromisso com o leitor e defesa da democracia. A identidade do jornalista, como profissional, está assentada sobre essa representação institucional – que se apresenta como uma “realidade objetiva” (BENETTI; HAGEN, 2010, p. 126, grifos dos autores).

Ao falar sobre o papel do jornalismo, muitas vezes em entrevistas, os jornalistas estão aparentemente “descolados” dos veículos em que trabalham e falam como profissionais que passaram por diversas organizações e viveram inúmeras experiências.

Essa autonomia, porém, não significa uma disjunção da representação institucional, considerando especialmente os valores que a instituição jornalística demarca como primordiais ao campo e que incidem fortemente sobre a compreensão que o jornalista tem de si.

5.1 Análise do discurso dos jornalistas

Conforme a metodologia descrita no terceiro capítulo, a análise foi feita em um *corpus* formado por **40 documentos** em que foram selecionadas falas de **85 jornalistas**. Os jornalistas, listados em ordem alfabética, são: Adriana Carranca, Afanasio Jazadji, Agostinho Teixeira, Alberto Dines, Alice-Maria, Altair Nobre, Altamir Tojal, Ana Arruda Callado, André Trigueiro, Armando Nogueira, Augusto Nunes, Bruno Paes Manso, Caco Barcellos, Caio Túlio Costa, Carlos Chagas, Carlos Heitor Cony, Carlos Eduardo Lins da Silva, Carlos Wagner, Celito de Grandi, César Tralli, Cid Martins, Cláudia Safatle, Dal Marcondes, Domingos Meirelles, Dora Kramer, Eduardo Tessler, Eleonora de Lucena, Eliane Brum, Eliane Cantanhêde, Ernesto Paglia, Evandro Carlos de Andrade, Fabio Altman, Fabio Santos, Fátima Bernardes, Fernando Rodrigues, Flávio Tavares, Gabriel Priolli, Geneton Moraes Neto, Glória Maria, Gumersindo Lafuente, Guilherme Zocchio, James Alberti, José Arbex Jr., José Hamilton Ribeiro, Juliano Basile, Juliana Dal Piva, Leandro Fortes, Lillian Witte Fibe, Luis Nassif, Luiz Antonio Villas-Bôas Corrêa, Luiz Carlos Azenha, Luiz Cláudio Cunha, Luiz Garcia, Marcelo Canellas, Marcelo Rech, Marcelo Rezende, Marco Antônio Gomes, Marcos Guterman, Márion Strecker, Mauri König, Mino Carta, Miriam Leitão, Natália Viana, Nelson Blecher, Núbia Silveira, Otavio Frias Filho¹²³, Paulo Moreira Leite, Paulo Nogueira, Raquel Balarin, Renata Lo Prete, Ricardo Boechat, Ricardo Kotscho, Ricardo Noblat, Roberto Civita¹²⁴, Roberto Müller Filho, Robinson Cerântula, Rodrigo Mesquita, Sérgio Dávila, Sidnei Basile, Tatiana Merlino, Tereza Cruvinel, Thaís Oyama, Tiago Lobo, Thomas Traumann, Zuenir Ventura.

¹²³ Otavio Frias Filho é selecionado para esta pesquisa por falar a partir da posição de jornalista, mas evidentemente não se pode desconsiderar que tem interesses empresariais, por ser filho de Octavio Frias de Oliveira, que assumiu o controle da empresa Folha de S.Paulo em 1962. Otavio Frias Filho, portanto, tem grande parte de sua trajetória jornalística atrelada ao comando editorial da Folha de S.Paulo.

¹²⁴ As falas de Roberto Civita são usadas em função de ele se posicionar, neste texto específico, como jornalista. No entanto, é evidente que não se pode ignorar que ele também ocupa um lugar com muitos interesses empresariais, por ser filho de Victor Civita, fundador do Grupo Abril, e tem sua trajetória intensamente relacionada à atuação como Presidente do Conselho de Administração e diretor editorial do Grupo Abril.

O mapeamento resultou em **190 sequências discursivas**¹²⁵ que trazem as percepções que os jornalistas têm das funções do jornalismo e, agrupadas, geram as formações discursivas, que são núcleos de sentido sobre **12 finalidades do jornalismo**.

A análise revela que a principal finalidade do jornalismo para os jornalistas é **esclarecer o cidadão e apresentar a pluralidade da sociedade** – esse sentido é reiterado em 52 sequências discursivas (SDs). A segunda finalidade mais predominante na fala dos jornalistas é **fiscalizar o poder e fortalecer a democracia** (38 SDs). A terceira é **informar** (32 SDs), e a quarta é **verificar a veracidade das informações** (18 SDs). Essas quatro finalidades estão presentes em mais de 70% dos trechos analisados (Figura 18).

As finalidades seguintes são:

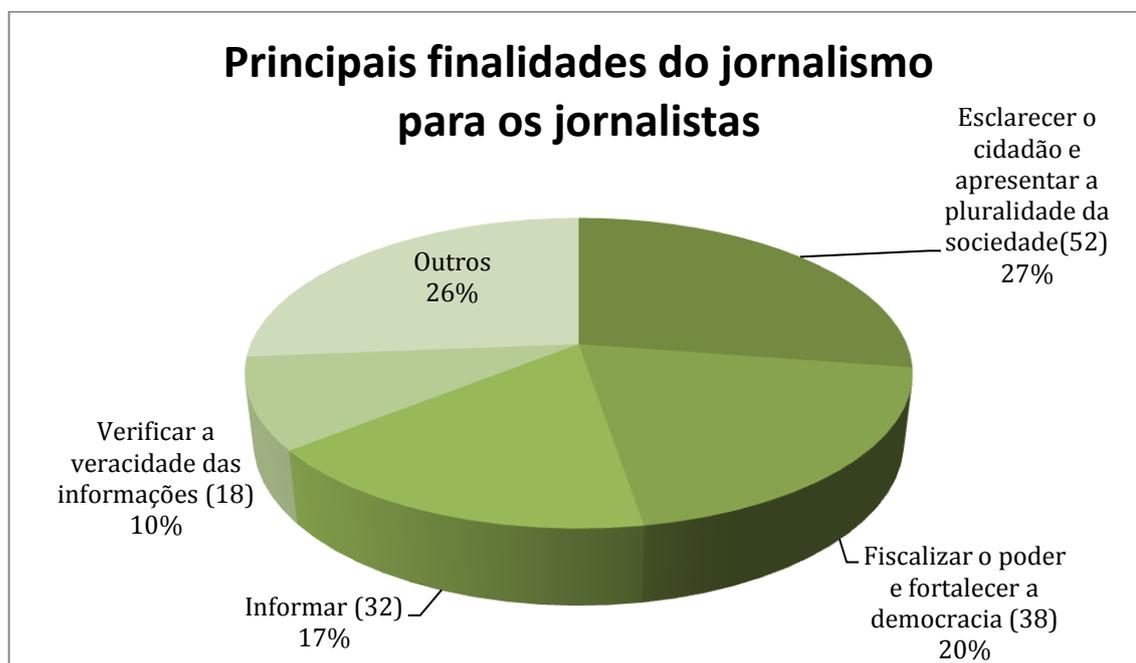
5. **interpretar e analisar a realidade** (13 SDs);
6. **registrar a história e construir memória** (12 SDs);
7. **fazer a mediação entre os fatos e o leitor** (11 SDs);
8. **integrar e mobilizar as pessoas** (11 SDs);
9. **defender o cidadão** (8 SDs);
10. **selecionar o que é relevante** (8 SDs);
11. **investigar** (2 SDs);
12. **divertir** (1 SD).

Os discursos analisados trazem memórias de jornalistas que, através das experiências adquiridas no dia a dia da profissão, demonstram o papel que cumprem ou imaginam que deveriam cumprir ou ter cumprido na sociedade. O mapeamento indica que há dois níveis de percepção dos jornalistas: a) nível de **constatação** das finalidades do jornalismo – a percepção de um papel que eles observam que o jornalismo cumpre; b) nível de **dever-ser** – a percepção normativa de uma finalidade que eles julgam que o jornalismo deveria cumprir, mas não necessariamente cumpre.

Para além de apontar a função que percebem, os jornalistas também trazem no discurso as finalidades que eles **não** consideram como sendo do jornalismo, mesmo que elas sejam comumente associadas à prática e à teoria. É reiterada a crítica dos jornalistas a algumas funções tomadas como “naturais” à profissão.

¹²⁵ É importante ressaltar que, em uma mesma sequência discursiva, o jornalista pode mencionar mais de uma finalidade do jornalismo. É por isso que, neste *corpus*, 16 SDs se repetem em diferentes Formações Discursivas.

Figura 18 - Principais finalidades do jornalismo para os jornalistas



Fonte: autoria própria

A seguir, apresento a percepção dos jornalistas sobre as finalidades do jornalismo, em ordem decrescente de recorrência, com alguns exemplos ilustrativos dos sentidos reiterados.

1) esclarecer o cidadão e apresentar a pluralidade da sociedade:

A finalidade de **esclarecer o cidadão e apresentar a pluralidade da sociedade** é a mais ressaltada pelos jornalistas (52 SDs). Para eles, o jornalismo deve esclarecer o cidadão e consegue fazer isso ao apresentar a pluralidade e a complexidade de opiniões e fatos que envolvem a realidade, dando ao leitor acesso a uma informação mais completa. Essa função é reiterada quando os jornalistas apontam que o jornalismo ajuda a formar a opinião pública, tornando as pessoas mais bem informadas. Esse sentido também abarca a noção de que o jornalismo deve ajudar o leitor a compreender o mundo em que vive.

Nestas sequências discursivas, os jornalistas frisam que uma sociedade bem informada é decorrência do cumprimento do papel de esclarecer o cidadão, ajudando a formar a opinião pública.

“Como jornalista, tenho obrigação de apresentá-los [os fatos] ao público – não de escamoteá-los ou distorcê-los a pretexto de ser isento e objetivo. O público que julgue meu trabalho. Ele pode me censurar com sua repulsa ou me premiar com seu respeito e assentimento. **Se não serve para esclarecer, alertar, forjar consciências e contribuir para a construção de um mundo menos injusto e desigual, para que serve mesmo o jornalismo?**” – Ricardo Noblat (DOC 18, p. 41).

“Acho que ela [a imprensa] tem um **papel decisivo** [na **formação da opinião pública**] e acho que esse papel tende a crescer de importância, à medida que a sociedade se torna cada vez mais não só urbana, como integrada, do ponto de vista das comunicações” – Otavio Frias Filho (DOC 15, p. 381).

“**Contribuir para a formação do cidadão [faz parte da obrigação do jornalista]**, sem a pretensão de ser um mestre. Quem não entrar nessa parada com esse senso de responsabilidade, com esse compromisso moral, não deve ser jornalista. Jornalismo é uma coisa séria, tem que ser praticado com seriedade. E seriedade não quer dizer objetividade, e sim honestidade. Ser honesto significa, antes de mais nada, respeitar a verdade factual com devoção canina. Outro ponto fundamental é o exercício desabrido do espírito crítico. Sem o exercício da crítica, e sem a fiscalização do poder, não existe jornalismo” - Mino Carta (DOC 15, p. 208).

“Acho que sim, acho que **formamos a opinião pública**. Muito mais a televisão, porque, com todos os problemas da nossa sociedade, o número de leitores é ínfimo neste país. Mas **o papel da imprensa na formação da opinião pública é decisivo, é fundamental**. A própria imprensa também tem a capacidade de mudar e de ir atrás da opinião pública. Olha o caso das Diretas, em que a TV Globo mudou e foi atrás. Imaginar que a imprensa tem influência zero, não tem, não. Daí a responsabilidade” - Dora Kramer (DOC 12, p. 127).

Para os jornalistas, esclarecer o cidadão também significa ajudar as pessoas a entender o mundo em que vivem, a saber como se comportar diante das situações e a compreender os valores contemporâneos.

“[...] É o jornalista que vai dizer às pessoas se o mundo vai acabar daqui a 20 dias ou não, é o jornalista que vai dizer às pessoas se fulano é mesmo um mito ou não, é ele que vai **estabelecer um juízo de valores** para o máximo de pessoas que ele possa atingir” – Armando Nogueira (DOC 20, p. 86).

“Penso no futuro dos jornalistas, e me ocorre uma frase utilizada há pouco pelo novo diretor da revista Time, Richard Stengel. Stengel disse que o papel da nova Time é decifrar para seu público um mundo crescentemente complexo e mutante. Não há nenhuma novidade revolucionária nas palavras dele, mas elas de certa forma nos lembram da **missão essencial de um jornalista** – ontem, hoje, sempre. Sob quaisquer circunstâncias, em qualquer mídia – tradicional, nova, novíssima. **Ajudar o público a entender o mundo**. Essa missão é permanente. Resiste ao tempo. **Quanto mais complexas as coisas, e vivemos numa era de grande complexidade, mais relevante a missão do bom jornalismo e do bom jornalista**. A mídia em que será exercida essa missão não importa. Pode ser revista, ou rádio, ou tevê, ou jornal. Pode ser blog, ou *site*, ou celular. Pode ser uma mistura desses meios. Para citar mais uma vez a Time, o novo mandamento lá é que a revista impressa e o *site* (no qual os blogs são a grande atração) formam, juntos, um todo. Não são partes isoladas, mas peças que se integram e se completam harmoniosamente. Por mais mídias que surjam, por mais mudanças que a tecnologia traga, **a missão do bom**

jornalismo estará lá, preservada, sequiosa por gente talentosa que a pratique em benefício da sociedade” - Paulo Nogueira (DOC 33).

Os jornalistas entendem que o discurso jornalístico deve abrigar a complexidade de opiniões e fatos que compõem a sociedade, ajudando a proporcionar o debate em torno dos acontecimentos. Se o jornalismo não mostrar diferentes vozes sociais e as pluralidades de angulações de um fato, não consegue ajudar a estabelecer a cidadania.

“A obrigação do jornalista é tentar **ampliar o leque e trazer o maior número de aspectos possíveis de um fato**” – Agostinho Teixeira (DOC 19, p. 58).

“O que não é dito é tão importante quanto aquilo que é dito. Tudo é informação. Às vezes, o jornalista pensa que informação é somente a palavra dita, mas, na verdade, isso é uma pequena parte das coisas. A realidade é uma coisa muito mais complexa, e **a gente, como jornalista, tem a obrigação de trazer essa complexidade para o leitor**” – Eliane Brum (DOC 19, p. 124).

“Para mim, o jornalismo é tão substantivo que não precisa de adjetivo. Há bom jornalismo e mau jornalismo. O que é o bom jornalismo? O bom jornalismo é aquele que compreende que **a realidade é muito mais complexa do que aquilo que é dito**. Infelizmente, boa parte dos repórteres se deixou reduzir a aplicadores de aspas em série. [...] O bom jornalismo é aquele que escuta o dito e o não dito, escuta os silêncios, aquele que sabe que os gestos e os cheiros podem ter informações tão importantes quanto a palavra. **O bom jornalismo trabalha com tudo que é da realidade e leva ao leitor o máximo de complexidade possível, para que o leitor possa ir onde ele não foi e, a partir daí, faça suas próprias escolhas**” – Eliane Brum (DOC 24, p. 89).

O discurso dos jornalistas também aponta a necessidade de haver liberdade de imprensa, para que o jornalismo possa abarcar a pluralidade de pensamento e, então, formar a opinião pública.

“A mídia tem e continuará tendo, acredito, um **papel decisivo na formação da opinião** no Brasil. **O importante é que a imprensa seja livre, que abra espaço para as mais diversas manifestações do pensamento**. Sendo assim, a mídia será a janela para que as outras instituições levem suas ideias e suas propostas ao grande público” - Alice-Maria (DOC 12, p. 226).

Mostrar a pluralidade de visões é uma finalidade por vezes associada ao ideal da imparcialidade:

“O jornalista é principalmente um difusor e um interpretador, no sentido de que não existe neutralidade absoluta. **A imparcialidade é o objetivo que o jornalista busca**, e talvez a maneira de chegar mais perto dela seja trazer para as páginas do jornal **visões conflitantes**. **Acho que a função do jornalista é relatar e organizar o seu relato trazendo uma interpretação dos fatos, mas trazendo também, em contraposição a isso, diferentes visões sobre aquele mesmo fato**, de forma a dar instrumentos para os leitores definirem a sua visão” - Eleonora de Lucena (DOC 12, p. 194-195).

Marcelo Canellas evidencia, a partir de um assunto persistente e de interesse público como a violência sexual, o papel do jornalismo de mostrar temas complexos para que eles sejam discutidos pela sociedade, o que reforça a função de esclarecimento do cidadão.

“O papel do jornalismo é tirar essa discussão [sobre a violência sexual] da sombra. Essa violência está dentro de casa e a sociedade precisa saber disso. A partir do momento que esse assunto vira notícia, ele deixa de ser um problema da família e passa a ser uma questão que deve ser discutida e enfrentada por toda a sociedade” – Marcelo Canellas (DOC 36).

Dar voz a fontes de diferentes pontos de vista e mostrar os diversos vieses em torno de um tema são formas de apresentar a pluralidade de opiniões, o que é importante, para os jornalistas, como uma forma de fazer o leitor refletir.

“Sobre o meu papel, realmente não saberia dizer, exceto que dedico muito tempo à tentativa de prevenir e corrigir injustiças. O jornalismo é uma espécie de bomba de nêutron que pode ter efeitos devastadores, muitas vezes invisíveis, e fico aterrorizado com a ideia de que, sob a responsabilidade do meu nome, estejam sendo cometidas injustiças ou atrocidades. **Tenho realmente uma preocupação obsessiva de que as partes acusadas sejam ouvidas, que o seu ponto de vista seja registrado**” – Otavio Frias Filho (DOC 15, p. 377).

“Eu tento tirar os editores da zona de conforto porque **eu acho que uma das funções até sociais do jornal é tirar o leitor da zona de conforto**. A gente procura muito não fazer o ‘Daily Me’¹²⁶. A gente não quer reforçar a cada ciclo de 24 horas as convicções do leitor, as opiniões que ele já tem. A gente quer também apresentar a ele o contraditório, o que se chama no jargão de Outro Lado. Mas é um outro lado mais filosoficamente amplo, não é só essa informação e esse acusado diz que a informação está errada. **É dizer há tendência, essa corrente, mas também há essa outra, conheça essa outra e tome a sua conclusão**. [...] Não é uma coisa que tem de ser feita a cada matéria, mas **se a cada edição você trazer uma reportagem, um artigo, um ponto de vista que tire o leitor de sua zona de conforto eu acho que o jornal está cumprindo a sua função social**” – Sérgio Dávila (DOC 40, p. 158).

É bastante reforçado o sentido de que o jornalista deve esclarecer e “iluminar” o leitor, mas não deve lhe entregar os julgamentos prontos. No discurso dos jornalistas, cabe ao jornalismo ajudar o público a chegar a suas próprias conclusões sobre os assuntos importantes.

“A notícia acontece o tempo inteiro! Você não pode fazer nada, em área nenhuma, sem passar pelos jornais. Nós cumprimos um **papel importante, para que as pessoas tenham capacidade de avaliar o próprio país**” - Eliane Cantanhêde (DOC 12, p. 76).

¹²⁶ Entende-se que a referência do jornalista é ao jornal virtual diário customizado pelos gostos individuais dos clientes.

“Muitas vezes denuncia, fiscaliza, defende. Mas não vejo o jornalista como um crítico, um fiscal, ou um defensor. Ele tem que ser, antes de tudo, o repórter, o que apura, ouve os diversos lados da história para que a sua reportagem **ajude o público a tirar as suas conclusões**” - Alice-Maria (DOC 12, p. 225).

“[A mídia] tem [um papel decisivo na formação da opinião pública]. Porque difunde informações, democratiza, torna as pessoas mais bem informadas. Esse é o papel dela. Por aí ela forma, por dar a notícia. **As pessoas julgam**. Mas na minha opinião **não cabe aos jornalistas dizer o que é bom, o que é ruim**. É uma arbitrariedade” - Roberto Müller Filho (DOC 15, p. 276).

“Você tem que **explorar todos os ângulos** de um determinado episódio, você tem que **dar todas as versões**, você tem que **deixar o leitor preferencialmente concluir**. [...]” - Celito De Grandi (DOC 24, p. 36-37).

“Se o jornalista escreve para seu leitor é por ele, e para ele, que deve se pautar. A intimidade e círculo de confiança gerado pelos jornais de pequenas esferas de abrangência, como jornais e cadernos de bairro, atendem de forma muito mais crucial aos interesses coletivos do que a generalização de abraçar o mundo dos grandes veículos. A estes últimos caberia o papel não de formadores de opinião, mas de proponentes da reflexão. **O verdadeiro papel do jornalista é, e sempre foi, fazer pensar**” - Tiago Lobo (DOC 34).

“**O jornalista deveria ser a pessoa que ensina a sociedade a pensar, que lhe dá elementos para pensar**. E isso hoje não está acontecendo. **Hoje, você está dando ao leitor um juízo feito**. Acho que você está dando pré-juízos ou pré-conceitos, não está dando elementos para o leitor montar os seus próprios juízos e conceitos. Para isso, a imprensa precisaria ser muito mais equilibrada, as pessoas menos partidárias – politizadas sim –, para que mesmo uma coluna opinada fosse mais abrangente, e não o reflexo de uma posição política” - Alberto Dines (DOC 15, p. 156).

“**[O jornalista] teoricamente oferece aos leitores – no meu caso eu penso em leitores sempre – a oportunidade de confrontar opiniões, de ouvir versões** e também de conhecer aquilo que eu chamo de verdade factual, **a fim de formar sua própria posição** em relação aos fatos da vida e do mundo. Digo teoricamente porque tenho dúvidas quanto ao senso de responsabilidade dos jornalistas, acho que a maioria deles não se dá conta da importância da profissão” - Mino Carta (DOC 17).

Para os jornalistas, o esclarecimento da população está ligado à construção da cidadania, que, por sua vez, é fundamental ao fortalecimento da democracia. O jornalismo é percebido, neste quadro, como um serviço público.

“Há uma preocupação do público em geral com a **formação da cidadania**. E o jornalista, naturalmente, também se volta para esses temas. É o momento da inclusão, do espaço que se abre para as diferenças, da ecologia, da participação de cada um na vida do país. Quanto à utilidade pública, não é de hoje que se sabe que **o jornalismo é serviço**. Então, como profissional do mundo de hoje, o jornalista se preocupa com todos esses assuntos, e eles estão cada vez mais presentes nos meios de comunicação” - Alice-Maria (DOC 12, p. 224).

“Mais do que informações e conhecimentos, o jornal deve **transmitir entendimento**. Porque é do entendimento que deriva o poder. **E em uma democracia, o poder é dos cidadãos**” - Ricardo Noblat (DOC 4, p. 22).

“**A democracia depende de cidadãos bem informados.** Jornal depende da confiança pública. Antes de ser um negócio, jornal deve ser visto como um serviço público. E como servidor público deverá proceder” - Ricardo Noblat (DOC 4, p. 22).

“Nós perdemos um pouco – um pouco não, nós perdemos muito – e tem uma geração que está perdendo muito mais do que a minha, **o senso da função social do jornalista**, de como nossa profissão é muito nobre, uma profissão muito antiga e muito nobre, porque nós **proporcionamos às pessoas a compreensão da sociedade e do mundo onde elas vivem**”- Leandro Fortes (DOC 17).

“[...] O jornalista tem que ter consciência da sua responsabilidade. Ele presta **um serviço público**, um serviço que pode ter efeitos muito profundos e muito graves. Dentro desse senso de responsabilidade cabe a ideia de que **a tarefa do jornalista é elevar o leitor, iluminar o leitor**” - Mino Carta (DOC 15, p. 208).

“Os jornalistas **informam os cidadãos** e, ao fazê-lo, **prestam um serviço público**. O sentido do trabalho nas redações dos principais jornais do país é **fornecer aos cidadãos as informações pelas quais eles podem tomar as decisões sobre os rumos de suas vidas**. Seja essa informação uma mera prestação de serviço, uma denúncia contra o governo, uma nota sobre um buraco de rua ou uma ampla reportagem sobre desvio de dinheiro público. **Em qualquer uma dessas hipóteses, é informação pública**” - Juliano Basile (DOC 13, p. 237- 238).

2) fiscalizar o poder e fortalecer a democracia

A segunda finalidade do jornalismo mais percebida pelos jornalistas é a de **fiscalizar o poder e fortalecer a democracia** (38 SDs). O sentido reiterado é de que o jornalismo deve vigiar as instituições para investigar se os procedimentos de conduta estão corretos ou não, munindo assim a sociedade de informação.

“A imprensa [...] tem que estar sempre servindo de **fiscal do poder**. Sobretudo na atual situação brasileira, em que há uma facilidade de se encontrar problemas em qualquer nível do poder” - Fabio Altman (DOC 10, p. 130).

“O jornalismo tem duas funções: é **essencial para a democracia**, como o **cão de guarda da sociedade**, e também **olha e critica os conflitos e o lado ruim da sociedade para apresentar soluções**” - Bruno Paes Manso (DOC 6).

“**A imprensa é o fiscal do poder**, sem nenhuma dúvida. Essa imprensa de **denúncia** renasce de uma forma mais sectária. O jornalista parece hoje muito mais determinado a fustigar a fonte, a criticá-la” - Luiz Antonio Villas-Bôas Corrêa (DOC 10, p. 248).

“Mesmo em períodos de grandes restrições da liberdade de imprensa, a imprensa tem uma função de montar, mediar e orientar debates. Isso sem falar do extraordinário, essencial **papel de vigilância dos poderes públicos** que a imprensa brasileira tem desempenhado” - Nelson Blecher (DOC 14).

“O jornalismo é questionador por definição. Se você abandona uma atitude questionadora, se você abandona o foco em **mostrar o que não tá**

funcionando, o que não tá sendo feito de maneira correta, você abdica da função primeira” – Renata Lo Prete (DOC 17).

“O nosso papel, como jornalista, é **jogar luz naquilo que está obscurecido pela visão cansada das pessoas, pelo preconceito, pela omissão do Estado ou pela arrogância do poder**” – Marcelo Canellas (DOC 19, p. 337).

No discurso dos jornalistas, vigiar os poderes e fazer a denúncia do que está errado visa expor os problemas da sociedade para defender a coletividade e o bem-comum. Segundo alguns jornalistas, pressionar poderes, baseado na investigação, é um caminho para a transparência.

“Nas mais variadas formas de cobertura jornalística, temos visto que a imprensa tem contribuído muito com a sociedade brasileira, e em outros países isso também acontece. A imprensa é um instrumento de **busca da transparência nas relações de poder, no trato da coisa pública, do interesse público**. Não são poucos os casos em que a gente vê o bom serviço do jornalismo. Quando, por exemplo, **denuncia o político que não cuida bem dos recursos públicos, quando denuncia casos de desvio de dinheiro dos cofres públicos, enfim, quando denuncia o mau administrador público. O papel do jornalismo é atuar na realidade e mudar aquilo que aparece de mais injusto**. É injusto que uma pessoa que foi eleita democraticamente passe a se achar no direito de desviar recursos públicos, inclusive daqueles que o colocaram naquele lugar. É injusto também a gente ver um contingente tão grande de pessoas vivendo à margem de todos os direitos possíveis. São essas pessoas que compõem grande parte da minha reportagem, os excluídos, pessoas que vivem à margem dos direitos básicos, como moradores de rua e catadores de lixo reciclável. O que as pessoas que têm o poder econômico, o poder político ou o poder de mando em algum grupo ou comunidade querem? Quanto menos luz houver sobre os atos delas, melhor, porque assim elas podem fazer o que bem entendem. **A imprensa é o facho de luz sobre a atuação de grupos políticos, criminosos e grandes corporações, que atuam em detrimento do interesse coletivo**” – Mauri König (DOC 19, p. 372).

A jornalista Ana Arruda Callado destaca que o jornalista deve fiscalizar o governo por ser o porta-voz da população. Ou seja, o leitor não tem os mecanismos de acesso às fontes e aos fatos, e então o jornalista tem o dever de apresentar as informações à sociedade, fazendo a devida crítica.

“O jornalista também tem que **criticar e fiscalizar o governo**, sim. Por quê? Porque ele é um intérprete da população. **A população pode fiscalizar o governo? Não pode. É o jornalista que pode ir lá e observar. Ele tem que ser, sim, um fiscalizador; a imprensa tem que ser fiscalizadora, é a sua função** – estou usando *fiscalizador* porque infelizmente, no Brasil, a palavra *fiscal* é meio esquisita: não é quem fiscaliza, é quem achaca; mas **o termo certo é fiscal mesmo**” - Ana Arruda Callado (DOC 12, p. 46-47).

Mino Carta aponta que fiscalizar o poder é a função primeira do jornalismo e associa isso à crítica que ele percebe que o jornalismo deve fazer para não se configurar “apenas” como um prestador de serviço.

“A relação entre o poder e o jornalismo é necessariamente tensa: o primeiro faz, o segundo critica. A folclórica definição de que jornalismo é separar o joio do trigo e, então, publicar o joio reforça a noção de que **o bom jornalismo deve ser um cão de guarda da sociedade sobre os poderosos**, sejam eles políticos, juízes ou empresários. **Um cão fiel ao seu real dono, o leitor, o internauta, o telespectador, o ouvinte**. Mas, para exercer corretamente o **papel de fiscal do poder**, o bom jornalismo precisa saber separar fato de ficção e publicar apenas fatos” - Thomas Traumann (DOC 38).

“A função primeira do Jornalismo é **fiscalizar o poder**, ter uma vocação absoluta à **crítica**, sem obviamente criticar por criticar. Sem isto o Jornalismo não tem sentido, quer dizer, ele passa a ser outra coisa, ele passa a ser apenas um prestador de serviço. Ele vai dizer apenas que na semana que vem vai ser inaugurada uma feira no Anhembi, mas se ele não disser se a feira é boa ou ruim, se tem sentido ou não, se é cara ou não, não tem sentido, vira apenas um *press release*” - Mino Carta (DOC 20, p. 59).

Já Fátima Bernardes traz outro ponto de vista em seu discurso. A jornalista faz uma distinção entre fiscalizar o governo – no sentido, por exemplo, de investigar obras públicas que estão sendo feitas – e dar um juízo de valor sobre um uso indevido de dinheiro público. Para ela, o fato de apresentar os dados já significa que o jornalista está fiscalizando o governo e ele não precisaria, então, fazer a crítica; segundo ela, a crítica deve ser feita pelo leitor.

“Quanto a ser fiscal do governo, também acho que sim, no sentido de apresentar o que está sendo feito ou não está sendo feito. Acho que essa é uma função nossa; acabamos fazendo isso mesmo. Se eu quero dar uma matéria sobre manutenção de estradas, ou sobre reforma de escolas, por exemplo, eu ligo e pergunto quanto do orçamento já foi gasto, e fico sabendo que foram gastos 2%, e nós estamos em dezembro, ao passar essa informação, acho que estou fiscalizando. **E é por isso que eu acho que não preciso dizer: ‘Que absurdo, não é, gente, esta escola caindo as pedações?’ Isso não quer dizer nada para ninguém. Se eu digo que de tantos milhões foram gastos tantos por cento, a pessoa que conclua se aquela percentagem foi boa ou não!** É muito melhor isso do que dizer que eu acho um absurdo, ou dizer: ‘Ah, eu também passei numa estrada horrorosa’. O que é que as pessoas têm a ver com isso? Não gosto de jornalismo de bordão” - Fátima Bernardes (DOC 12, p. 267-268).

Alguns jornalistas especificam somente vigiar o governo, mas outros compreendem o conceito de “poder” com mais amplitude.

“Ele [o jornalista] é **fiscal do poder em geral; do poder, onde quer que esteja**” - Mino Carta (DOC 15, p. 208).

“Só porque os dados estão ali não é que o trabalho do jornalista é pegar, olhar os dados e tudo bem. Às vezes os dados estão errados, às vezes tem outras coisas mais importantes que não são ali, então o trabalho do jornalista é ficar **pressionando governo** e [...] **não é só governo, são poderes. Governos empresas, organizações, movimentos e ONGs. Quem tem poder deve ser monitorado**” – Natália Viana (DOC 30).

No papel de fiscalizar o poder, está embutido o sentido de que ao jornalismo cabe denunciar e, também, cobrar a tomada de providência por parte das autoridades cabíveis.

“**Notícia é denúncia.** É isso que as pessoas compram, **é isso que as pessoas querem ver.** ‘Ah, jornal é serviço...’. Bom, então acessa o *site* de uma farmácia, de uma pizzaria” – Carlos Wagner (DOC 16).

“O jornalismo investigativo tem que ter a necessidade de querer **mostrar o oculto**, o que prejudica um sistema, a sociedade, o meio ambiente. É mostrar o que ninguém consegue ver na busca de **tentar fazer com que os responsáveis pelos fatos sejam desmascarados e que as autoridades responsáveis tomem providências**” – Cid Martins (DOC 19, p. 111-112).

No debate sobre a finalidade de fiscalizar, considero interessante a pontuação do jornalista Altamir Tojal, que ressalta a contradição existente na função do jornalista de fiscalizar o poder, sendo que as empresas jornalísticas fazem parte também desse poder.

“Uma outra preocupação da revista é orientar o nosso trabalho de modo a que nós façamos um **patrulhamento do poder.** E isso é muito difícil, porque existe uma contradição interna. Cabe ao jornalismo, dentro dessa filosofia, **fiscalizar o poder, mas as empresas jornalísticas também são o poder.** Então, nós, profissionais, temos que conviver com essa contradição e tentar produzir da melhor maneira possível” – Altamir Tojal (DOC 10, p. 128-129).

“A respeito disso, gostaria de colocar uma observação minha sobre o prefácio feito pelo Mino Carta para um livro chamado *A regra do jogo* – um livro póstumo de um jornalista importantíssimo, Cláudio Abramo –, onde se discute a questão do **papel do jornalista como fiscal do poder.** A reflexão que faço é que **tal função exige uma responsabilidade enorme de nossa parte, porque nem sempre escrever contra, denunciar, significa exercer esse papel.** É preciso fazer isso de uma forma muito criteriosa, muito cuidadosa. Talvez esteja exagerando nas dificuldades que a profissão impõe, mas acho que realmente o nosso trabalho é, ao mesmo tempo, **sermos fiscais do poder e trabalharmos para instituições que são o poder.** Muitas vezes ao denunciar, ao combater alguém, podemos estar, simplesmente, fazendo o jogo do poder. Isso é muito comum. Podemos estar apenas extravasando inutilmente a nossa ira” - Altamir Tojal (DOC 10, p. 128-129).

Os jornalistas destacam também o papel do jornalismo de fortalecimento da democracia. O jornalismo é apontado, assim, como *uma das* instituições que ajuda a fortalecer a democracia.

“Sou um cara muito idealista nesse sentido. Acredito muito no trabalho que fazemos, na profissão que transforma a vida das pessoas pra melhor ou pra pior, dependendo da qualidade do que se faz. **Se temos democracia hoje, liberdades individuais, um pouco de cidadania e respeito, devemos muito disso ao jornalismo**” – César Tralli (DOC 19, p. 88-89).

“O jornalista é o intermediário entre a origem da informação e quem vai ler. É quem está no meio, é quem vai na origem, **busca e democratiza a informação. O papel social do jornalista é o papel social da imprensa.** Sem ela, não se consegue ter uma **democracia**, uma sociedade organizada, bem informada. Quando eu saí de Catalão, de uma escola de freiras agostinianas, e resolvi ser jornalista, achava que ia ter influência sobre a história. Na minha cabeça, o jornalista também fazia a história. Hoje acho que não, o jornalista *conta* a história. É diferente” - Cláudia Safatle (DOC 12, p. 169).

“Essa [ser um **crítico, um fiscal do governo**] é uma **obrigação da imprensa, na democracia**” – Lillian Witte Fibe (DOC 12, p. 244).

“Chegamos em meados dos anos 70, no Governo Geisel, com uma imprensa finalmente livre – e também confusa, sem saber direito como administrar a liberdade. Só hoje em dia ela está começando a viver com eficiência essa sua peculiaríssima condição – de ser ao mesmo tempo uma indústria que objetiva o lucro, e um serviço público, um **intermédio entre o Estado e a Nação**, uma espécie de **fiscal do poder**. Um papel que, por necessidade, e muito ao contrário daquela imprensa panfletária do século XIX, a imprensa deve desempenhar com extraordinária humildade” - Luiz Garcia (DOC 10, p. 37).

Além disso, os jornalistas apontam em seus discursos o papel do jornalismo de ajudar a desenvolver a sociedade, trazendo informações de interesse público e reforçando, assim, a democracia. Eles diferenciam também interesse público de interesse do público, apontando que os veículos e os jornalistas trabalham para (aquilo que eles julgam como) o que é bom para a sociedade e não para “as leis de mercado”.

“Jornal é um negócio como qualquer outro. Se não der lucro, morre. Por isso deve estar sempre atento às necessidades dos leitores. Mas jornal também é um negócio diferente de qualquer outro. Existe para **servir** antes de tudo **ao conjunto de valores mais ou menos consensuais que orientam o aperfeiçoamento de uma determinada sociedade. Valores como a liberdade, a igualdade social e o respeito aos direitos fundamentais do ser humano.** Para cumprir o papel que lhe cabe, o jornal não pode abdicar de tais valores – mesmo que isso implique colidir com as chamadas leis do mercado. Que podem ser resumidas numa só: oferecer ao leitor apenas o que ele quer. Ou pensa que quer” - Ricardo Noblat (DOC 4, p. 26).

Apesar de bastante reiterado, o papel de fiscalizar o poder está longe de ser unanimidade entre os jornalistas. Na percepção sobre as finalidades do jornalismo, interessa-nos o que os jornalistas apontam como função, mas também o que eles destacam que *não é finalidade* do jornalismo. Isso demonstra que o campo é composto por negociação e tensionamento permanente de sentidos. Para alguns jornalistas, julgar,

fiscalizar e denunciar não são funções do jornalismo, e não é o jornalista que deve “representar” o cidadão na sociedade democrática.

“Jornalista não é juiz, promotor, ou advogado de defesa. Parece que escolhemos o caminho de fiscais da sociedade. Temos a obrigação de noticiar, não de julgar, porque não somos lei. Por mais que você tenha conhecimento profundo de certa notícia, há ângulos que você desconhece. Quem acha que sabe tudo vai passar a informação junto com a opinião pessoal. O jornalista não pode querer se transformar em objeto de condução da informação” – Glória Maria (DOC 9, p. 85).

“A gente sempre tem que lembrar que **jornalista não é juiz.** E se deixar possuir pela história do outro. Ser preenchida pela história do outro. Se vais cheia, não tem como ser preenchida” – Eliane Brum (DOC 24, p. 77).

“Essa frase [‘Jornalismo é denúncia, o resto é press-release’], se não me engano, é do Millor Fernandes. Mas eu não concordo muito com isso não. **Jornalismo não é denúncia;** é contar histórias, sejam boas ou ruins. **Hoje tem uma onda de denunciismo desenfreado, só tem isso na imprensa.** O cara entrega uma fita ou um filme para o repórter e pronto. Às vezes, o legal é sair com uma pauta e, no meio do caminho, descobrir outra. Tem muita gente que fala para mim: é, você teve sorte. Mas insisto: só tem sorte no jornalismo quem está na rua. Quem está na redação não descobre nada” – Ricardo Kotscho (DOC 35).

3) informar

Informar é a terceira finalidade do jornalismo mais percebida pelos jornalistas (32 SDs). É reiterada a compreensão de que o jornalista tem compromisso com um capital, “a informação”.

“Há intelectuais muito arrogantes, para os quais a imprensa é superficial, não formula nada em profundidade. Gostariam de ter jornais mais reflexivos, talvez. Mas **o papel da imprensa é sobretudo informar**” - Tereza Cruvinel (DOC 12, p. 150).

“O papel do jornalismo, em qualquer parte do mundo é preponderantemente informativo. Relatando fatos, documentando historicamente seu tempo, de forma isenta, sem paixão” – Afanasio Jazadji (DOC 29, p. 111).

No discurso dos jornalistas, notam-se dois níveis de percepção sobre o papel de informar: a) como um **processo finalístico**, que possui um fim em si mesmo e não precisa ser explicado; b) como um **processo qualificado**, que deve cumprir certas exigências e distingue informação (e conteúdo) de *informação jornalística*.

No primeiro nível, a informação é tomada pelos profissionais como *transmissão*, como uma ação operacional. A compreensão de que informar é a única função do jornalista, que ele deva fazer “apenas” isso, também norteia o discurso:

“Você **não tem que conscientizar ou doutrinar** ninguém. Você tem o papel de **transmitir informações**. As pessoas que façam o que quiser com elas” – Thaís Oyama (DOC 8).

“Formadores coisa nenhuma, **nós somos ‘informadores’**, quem se forma é a própria sociedade. A imprensa **deve apenas informar e também prestar serviços**, servir para a publicidade e tudo. Mas **a função principal da mídia é informar a sociedade** [...]. A imprensa perdeu um pouco o senso de que era um serviço da sociedade, para informar a sociedade, para passar a ser delegado, juiz, promotor, carrasco” – Carlos Chagas (DOC 2, p. 48).

A jornalista Miriam Leitão compreende que o jornalista deve “pegar” e “transmitir” notícia. Ela afirma que o profissional está errado quando acha que tem uma função social.

“A função primeira do jornalista é absolutamente simples: buscar e trazer informação. Quando o jornalista começa a achar que faz a história, ou que tem uma função social, é fiscal, é juiz, ele está errado” - Miriam Leitão (DOC 12, p. 100).

“Em resumo, acho que todo jornalista que pensa que é outra coisa vai exorbitar sua função. O jornalista é um **pegador de notícia** e um **transmissor de notícia**. É um elo da cadeia da informação. Dá elementos para a pessoa pensar, mas não faz o pensamento do outro. Tem que gostar de novidade, de ser surpreendido, tem que ser capaz de mudar de opinião” - Miriam Leitão (DOC 12, p. 101).

Já no segundo nível, profissionais constroem discursivamente o “informar” com predicativos, sem os quais se invalidaria classificar determinada informação como *jornalística*. Assim, para alguns jornalistas, informar significa apresentar fatos úteis, com critérios de seleção, com precisão, com consistência, com apuração, com originalidade.

“O jornalista tem que procurar abstrair [...] o que é a função pública, a função social como profissão, que é [...] ser um mediador da sociedade, [...] [deve buscar] **produzir informação que seja útil para a sociedade**” – Altair Nobre (DOC 1, p. 42).

“Do ponto de vista do editor, o bom jornalista é aquele que faz competentemente, honestamente, sem preconceitos e com a possível isenção o trabalho de **coletar informações e transmiti-las de maneira agradável e atraente** para seu público. A missão principal é cumprir **corretamente, com inteligência e honestidade, a tarefa de informar**” – Roberto Civita (DOC 20, p. 51).

“O leitor que participou de um evento ou comprou um produto vai querer confrontar sua experiência com a cobertura do jornal, e pretende ganhar alguma coisa com isso. O leitor que não participou espera que a leitura do jornal substitua sua presença e o oriente numa possível experiência futura. O leitor que ainda não comprou um produto espera que o jornal forneça dados suficientes para que ele possa se decidir ou não pela compra. Para defender o hábito de leitura, e com ele sua própria sobrevivência, o jornal deve estar

preparado para **responder ao leitor com precisão, consistência e, se possível, originalidade**”- Márion Strecker (DOC 10, p. 97-98).

4) verificar a veracidade das informações

A finalidade de **verificar a veracidade das informações** é a quarta mais lembrada pelos jornalistas (18 SDs) e tem como eixo o valor da verdade. A verificação é construída no discurso dos jornalistas como o processo que contribui com a busca da “verdade” dos fatos, pois o jornalista deve checar todos os dados para entregá-los ao público com correção e precisão.

“O jornalista precisa estar sempre **preocupado em buscar a verdade. Então, é necessário checar, verificar as informações**, ser independente. **O que ele vai informar pode mexer com a vida das pessoas**. Ele precisa ter consciência da sua responsabilidade. E um detalhe importante: não é só apurar bem. É também transmitir bem, com clareza, para que as pessoas entendam, principalmente na TV, onde não se tem a chance de ler de novo ou pedir para o apresentador ou repórter repetir a informação” - Alice-Maria (DOC 12, p. 225).

“Qual é a nossa obrigação? É **checar essas informações, checar para chegar o mais próximo da verdade**. Se a verdade vai aparecer, são outros quinhentos” - Celito De Grandi (DOC 24, p. 36-37).

Buscar a verdade significa verificar, apurar, ouvir grande número de fontes, explorar os diversos ângulos contidos no fato.

“O jornalista tem como missão **buscar, senão a verdade, a versão mais próxima da verdade**. Para tanto, deve ouvir o maior número possível de pessoas envolvidas no fato que está apurando” - Juliano Basile (DOC 13, p. 238).

A busca da verdade, conceito fundamental para o jornalismo, provoca reflexão entre os jornalistas quanto ao acesso que se pode ter à “realidade”.

“Um jornalista apura informações, notícias e o ofício diário do jornalista é este: **é ir atrás daquilo que está acontecendo e decifrar isso**, as várias pontas dos acontecimentos, dos fatos, **tentar colocar isso o mais próximo da realidade**, que de fato aconteceu, **o que é muito difícil, muitas vezes impossível**”- Fernando Rodrigues (DOC 17).

“Acho que a característica fundamental do jornalista é a ética, ainda que valha para todas as profissões. [...] No caso do jornalismo, a ética é intrínseca ao jornalismo, o que eu escrevo vai influenciar uma pessoa, vai chegar até outra pessoa, eu não escrevo para mim, não é um gesto individual. Não é um médico que examina um paciente ou um engenheiro que constrói uma casa, não é isso. **Eu estou publicizando, tornando pública uma situação, uma informação, que vai transformar uma cidade. O jornalismo é transformador, vai transformar para melhor ou para pior**. A notícia de jornal, ou de outros meios de comunicação, tem um aspecto fora de si mesma, ela chega até a

comunidade. Então, o fundamental é a ética. Eu tenho o direito de ofender? Não. Agora, **eu tenho o direito de revelar a verdade. E o dever**” – Flávio Tavares (DOC 24, p. 142).

Jornalistas falam em “verdade factual” ou “expressão possível da verdade” justamente para salientar a percepção de que o que o jornalismo consegue alcançar é uma verdade possível, adotando os critérios de apurar com rigor e respeitar os dados que podem ser mensurados e tratados com fidelidade.

“O que há de ser um jornalista? Este homem que **conta a verdade factual para garantir a sobrevivência humana**. É uma questão de sobrevivência do homem a defesa da verdade factual” - Mino Carta (DOC 17).

“**O jornalismo é a expressão possível da verdade**. [...] O que diferencia o jornalismo é esse esforço de que **cada fato que você retrata você conferiu, você ouviu várias vezes**, você colocou-se [...] lealmente do ponto de vista adversário e, do ponto de vista do adversário, você concluiu que aquilo realmente faz sentido” – Paulo Moreira Leite (DOC 17).

“Tem uma definição de que eu gosto muito do Carl Bernstein, que foi um dos investigadores do Caso Watergate. Ele disse que o trabalho do jornalista é **buscar a versão mais próxima da verdade**. Acho que essa é a essência do jornalismo. É isso que ele tem que buscar” - Celito De Grandi (DOC 24, p. 36).

Na percepção dos jornalistas, a busca pela verdade deve ser cumprida em função do leitor, e não das fontes ou dos empregadores/editores/veículos.

[...] Quando você está cobrindo uma guerra, não há mais possibilidade de se falar o que você vê de fato, sendo que **a função do jornalista é mostrar a verdade e não ficar atrás de chefe de regimento**” – José Arbex Jr. (DOC 19, p. 264).

“O bom jornalista é uma pessoa dotada de grande imaginação. Mas a imaginação dele deve estar a serviço da **busca da verdade** – ou de algo que possa honestamente ser apresentado como tal. [...] O público acredita (ou quer acreditar) no que o jornalista diz porque parte do pressuposto de que ele diz (ou tenta dizer) a verdade. A credibilidade é o único bem do jornalista. [...] **Quem me mantém é quem me lê** e acredita no que escrevo. Não é quem assina minha carteira de trabalho. Muito menos quem me informa” – Ricardo Noblat (DOC 18, p. 111).

5) interpretar e analisar a realidade

A finalidade de **interpretar e analisar a realidade** é apontada pelos jornalistas em 13 SDs, que consideram que é seu dever explicar a realidade, fazendo a interpretação e a contextualização das informações.

“Tenho obrigação de ser [intérprete da informação]” – Lillian Witte Fibe (DOC 12, p. 244).

“Não faz mais sentido, em minha opinião, tentar abarcar toda a multiplicidade dos acontecimentos que podem ser do interesse do leitor a um custo insuportável, quando há uma infinidade de meios pelos quais as pessoas podem se informar sobre esses assuntos de maneira mais rápida e até mais aprofundada. O que o jornal impresso pode oferecer indistintamente é a **análise inteligente sobre os temas mais relevantes para a sociedade**” - Carlos Eduardo Lins da Silva (DOC 22, p. 25).

Alguns jornalistas têm a percepção de que a interpretação é um papel mais operacional do jornalismo, pois é feita para se cumprir determinada função, ou seja, interpretar deveria *levar a* prestar um serviço público, servir a cidadania, esclarecer o leitor. Apesar disso, algumas sequências discursivas trazem o entendimento de que interpretar e informar não estão no mesmo nível: o papel de interpretar estaria além do de informar, ou seja, os jornalistas compreendem que o papel do jornalismo não é *apenas* transmitir a informação e demarcam a necessidade de contextualização das notícias.

“[...] O jornalista é um produtor de notícias, um difusor de informação, não há dúvida, e é um **intérprete, tem que interpretar. A notícia pura, ‘morreu fulano’, ‘caiu o avião’, não quer dizer nada. Você tem que contextualizar.** Claro, tem que começar dizendo: ‘aconteceu tal coisa’. Mas **jornalismo não é só isso. Isso é telégrafo, jornalismo é muito mais**” - Ana Arruda Callado (DOC 12, p. 46-47).

“Penso que o papel do jornalista, na sociedade do consumo, é **interpretar e traduzir informações. Não cabe a ele apenas informar.** Devido à saturação da informação, cabe ao jornalista interpretá-la, atribuindo-lhe sentido e precisão na produção de um bem intelectual que dê ao receptor a possibilidade de refletir e, também, de interpretar. É aí que reside a grandeza de um texto e só então pareceria correto atribuir ao jornalismo o papel de auxiliar na difusão do conhecimento” - Tiago Lobo (DOC 34).

“Jornais não servem para dar notícia. [...] O jornal tem o dever de **explicar, de analisar, de interpretar**” - Eduardo Tessler (DOC 5).

Os profissionais também percebem que o direito à informação e o direito de opinião de todos os grupos sociais são fundamentais para a democracia, o que traz a interligação do papel de interpretar e analisar a realidade com o papel de esclarecer o cidadão. A jornalista Tereza Cruvinel ressalta na sua fala a diferença entre interpretação e opinião.

“[...] Comecei pensando o jornalismo como ação política. Uma doença infantil compreensível da minha geração. Hoje acho que o jornalista é um prestador de serviço público, embora empregado pela iniciativa privada – ou, pelo Estado, se trabalhar numa televisão pública, por exemplo. Mas **seu dever fundamental é para com a sociedade, para com a qualidade da informação,** ou de serviço que presta. E para isso, é importante até que separe informação de opinião. Sou

mais de **interpretação** do que de opinião. **Acho que o leitor pode querer saber o que você pensa, mas sobretudo que você analise, interprete o que está acontecendo.** Nesse sentido, embora não tendo um mandato popular, você está **a serviço da cidadania**, trabalha para garantir um direito fundamental, assegurado pela Constituição, que é o **direito de todos à informação**" - Tereza Cruvinel (DOC 12, p. 148-149).

No entanto, essa compreensão sofre tensionamentos. Os profissionais percebem a finalidade do jornalismo enquanto campo ao avaliarem a sua missão no cotidiano e também ao pensarem sobre como gostam de ser vistos pelos pares e pelo público. A jornalista Fátima Bernardes, por exemplo, compreende que produzir e difundir informações são papéis do jornalismo, mas que interpretar não é, que ela não se vê como intérprete.

"Não gosto de me ver como intérprete. Não gosto de um noticiário comentado, no sentido de personalizado, de eu dizer que acho aquilo lindo, ou feio, ou horrível. Isso foge do que eu imagino que é a minha função. Acho que eu tenho acesso a determinadas informações às quais as pessoas em casa não têm, e que a minha missão é levar o maior número possível dessas informações a elas. Portanto, quando você me pergunta se eu sou uma produtora e difusora da informação, acho que sim. Mas **acho que não preciso interpretar a realidade, porque, embora eu saiba que as pessoas têm dificuldade de entender um monte de coisas, também sei que elas são capazes de ter uma percepção e uma análise próprias desde que recebam a informação.** Acredito que posso dar uma informação múltipla, variada, e deixar que a pessoa chegue à conclusão que desejar" – Fátima Bernardes (DOC 12, p. 267).

Também se observa, no discurso dos jornalistas, que nem sempre a imagem que os jornalistas fazem de si mesmos e da função que devem ocupar corresponde à imagem que fazem do jornalismo enquanto campo. Como apontam as sequências discursivas abaixo, o jornalista Roberto Müller Filho percebe a interpretação como uma forma de facilitar a vida do leitor e entende que esse é um dever do jornalista. No entanto, ao elaborar a imagem que faz de si mesmo, aponta que não se considera um intérprete, no sentido de que o julgamento deve ser feito pelo público.

"A interpretação é parte da função do jornalista. Acho que nós devemos fazê-la, mas ela não é um tom, é um semitom. Entre a notícia e a opinião existe uma espécie de sustenido que separa a interpretação da opinião. **É um dever nosso interpretar, facilitar a vida do leitor,** para ele entender o que está acontecendo. Isso só pode ser feito numa atmosfera de boa-fé. Se não houver boa-fé, você acaba que contrabandeia a sua opinião, deformando a informação. Interpretar é interpretar, mas é muito difícil separar de opinar, e a regra para isso é boa-fé"- Roberto Müller Filho (DOC 15, p. 274-275).

"Não me considero intérprete, não acho que minha missão seja fiscalizar. Acho que há notícias que geram fiscalização, porque são notícias sobre irregularidades. **A minha missão é só informar,** não é investigar, não é punir, não é julgar. Costumo dizer, em conversas com os meus colegas: 'Você não é

juiz, não é promotor, você é jornalista. Passe a informação. Não tem importância se ela é ruim ou é boa. Se foi bem apurada, se foram ouvidas as partes, se foi bem checada, dê a informação, e você terá feito a sua parte. Os tribunais julgam, a imprensa relata. O povo não é bobo. Deixe que o povo julgue” - Roberto Müller Filho (DOC 15, p. 274-275).

Outro sentido é o de que a finalidade de interpretar está relacionada com o cenário atual de excesso de informação, em que os jornalistas executam o trabalho de curadoria de notícias, fazendo o filtro e a interpretação das informações.

“O jornal impresso foi por muitas décadas o jornal do registro, tudo o que acontecia de relevante tinha de entrar naquele jornal. [...] Hoje em dia eu acho que ele é muito mais uma **curadoria dessa cacofonia que bombardeou o leitor nas últimas 24 horas**. Ele é menos ‘olha, leitor, isso é tudo o que aconteceu nas últimas 24 horas’. E mais ‘isso é tudo que nós, jornalistas da Folha de S.Paulo no meu caso, achamos importante você saber que aconteceu nas últimas 24 horas’. E mais: é dessa maneira que **nós interpretamos o que aconteceu** e que **nós analisamos o que aconteceu**. Esse tripé. E que nós projetamos o que vai acontecer” – Sérgio Dávila (DOC 40, p. 155).

6) registrar a história e construir memória

A finalidade de **registrar a história e construir memória** também é apontada como sendo dever da profissão em 12 SDs. Para os jornalistas, é o jornalismo que pode ajudar a escrever um período e que vai ajudar no entendimento do que se passou no tempo que estamos vivendo.

“O jornalista é o cidadão que vai **fazer o primeiro rascunho da história**, que vai às vezes errar, mas no dia seguinte vai corrigir, porque vai ter imbuída a obrigação de acertar. É alguém que tem que estar informado sempre, não pode parar de ler e de estudar” - Cláudia Safatle (DOC 12, p. 169).

“O papel do jornalismo, em qualquer parte do mundo é preponderantemente informativo. Relatando fatos, **documentando historicamente seu tempo**, de forma isenta, sem paixão” – Afanasio Jazadji (DOC 29, p. 111).

“O jornalista é uma espécie de historiador ‘a quente’. Um dos melhores resultados que o jornalista pode ter é **elaborar um relato que possa ser utilizado mais tarde, com proveito, pelo historiador**. Acho que o jornalismo é uma ciência, uma técnica, e que pessoas de diferentes origens intelectuais e mesmo profissionais podem e devem atuar no jornalismo, se tiverem um mínimo de aptidões que são relativamente simples” – Otavio Frias Filho (DOC 15, p. 375).

“Fazer jornalismo é **produzir memória**. Porque às vezes a gente despreza um pouco o jornalismo, eu falo mal do jornalismo frequentemente, mas eu sei que no fundo a gente tá fazendo aquilo que alguém já chamou de **primeiro rascunho da história**. Quantas vezes você chega na Biblioteca Nacional e procura um jornal antigo e tá lá uma materiazinha de vinte linhas e você tem uma informação interessante [...], ficou um registro, aquilo não se perdeu. Nesse sentido, o jornalismo pode produzir informação pra consumo a curto prazo e

memória, que vai ser consumida a longo prazo. Eu acho que é uma **função nobre do jornalismo**” – Geneton Moraes Neto (DOC 17).

“Eu não falo só das grandes matérias. Mesmo com uma nota temos de ter essa preocupação. Nós contamos a história cotidiana, a história contemporânea do nosso mundo, seja o mundo da nossa comunidade seja o do nosso país. O jornalista é o **historiador do cotidiano, o que a gente faz é documento**, querendo ou não, com consciência ou não, mesmo que seja um documento da nossa incompetência. **A gente influencia o mundo agora e vai influenciar a compreensão do nosso mundo depois**, então é uma responsabilidade muito grande” – Eliane Brum (DOC 19, p. 124).

Testemunhar os fatos é um jeito de construir a memória de um tempo. A imagem que os jornalistas elaboram é do profissional que testemunha todos os acontecimentos – o que remonta ao mito do jornalista onipresente, que consegue estar nos lugares em que o leitor não pode estar. José Hamilton Ribeiro, em uma das sequências discursivas abaixo, aponta que a sensação de testemunhar a história é tanto romântica quanto missionária.

“O que leva um jornalista a uma cobertura de guerra ou a uma situação de perigo, um pouco é vaidade; um pouco é espírito de aventura; um pouco é ambição profissional; e muito, mas muito mesmo, é a sensação, entre **romântica e missionária**, de que faz parte de sua vocação estar onde a notícia estiver, seja para ali atuar como **testemunha da história**, seja para denunciar o que estiver havendo de abuso de poder (político, psicológico, econômico, militar), seja para açoitá-la injustiça, a iniquidade e o preconceito. Após tudo isso, uma pitada de falta de juízo” – José Hamilton Ribeiro (DOC 25, p. 103).

“[...] Vejo o papel do jornalista como o de uma **testemunha que conta para o público o que está acontecendo**. Conta e explica, como testemunha.” - Alice-Maria (DOC 12, p. 225).

“[...] O papel do jornalista é **contar as novidades para as pessoas que não podem estar no lugar do fato**. Vamos pegar como exemplo o caso da morte do Muammar Kadafi. Os jornalistas que foram para a Líbia contaram para o mundo todo como foi a morte daquele ditador. Não pudemos estar lá, então a imprensa fez isso por nós” - Ricardo Kotscho (DOC 19, p. 437).

O sentido construído no discurso dos jornalistas é de que esse registro deve ser feito de forma “fiel”, o que também reitera o grande ideal jornalístico de buscar a verdade. Marcos Guterman, formado em Jornalismo e também em História, aponta que a finalidade do jornalista é fazer história e também estar presente onde a história acontece – e tensiona a fidelidade dos fatos.

“[...] Eu, como historiador, posso dizer que estamos produzindo história, porque essa documentação vai ser consultada daqui a 50, 100 anos, como a **tradução fiel dos fatos – ou, pelo menos, não exatamente fiel, mas como o mundo via aquele momento histórico**. Aquilo é um documento. Quando eu faço a primeira página, principalmente a primeira, que geralmente é o que é

consultado pelos historiadores no futuro, você tem uma carga de responsabilidade pelo que está produzindo como documentação. Acho que o jornalista tem essa dupla função, de **fazer história** e de **estar no lugar em que ela acontece**, ao mesmo tempo” - Marcos Guterman (DOC 40, p. 216-217).

“Se o jornalista é uma testemunha da história, como disse Zuenir Ventura, então a função do jornalista é **registrar essa história do modo mais fiel possível**” - James Alberti (DOC 7).

7) fazer a mediação entre os fatos e o leitor

A finalidade de **fazer a mediação entre os fatos e o leitor** é reiterada pelos jornalistas em 11 SDs, e esse sentido é relacionado especialmente ao contexto atual, em que o jornalista não possui a exclusividade de acesso à informação e sua divulgação. O jornalista considera como seu papel ser um mediador entre o fato e o leitor, o que implica adotar os valores éticos da profissão.

“Acho que o jornalista hoje é o mesmo que era Charles Dickens. É o **intermediário entre a população e a fonte do acontecimento**, é quem vai buscar, quem vai saber” - Ana Arruda Callado (DOC 12, p. 45).

“O jornalista tem que procurar abstrair [...] o que é a **função pública**, a função social como profissão, que é [...] **ser um mediador da sociedade**, [...] [deve buscar] produzir informação que seja útil para a sociedade” - Altair Nobre (DOC 1, p. 42).

“O jornalismo deixou de ter o monopólio da informação. A sociedade ainda precisa da função de **mediação entre o fato e o leitor**, e vai continuar precisando. A maneira de fazer jornalismo não está em crise porque **precisamos do mediador**. Mas qualquer um pode postar uma informação. Isso tirou a exclusividade do poder de mídia do jornalista. Hoje, qualquer pessoa, empresa ou instituição tem esse poder. Um vídeo no YouTube ou um *post* no Facebook ganham espaço na rede tradicional” - Caio Túlio Costa (DOC 5).

“O jornalista é o **intermediário entre a origem da informação e quem vai ler**. É quem está no meio, é quem vai na origem, busca e democratiza a informação. O papel social do jornalista é o papel social da imprensa. Sem ela, não se consegue ter uma democracia, uma sociedade organizada, bem informada. Quando eu saí de Catalão, de uma escola de freiras agostinianas, e resolvi ser jornalista, achava que ia ter influência sobre a história. Na minha cabeça, o jornalista também fazia a história. Hoje acho que não, **o jornalista conta a história**. É diferente” - Cláudia Safatle (DOC 12, p. 169).

Na percepção sobre fazer a mediação, há jornalistas que vinculam essa compreensão com a cidadania e outros que classificam a mediação como a tarefa do jornalista de adaptar as linguagens especializadas para que sejam compreensíveis ao público:

“O papel do jornalista é muito mais humilde e nem sempre temos consciência disso. **É o papel de alguém que vai mediar.** O jornalista é, como já se disse, o especialista em assuntos gerais, é aquela pessoa que tem que se informar para informar o leitor. É melhor que o redator faça um trabalho de resenha sem tanta erudição, mas que possa **chegar ao leitor comum**, do que produzir uma matéria que o diretor do filme entenda, mas que seja absolutamente incompreensível para o público” – Zuenir Ventura (DOC 10, p. 107).

“Às vezes, os grandes especialistas têm dificuldade para **explicar para as pessoas comuns** o assunto que é do conhecimento deles. Nossa função como jornalista é **servir de canal para que o expert possa se comunicar com o povo.** Eu gosto muito de divulgação científica justamente por isso. Nós podemos ajudar o cientista, o acadêmico, o pesquisador e o economista a se expressarem de maneira mais clara e a passarem adiante suas ideias. Essa é uma **função nobre do jornalismo**” – Ernesto Paglia (DOC 19, p. 160).

“A boa função do jornalista é dar grandeza às histórias dos outros. **Descobrir nas pequenas coisas algo edificante. Se a gente conseguir fazer isso, contar essa história,** eu acho que a gente tá cumprindo um pedacinho do nosso papel” – Caco Barcellos (DOC 27).

Outra faceta da mediação é o sentido de que o jornalismo deve ser o intermediário entre o poder e os cidadãos, contribuindo para fornecer informações que ajudem as pessoas a formarem suas opiniões.

"Na democracia representativa, é a imprensa livre que encurta a distância entre os cidadãos e o poder, entre os representados e os representantes. É a imprensa livre que produz, enfim, a **mediação entre o poder político e os cidadãos, fornecendo a estes últimos a informação, acompanhada de análise ou de opinião autorizada, que lhes dará elementos para a formação de sua própria opinião,** e no conjunto, para a formação da chamada opinião pública" – Tereza Cruvinel (DOC 13, p. 219-220).

8) integrar e mobilizar as pessoas

Na percepção dos jornalistas sobre a finalidade do jornalismo também aparece o sentido de que cabe à profissão **integrar e mobilizar as pessoas** (11 SDs). Ou seja, o jornalismo deve apresentar os problemas da sociedade e ajudar a discutir soluções.

“[...] É nossa função social mostrar as razões dos problemas e **ajudar a sociedade a discutir possíveis soluções**” – Marco Antônio Gomes (DOC 20, p. 98).

Outra faceta desse sentido é que o jornalismo deveria estimular o debate e a ação, servindo de “exemplo” para o público e ajudando a manter um “espírito público”, que orienta as pessoas sobre como se organizarem no mundo e saberem como se enquadrar na sociedade. Esse papel está intimamente ligado ao de fiscalizar as instituições, pois

denunciar os erros seria o primeiro passo para incentivar as pessoas a tomarem uma atitude ou a pensarem sobre possíveis soluções.

“Ela [a mídia] tem esse papel [na formação da opinião pública] quando mostra coisas que não eram mostradas. E isso foi determinado sobretudo pela televisão [...]. É uma coisa imensa. E esse é o grande processo de transformação da sociedade brasileira. É o conhecimento. **As pessoas estão vendo a denúncia, estão vendo a moda, estão vendo a maneira de falar.** A dramaturgia também entra aí, como fator de informação muito grande, na medida em que as novelas buscam lidar com a atualidade, buscam fazer paródias. Não é notícia, mas é conhecimento. É impressionante, você vai a uma pequena cidade no interior do Piauí e as pessoas estão vestidas como se vestem no Méier. **O fator de união nacional que está nisso é uma coisa fantástica, imensa**” – Evandro Carlos de Andrade (DOC 15, p. 64).

“Acho que sim [o jornalismo pode mesmo mudar uma realidade]. Não é uma coisa que cada jornalista possa fazer individualmente, porque isso seria muito pretensioso, mas um conjunto de jornalistas e veículos pode sim interferir na realidade e isso de duas maneiras: a primeira é denunciando o que está errado para ser corrigido e a outra é contando histórias que deram certo para **servir de exemplo e estímulo para outras pessoas**” — Ricardo Kotscho (DOC 19, p. 437-438).

“Essas coisas talvez tenham caído de moda... Vai ver que eu estou aqui fazendo um discurso jurássico... Mas acho que não vou conseguir mudar o meu modo de ver. E acho que isso volta, de alguma forma, porque a sociedade vai se organizar. Porque é preciso haver outros mecanismos, e acho que a imprensa continuará sempre sendo um **instrumento para cuidar da coisa pública**. Não para defender a coisa pública, mas para **manter um sentimento chamado espírito público**” - Roberto Müller Filho (DOC 15, p. 277).

Ao discutir a finalidade do jornalismo, alguns jornalistas apontam sua percepção a partir de uma avaliação sobre o papel que o jornalismo efetivamente está conseguindo cumprir. É o caso de Alberto Dines, que considera que a imprensa abdicou desse papel de liderar a comunidade. Também é o que se observa na fala de Rodrigo Mesquita, que compreende que o jornalismo deve ser um instrumento de articulação com a sociedade e que esse papel não está em risco, mas ainda está em aberto para ser ocupado.

“[A imprensa] tinha que **liderar**, não no sentido do governo, e sim no sentido da sociedade! A sociedade quer fazer rodízio. Isso não tem nada a ver com o governo. A sociedade quer diminuir o número de carros porque não dá para andar em São Paulo. Tanto deu certo que agora repetiram. Foi uma vitória da coletividade. Sem a participação da imprensa. E isso é um atestado de incompetência, de como a imprensa brasileira abdicou da sua **capacidade de liderar a comunidade. Não é liderar para voto, para eleger, não é isso, é liderar para o progresso**” - Alberto Dines (DOC 15, p. 163).

“O que está em risco hoje é o jornal de papel. O papel do jornal, ser **um instrumento de articulação com a sociedade**, é um espaço que continua aberto para ser ocupado. A nova infraestrutura de comunicação abre espaço para o que chamamos de “jornalismo cidadão” e novos *players* sem legados” – Rodrigo Mesquita (DOC 28).

9) defender o cidadão

A finalidade de **defender o cidadão** também é reiterada no discurso dos jornalistas (8 SDs), que afirmam que a imprensa é a representante do público. Para a construção do papel de defesa do cidadão, um eixo forte desse sentido é o valor de interesse público, que implica o jornalista representar os interesses da maioria da população.

“Vejo minha profissão como uma bandeira **em defesa da sociedade** em um país tão desigual, com tanta roubalheira e corrupção, com tantos políticos que viram as costas para a população. A saúde não funciona, a educação está precária, o transporte público é de quinta categoria... **Se não formos nós brigando pelo povo, quem vai brigar?** Por isso, quando vejo tentativas de amordaçar a imprensa, do controle do Estado sobre os veículos de comunicação, eu fico de cabelo em pé! Isso jamais pode acontecer no Brasil! Não podemos permitir isso nunca. Nosso maior triunfo é a liberdade de imprensa e a capacidade de trabalhar sem censura **pelo interesse do cidadão comum**” – César Tralli (DOC 19, p. 89).

“Para mim [o jornalismo] representa a **defesa do interesse público**. Essa foi a função que a imprensa assumiu historicamente, com o passar do tempo, no Brasil. [...] Essas grandes empresas brasileiras de mídia nasceram ligadas a interesses políticos muito particulares, continuam assim, mas dentro delas, o jornalismo se desenvolveu como um instrumento de defesa de interesses públicos. O que é a mídia? É a mediação entre diversos interesses dentro de uma sociedade. E dentro da mídia, como um jornalista se enquadra? Enquadra-se como uma pessoa que **não deve pensar nos seus interesses particulares e nos de seu patrão**, muito embora a gente, em função da relação com o patrão, seja forçado, às vezes, a representar os interesses dele. Trabalhamos para emissoras, rádios e jornais que não nos pertencem. Acho que o essencial nessa relação é você ter clareza do que é o interesse público. **Saber o que representa de fato o interesse da maioria**” – Luiz Carlos Azenha (DOC 19, p. 308-309).

“Sobre o meu papel, realmente não saberia dizer, exceto que dedico muito tempo à tentativa de **prevenir e corrigir injustiças**. O jornalismo é uma espécie de bomba de nêutron que pode ter efeitos devastadores, muitas vezes invisíveis, e fico aterrorizado com a ideia de que, sob a responsabilidade do meu nome, estejam sendo cometidas injustiças ou atrocidades. Tenho realmente uma preocupação obsessiva de que as partes acusadas sejam ouvidas, que o seu ponto de vista seja registrado” – Otavio Frias Filho (DOC 15, p. 377).

Os sentidos de “brigar” pelo povo e “socorrer os aflitos” remontam a uma visão romântica sobre o jornalismo:

“O mundo não se divide entre bandidos e mocinhos. O mocinho de hoje pode ser o bandido de amanhã – e vice-versa. Mas sei – ou posso saber – quando estou diante de um bandido no exercício da bandidagem. Devo ouvi-lo para que se defenda. Jamais, contudo, o tratarei como à sua vítima. Ela será mais bem tratada. Porque creio sinceramente – por mais que isso traia uma visão romântica do jornalismo – que **a imprensa existe, antes de tudo, para**

socorrer os aflitos. E afligir sem dó os seus algozes” – Ricardo Noblat (DOC 18, p. 65).

Defender o leitor também implica, como aponta o jornalista Marcelo Canellas, fazer denúncia para ajudar a vítima – como num caso de exploração sexual.

“Quando você encontra uma situação de injustiça como essa, da exploração sexual, você não pode ficar neutro e nem imparcial. **Tem que se colocar claramente do lado da vítima, fazer a denúncia**, usando um outro conceito mais apropriado, mais adequado à nossa atividade porque se situa no campo do conhecimento: o conceito de objetividade. Neutralidade e imparcialidade não servem para o jornalismo, mas a objetividade sim. Nosso dever é aproximarmos tanto quanto for possível da realidade, isso é objetividade” – Marcelo Canellas (DOC 19, p. 329).

No papel de defesa do cidadão, um campo de sentidos que emerge da fala dos jornalistas é o de que o profissional deve ser um *porta-voz da população*. Nas sequências discursivas, vejo uma distinção na percepção sobre esse papel: ele é visto tanto no sentido de **dar voz aos que não a têm** (ouvindo as mais diversas fontes e dando espaço para que elas se pronunciem), quanto no sentido de **falar pelos sem-voz** (o que significaria falar pelas pessoas, por o jornalista ocupar um lugar de fala privilegiado e autorizado).

“Para mim jornalismo era e ainda é **dar voz a quem não tem voz**. Foi isso que fiz na maior parte da minha vida. Hoje, a maior parte dos grupos e das pessoas que antes não tinham voz tem voz. Porque a internet permitiu a ampliação das narrativas e hoje todo mundo tem espaço para contar a sua vida” – Eliane Brum (DOC 24, p. 82).

“No meu caso, especificamente, pelo tipo de tribuna que posso ocupar, sou um produtor, um difusor e também um analista de informações. Nem todos os jornalistas podem desempenhar esses papéis. Eu posso. **Eventualmente, posso falar pelos sem-voz. Posso ocupar esse espaço como quiser**” – Augusto Nunes (DOC 15, p. 342).

Mas não é consensual, para os jornalistas, que a finalidade do jornalismo seja a de defender o cidadão e que, para isso, deva fiscalizar e vigiar. Alguns jornalistas argumentam que não são defensores dos cidadãos, que a missão é *só* informar e que devem fazer a mediação entre o público e as organizações representativas, mas não se colocar no lugar delas.

“Notícia é uma coisa tão volátil, contraditória. O que é a verdade? Esse exercício é tão complicado! Além disso, o jornalista ainda tem que dizer o que acha do mundo? Às vezes, basta selecionar um menino talentoso que saiu da faculdade e pedir-lhe para escrever uma coluna, que ele se acha autoridade. O jornalista deveria ter 15 anos ou mais de profissão para poder ser colunista e dizer o que pensa. **Muitos jornalistas acham que são defensores dos consumidores**.

Não são. É o Procon que faz isso. O jornalista tem que é ouvir o Procon” - Roberto Müller Filho (DOC 15, p. 276).

“Acho que é isso: minha missão não é fiscalizar, nem investigar, é captar, elaborar e, se possível, interpretar informações. **Não represento o sem-voz. Isso é questão dos partidos políticos, das associações de classe. Não é do jornalista. Quando o jornalista acha que é, ele está usurpando uma função social para a qual não foi eleito.** Já é um privilégio eu poder decidir o que vai ou não para a primeira página, já é uma decisão grave, uma coisa de grande responsabilidade” - Roberto Müller Filho (DOC 15, p. 275).

Alguns profissionais também discordam que ser porta-voz da população seja função do jornalista. É interessante que, em algumas entrevistas consultadas para esta tese, os entrevistadores interrogam os jornalistas sobre o papel de defesa dos sem-voz, partindo do pressuposto de que seria uma obrigação historicamente apontada ao jornalista. Nas respostas dos jornalistas Roberto Müller Filho, Cláudia Safatle e Tereza Cruvinel se percebe o tensionamento com essa imagem.

[Você se vê [...] como aquele que fala pelos sem-voz?] “[...] **Quem são os sem-voz? Isso é tudo um jogo de palavras. E compete a nós corrigir essa suposição de que temos um mandato.** Não há mandato nenhum, o que nós temos é um dever, de informar direito” - Roberto Müller Filho (DOC 15, p. 276).

[Mas quando o jornalista divulga os movimentos dos sem-terra, por exemplo, não está dando voz àqueles que não têm?] “**Os sem-terra têm voz! Quando o jornalista escreve sobre eles, está dando voz àqueles que tiveram a capacidade de se organizar e criar voz.** Porque a obrigação do jornalista é relatar o que está acontecendo. Os sem-terra não foram inventados pela imprensa, eles primeiro se organizaram, e a imprensa foi cobrir. Agora, aqueles que não estão organizados, aqueles para quem o governo não tem uma política, esses não estão no jornal, não estão em lugar nenhum. De vez em quando sai uma matéria: família mora debaixo da ponte, dentro do viaduto. Mas eles continuam sem voz. Eles têm voz quando há uma chacina da Candelária e o mundo se mobiliza” - Cláudia Safatle (DOC 12, p. 170).

[Como você percebe o papel do jornalismo na sociedade? [...] É um defensor dos sem-voz?] “**Acho que seria arrogância o jornalista sentir-se um fiscal ou defensor dos sem-voz.** Como prestador de serviço, ele ajuda o cidadão a formar sua opinião, mas não está aí para substituir ninguém. [...]” - Tereza Cruvinel (DOC 12, p. 149-150).

10) selecionar o que é relevante

A finalidade de **selecionar o que é relevante** também é apontada pelos jornalistas em seu discurso sobre o papel do jornalismo (8 SDs), independente do meio que se esteja falando. Seja na organização dos fatos “a cada 24 horas” como faz o jornal impresso, seja na organização dos fatos “a cada sete dias” como fazem as revistas semanais de informação, seja na organização dos fatos a qualquer momento, como

fazem o rádio, a TV e as inúmeras plataformas de informação *on-line*, o destaque dos jornalistas é ao sentido de que o jornalismo deve selecionar o que é relevante e o que não é. A noção de relevante abarca, aqui, a compreensão sobre o que é importante, mas também sobre o que é atual e útil.

“Acho que o jornal impresso tem um papel importante para o universo dos leitores que busca diariamente, no período de 24 horas, uma certa **organização dos fatos**, uma certa interpretação, uma carga de opinião que está nos colunistas e uma **comodidade de leitura**”- Eleonora de Lucena (DOC 12, p. 196-197).

“Talvez por conservadorismo, repugna-me a ideia de um mundo sem jornal impresso. Não é o caso de aqui reproduzir os intermináveis argumentos sobre as características das diversas ‘plataformas’ do jornalismo, sobre a noção de que uma privilegia a profundidade e outra a superfície, sobre a **importância de editar os infinitos fatos que podem ser notícia para facilitar a vida do consumidor de informações**. [...] Basta afirmar, além da convicção de que o jornal impresso tem um **papel próprio, relevante e intransferível a exercer numa sociedade democrática**, a certeza de que ele só continuará a existir se for capaz de atender bem à demanda de seu público, o qual sempre foi e sempre será cada vez mais constituído por uma parcela progressivamente menor da população, formada por sua elite intelectual e politicamente bem informada” - Carlos Eduardo Lins da Silva (DOC 22, p. 25).

Especialmente no contexto atual, de inúmeros canais de informação e infinitas possibilidades de as pessoas e instituições se tornarem difusoras de dados, o jornalista tem a obrigação de selecionar os fatos e hierarquizar o que é importante.

“**O papel do jornalista é pegar essa confusão monumental, esse universo de informações desconstruídas, e tentar estabelecer o mínimo de ordem, de organização e de priorização das notícias** pro leitor. Isso aí é, digamos, o jornalismo padrão tradicional. Com internet, redes sociais e interatividade, o jornalista tem que ser fundamentalmente um mediador, um sujeito que ouve todos os lados, expõe os dados e não fica mais de dono do pedaço como é até hoje” - Luis Nassif (DOC 17).

“Não dá para você fazer o Jornal Nacional, que chega a mais lares do Brasil até que o rádio, e não falar em dengue. Acho, particularmente, que a dengue deveria ser um assunto dos jornais locais, mas como eles não têm o peso do *Jornal Nacional*, usamos sete minutos nossos para fazer um trabalho sobre a dengue. Não podemos abrir mão disso, é quase um compromisso, mesmo. **As pessoas na rua em geral nos dizem que sabem que vão encontrar no Jornal Nacional o que elas têm que saber. Ou seja, o que é assunto importante, o que vai ser importante na discussão do dia seguinte, na vida delas, elas sabem que o Jornal Nacional vai dar.** Nós dizemos coisas como: ‘Olha, o prazo do CPF está acabando, isento tem que se recadastrar...’ As pessoas esquecem. Nós não podemos deixá-las esquecer, e então damos uma reportagem. Acho que o jornal mudou nesse aspecto: em nenhum dia, nas nossas reuniões de pauta, nós nos esquecemos do que este serviço representa” - Fátima Bernardes (DOC 12, p. 256).

Segundo o discurso dos jornalistas, essa filtragem facilitaria a leitura e a compreensão por parte do leitor – compreensão tanto dos fatos propriamente ditos, quanto, de maneira mais ampla, do tempo em que se vive.

“A informação tá pulverizada na rede. **O problema não é acessar, o problema é selecionar.** O que importa garimpar na rede que faça sentido à minha existência? Esse é o desafio. **O jornalismo serve pra isso.** As informações estão todas aí. **Cabe ao jornalista ter a ferramenta e o conhecimento mínimo necessário para identificar o que seja importante, o que faça de fato diferença pras pessoas, os assuntos relevantes, primordiais, fundamentais para a compreensão do nosso tempo**” – André Trigueiro (DOC 32).

“A nova infraestrutura de comunicação abre espaço para o que chamamos de “jornalismo cidadão” e novos *players* sem legados. No futuro, todo cidadão que tiver um compromisso com o processo institucional de alguma forma vai estar ligado ao que chamamos de jornalismo. **O jornalista profissional será necessário para realizar a filtragem daquilo que tem consistência do que é besteira, bobagem**” – Rodrigo Mesquita (DOC 28).

“[...] Eu acho que uma das principais prerrogativas da profissão de jornalista e da **função de repórter é a de influenciar a agenda da cobertura jornalística**, ser crítico e questionador a priori. É um grande equívoco achar que você vai crescer na carreira, tentando agradar aos donos do lugar no qual você trabalha ou à sua chefia. Isso é a negação da natureza da nossa profissão que, por si só, é contestadora. **O que orienta o meu agendamento é aquilo que me preocupa. Sou um jornalista brasileiro, vivo em um país que tem problemas, muitas contradições. O jornalismo trata das contradições da vida, então, é mais do que natural que eu proponha temas que expressem essas contradições.** Às vezes as pessoas me perguntam: ‘Por que tu enveredaste para esse lado do jornalismo social?’. Acho que jornalismo social é uma expressão redundante, porque jornalismo trata da sociedade, dos problemas humanos” – Marcelo Canellas (DOC 19, p. 327).

“O consumidor de hoje é bombardeado por uma série de informações, algumas das quais ele nem precisa. E essa é uma tendência. **O papel dos veículos no futuro é,** conhecendo profundamente seu público, seus hábitos e suas necessidades, **fornecer as informações relevantes para cada tipo de leitor/consumidor de seus serviços.** As diversas ferramentas disponíveis atualmente permitem aos gestores de conteúdo ter mais conhecimento e, assim, buscar atender suas necessidades individuais. Estamos trabalhando em um cenário em que o consumidor poderá escolher que tipo de serviço deseja consumir. Pode ser até um mesmo consumidor, em diferentes momentos de interesse” – Raquel Balarin (DOC 39).

“Entendo que o futuro do jornalista é ser crescentemente valorizado. Há 30 anos, gastávamos 90% do nosso esforço recolhendo e organizando informações. E era importante. Agora que passamos 90% do tempo DESCARTANDO e organizando informações, é absolutamente essencial. **Nosso papel de intermediários e processadores de diferentes realidades será cada vez mais complexo e vital,** portanto. Naturalmente, este perfil vai exigir jornalistas com maior capacidade de análise e interpretação. O espaço do flagrante e da mera descrição de fatos será crescentemente preenchido por amadores ou cidadãos comuns, gostemos ou não. Para nós, contudo, ficará reservado o papel mais fundamental: fazer as conexões da realidade e traduzi-las em linguagem atraente e compreensível, imprimindo cada vez mais estilo pessoal, seja em textos ou fotos e ilustrações” – Marcelo Rech (DOC 33).

“O público não se confessa ao jornalista, que não deve ser o instrumento do público para ouvir, elaborar, formatar, ecoar e reproduzir, de forma organizada, precisa e atraente, o que é relevante e importante para o interesse público. Embora trabalhando, em sua maioria, em organizações privadas de comunicação impressa ou eletrônica, o jornalista tem uma espécie de concessão pública para exercer o seu ofício. Seu esforço, talento e desempenho vão depender sempre da credibilidade refletida no cotidiano de seu trabalho. Sua sobrevivência na profissão, mais do que da tolerância da empresa que o emprega, vai depender da identificação e do reconhecimento que terá com o público no correto e acreditado **desempenho de sua função como profissional. O público não se confessa com o jornalista. O jornalista é que professa, dia a dia, o seu comprometimento com os temas mais relevantes do interesse público**” – Luiz Cláudio Cunha (DOC 24, p. 99).

11) investigar

A finalidade de **investigar** é apontada em somente duas sequências discursivas. Agostinho Teixeira afirma que o jornalismo deve ser investigativo para ser jornalismo, mas que foi criada essa redundância porque o jornalismo se tornou superficial atualmente, sem apontar a profundidade dos assuntos. Luiz Cláudio Cunha associa o papel de investigação ao “bom e velho repórter”, aquele que está na rua, investigando notícia e que ainda é extremamente importante mesmo com o desenvolvimento das tecnologias.

“Eu acho que **o jornalismo por definição é investigativo. O jornalismo tem a função não somente de falar do problema, mas buscar entender e descobrir as causas, investigar, trazer a verdade.** O que acontece hoje é que, devido à correria do dia a dia e a necessidade de informações diárias com o prazo de entrega nas redações, o jornalismo se tornou superficial. Então, criaram essa categoria investigativa” – Agostinho Teixeira (DOC 19, p. 52-53).

“[...] **Nossa principal missão continua sendo cavar notícia.** Não sepultá-la sob uma montanha de lixo. A conclusão otimista disso tudo é que, apesar das maravilhas da modernidade e da internet, **o bom e velho repórter ainda é um luxo indispensável**” – Luiz Cláudio Cunha (DOC 24, p. 107).

12) divertir

Somente uma sequência discursiva do *corpus* apontou a finalidade de **divertir** como sendo do jornalismo. Neste caso, na frase do jornalista Ricardo Boechat, a função é chamada por entreter e está no mesmo nível de outras funções como informar e estimular o debate.

“Me parece um papel só, cada mídia com sua peculiaridade. Que função têm esses meios? Reportar, informar, estimular a crítica, o debate, **entretener**... E não vejo um papel específico para ‘hoje em dia’. O que mudou, em função da

tecnologia, foi a escala, o alcance. Na essência, o papel da mídia (falamos de jornalismo, pois não?), sempre foi o mesmo” – Ricardo Boechat (DOC 31).

O entretenimento também é citado por outros jornalistas, mas na construção do sentido de que esse *não é* um papel do jornalismo.

“As pessoas têm diferentes interesses, mas não consigo ver jornalismo e entretenimento como coisas semelhantes. Na minha opinião, são completamente diferentes e **não é papel do jornalismo fazer entretenimento**. São áreas com objetivos distintos” – Juliana Dal Piva (DOC 23).

“**Jornalismo não é entretenimento**. Quem só quer fazer jornal com notícia boa deveria ir trabalhar na Noruega” - Adriana Carranca (DOC 19, p. 30).

5.2 Discussão dos resultados

A análise indica que são 12 as finalidades do jornalismo identificadas pelos jornalistas. Além da sistematização das funções, o discurso dos jornalistas revela muitos debates que se referem ao recorte desta tese. Os jornalistas reiteram em seus discursos a importância do jornalismo na sociedade. Alguns autores questionam se os jornalistas acreditam na função social do jornalismo – como Adghirni (2005), quando pontua que, diante da crise da imprensa, “é provável que nem ele [o jornalista] nem a sociedade acreditem mais na função social do jornalismo” (p. 47).

O que esta pesquisa aponta é que a maior parte dos jornalistas reconhece que tem uma função pública a desempenhar. É essa crença que estimula os profissionais na rotina diária. Para Hanitzsch (2007), através das convenções da cultura jornalística, os jornalistas, consciente ou inconscientemente, legitimam seu papel na sociedade. Os profissionais apontam, também, os limites que singularizam o jornalismo enquanto gênero: o que fazemos é jornalismo e não é ficção, não é romance, assim por diante.

“O jornalismo não é uma ficção, nem um capricho, não se estuda jornalismo para viver uma aventura como enviado especial de guerra. Se estuda jornalismo porque se ama esta profissão e porque **temos uma função pública**” – Gumersindo Lafuente (DOC 24, p. 220).

A análise reforça o papel do jornalista como testemunha privilegiada de uma época, o que demonstra a forma como o jornalista constrói a imagem de si associada à memória e à ideia de pertencimento a um grupo de jornalistas. Sei que não se pode generalizar para uma visão absoluta de pensamento dos jornalistas, porque trazemos

um recorte. Mas, mais do que uma concepção apenas “individual”, entendo que as falas apontam uma construção social acerca das finalidades do jornalismo.

Ao problematizar o papel social do jornalismo, aparece no discurso dos jornalistas a percepção de que, em tempos de instantaneidade da notícia, é maior a exigência para que o jornalismo cumpra sua finalidade ou suas finalidades – e aumenta também o questionamento sobre que finalidade é essa que o jornalista cumpre e sobre se ele de fato a cumpre de maneira *correta*. Também se fala da dicotomia entre a importância que o público destina ao jornalista e o que as empresas enfocam em seus discursos em relação a isso.

“Acho que assim como as empresas estão numa encruzilhada quanto ao seu modelo de negócios, **os jornalistas estão numa encruzilhada quanto ao seu papel**. De fato é o que você fala. Se você entra na internet hoje, você jornalista é xingado de mil maneiras diferentes só porque você é jornalista, e ao mesmo tempo as empresas estão dizendo você é cada vez mais importante pra gente, você é uma peça fundamental. Essa dicotomia, esse paradoxo, é difícil de resolver” – Sérgio Dávila (DOC 40, p. 160).

Ao discutir a finalidade do jornalismo, alguns jornalistas avaliam se o jornalismo exerce ou não o seu papel social. As sequências discursivas abaixo apontam essa problematização e, inclusive, a compreensão de que a imprensa não está cumprindo os papéis que o jornalista julga que lhe caberiam.

“A função social do jornalismo é exercida com mais propriedade pelos veículos de comunicação impressos – embora nem sempre por todos eles. O *Jornal Nacional* da TV Globo é capaz de gastar com o nascimento da filha da apresentadora Xuxa mais do dobro do tempo que gastou com o leilão da Telebrás” - Ricardo Noblat (DOC 4, p. 26).

“O jornalismo, na sua função clássica de **informar e mediar o debate público**, está sitiado. E, pior, não há qualquer nova instituição ou esperança de nova instituição que possa suprir esse papel” – Sidnei Basile (DOC 14).

“A função clássica da imprensa ou do *establishment* da grande imprensa como **gatekeepers da sociedade**, levantadores ou baixadores das cancelas, **desapareceu**” – Sidnei Basile (DOC 14).

“Enquanto estávamos no regime autoritário, era muito claro para que servia a imprensa. Ela deveria servir à derrubada do regime autoritário e à instauração do regime democrático. Uma vez que estamos no regime democrático – com as imperfeições que ele tem, mas, enfim, num regime democrático -, como se coloca a imprensa hoje? Dessa **crise do papel político da imprensa, e da indefinição dos jornalistas quanto aos seus limites**, deriva um festival de problemas éticos” – Gabriel Priolli (DOC 10, p. 87).

No discurso dos jornalistas, a percepção das finalidades do jornalismo também se alia à obrigação, à missão, ao dever, à responsabilidade. Alguns defendem a profissão por meio dessa ideia missionária, mas há também o combate a essa concepção. O discurso dos jornalistas é feito de tensionamentos e ambiguidades, mesmo entre diferentes falas do mesmo profissional. Otavio Frias Filho, por exemplo, percebe a função do jornalismo de forma diferente, ao analisá-la de forma ampla referente ao campo, e ao especificá-la para o seu próprio papel.

“Uma das mudanças conceituais que procuramos fazer a partir de 1984-85 [na Folha de S.Paulo] foi **combater a ideia de que o jornalista tem um mandato outro que não seja o da base social de leitores; quer dizer, a ideia de que o jornalista tem um mandato delegado pela sociedade, ou pelos setores oprimidos, ou pela história. Combatemos muito essa ideia missionária.** [...] Fizemos uma redução forte na ideia de mandato do jornalista. Ao mesmo tempo, também colocávamos como pressuposto da atuação jornalística que nos propúnhamos ter a ideia de que jornalismo é um bem de natureza cultural, mas que funciona na sociedade exatamente como uma mercadoria. Procuramos fazer uma des-romantização da maneira de encarar a profissão” – Otavio Frias Filho (DOC 15, p. 377).

“**Sobre o meu papel, realmente não saberia dizer**, exceto que dedico muito tempo à tentativa de **prevenir e corrigir injustiças**. O jornalismo é uma espécie de bomba de nêutron que pode ter efeitos devastadores, muitas vezes invisíveis, e fico aterrorizado com a ideia de que, sob a responsabilidade do meu nome, estejam sendo cometidas injustiças ou atrocidades. Tenho realmente uma preocupação obsessiva de que as partes acusadas sejam ouvidas, que o seu ponto de vista seja registrado” – Otavio Frias Filho (DOC 15, p. 377).

A análise do discurso dos jornalistas indica que eles elaboram a expectativa que têm do seu próprio lugar a partir de como compreendem a relação com os demais sujeitos: a) profissionais dos **veículos** em que os jornalistas atuam ou atuaram ao longo da carreira, representados por editores(as) ou diferentes chefias, por jornalistas do mesmo veículo ou de veículos concorrentes, por colegas de outras áreas e hierarquias; b) **fontes** que são especialistas em diferentes campos; c) público – no caso desta tese, pontuo como **leitores**. Os leitores são os principais sujeitos destacados pelos jornalistas, é por meio deles que muitos profissionais justificam a sua função social. Portanto, os jornalistas organizam o discurso sobre a finalidade do jornalismo com base no público e numa percepção de que representam a coletividade: é a relação com o leitor que guia o jornalista e o veículo discursivamente.

“**O leitor espera do jornal um roteiro ao mesmo tempo seletivo e extenso de tudo o que está disponível** para o consumo. O jornal deve fornecer essas informações com critérios de seleção estáveis e com a máxima precisão, porque

o leitor orienta sua vida prática com elas. Muitos leitores cancelam suas assinaturas ou suspendem a compra do jornal quando deparam com uma informação errada, como o horário de uma sessão de cinema, por exemplo. Além de divulgar bens e eventos, o jornal deve reportá-los e analisá-los” – Márion Strecker (DOC 10, p. 97).

“O leitor continua querendo que lhe digam o que é importante. Acho que existe um discurso sobre o poder da internet que está muito acima da realidade. A realidade é a seguinte: a internet tem um alto nível de consumo, principalmente em material informativo, mas o formato do jornal, que tem 400 anos, aquele que hierarquiza, que diz o que é importante, que foto usar, que remete a um formato antigo e que sobrevive a tantos séculos, não vai acabar, e **faz o leitor continuar demandando alguém para dizer a ele o que é importante**” - Marcos Guterman (DOC 40, p. 222).

Na fala dos jornalistas, está presente o jogo de formações imaginárias através do qual o jornalista aponta o que imagina que o leitor espera do jornalismo. Também se fala no rompimento do contrato de comunicação, ou seja, caso não sejam cumpridas as expectativas que o jornalista imagina como sendo as do leitor – com base nas expectativas historicamente concebidas para a atividade –, o leitor tenderia a cancelar a assinatura, suspender a compra do jornal, parar de curtir a página do veículo no Facebook etc. A punição por não cumprir os valores esperados se materializa com a explicitação da ruptura do contrato (BENETTI; REGINATO, 2013).

Os jornalistas não só abordam a existência desse leitor real complexo e repleto de imaginários, como pressupõem todo o jogo de imagens que o jornalista deve fazer para lhe “responder” antecipadamente, ou seja, para já fornecer as respostas antes que o leitor faça as perguntas. O que o discurso dos jornalistas indica é que o jornalismo se legitima pelo interesse do leitor.

“O leitor que participou de um evento ou comprou um produto **vai querer** confrontar sua experiência com a cobertura do jornal, e pretende ganhar alguma coisa com isso. O leitor que não participou **espera que** a leitura do jornal substitua sua presença e o oriente numa possível experiência futura. O leitor que ainda não comprou um produto **espera que o jornal** forneça dados suficientes para que ele possa se decidir ou não pela compra. Para defender o hábito de leitura, e com ele sua própria sobrevivência, o jornal deve estar preparado para **responder ao leitor com precisão, consistência e, se possível, originalidade**”- Márion Strecker (DOC 10, p. 97-98).

Ao apresentarem a finalidade do jornalismo, os jornalistas pontuam que alguns desses papéis não são executados somente pelo jornalismo, que ele é *um dos* agentes que podem ajudar no desenvolvimento da democracia.

“Acho que [a mídia] tem um papel fundamental sim, na **informação e na formação do cidadão, mas não é a única.** Assim como ela também ajuda, mas

não determina os acontecimentos. Toda a imprensa fora dos Estados Unidos foi avessa à reeleição de George W. Bush, mas isso não foi suficiente para evitá-la; a imprensa em geral foi contra a invasão americana no Iraque, mas isso não foi suficiente para coibi-la. A mídia é muito importante, mas não é tudo” - Cláudia Safatle (DOC 12, p. 171).

“A mídia é a principal fonte de informação do público. Com os diversos meios que há hoje em dia, o público tem um amplo campo de informação. Mas **a mídia não é a única formadora de opinião**. A Igreja, nos seus mais diversos credos, também exerce um papel importante. Há **outras instituições que também têm grande importância**, embora não atinjam diretamente o grande público. [...] É o caso das universidades, por exemplo” - Alice-Maria (DOC 12, p. 226).

Esse resultado dialoga com o encontrado por Lago (1995) na pesquisa em que investigou como jornalistas jovens e promissores relacionavam-se com o jornalismo. A pesquisadora encontrou que os jornalistas atribuíam ao jornalismo – e por extensão ao jornalista – um papel social fundamental na defesa das instituições democráticas e da cidadania (LAGO, 2002).

Além de apresentarem a finalidade que percebem do jornalismo, os jornalistas apontam a relação disso com diferentes contextos, problematizando as modificações que esse papel sofreu nos últimos anos e apontando que esse papel tende a ter cada vez mais importância e a sofrer cada vez mais exigências. Se hoje os veículos jornalísticos passam a ter um novo sentido na sociedade em função das mudanças tecnológicas, também os jornalistas precisam ser reconhecidos por este “novo” papel.

“A compreensão crescente do acesso à informação como direito coletivo e do **papel da mídia como agente político** tem produzido uma **sociedade cada vez mais exigente em relação à qualidade da imprensa**. A internet propiciou aos cidadãos instrumentos antes inexistentes ou limitados para exercer sua vigilância e emitir seu julgamento. [...] Quanto mais ativa a cidadania de um país, maior será a exigência em relação à imprensa em geral e ao jornalismo em particular” – Tereza Cruvinel (DOC 13, p. 223).

No discurso dos jornalistas, também se problematiza a intermediação, que não é exclusiva dos jornalistas hoje, e a diferenciação entre informação *jornalística* e informação. A percepção sobre essas questões incide na compreensão do papel do jornalismo.

“Com o surgimento da internet, nós jornalistas perdemos a intermediação exclusiva da informação. Antigamente, o cidadão comum só sabia o que estava acontecendo pelas mãos de um jornalista. De repente, passou um caminhão pelo meio que foi a internet e as pessoas passaram a se informar de outra forma, passaram a ter mais informação, sem a intermediação exclusiva. Isso é bom pra nós jornalistas também porque **nós não mexemos só com a informação, informação é parte do nosso trabalho**; nós mexemos com **processamento de notícias**. Eu acho que a compreensão do trabalho do

jornalista hoje, na verdade, é maior do que era antes porque hoje se sabe exatamente o que a gente faz. Você colocar uma informação na internet – ó, tá pegando fogo aqui no supermercado do meu bairro – isso não é jornalismo, isso é informação. [...] Mas quem vai lá no incêndio e vai **descobrir o que aconteceu** e aí sim produzir uma notícia somos nós jornalistas” – Leandro Fortes (DOC 17).

Diante da discussão do papel do jornalismo, grande parte dos jornalistas destaca que a profissão será sempre necessária. Aos jornalistas, ela cumpre, pois, um papel social fundamental e não executado por outras instituições e outros profissionais.

“Eu acho que vai ser sempre preciso alguém que seja capaz de **apurar uma informação**, de **hierarquizar a informação** e, eventualmente, de **situá-la num contexto maior**” – Geneton Moraes Neto (DOC 17).

“[Jornalismo] É uma profissão do presente sempre. Não coloco em perspectiva se é uma profissão que vai deixar ou não de existir. Ela é tão necessária, tão absolutamente necessária, que eu não vejo como ela possa deixar de existir. O mundo sempre vai precisar de pessoas que sejam capazes, por vocação, por formação técnica e por função social, de **decifrar o drama humano** e entregá-lo de bandeja, generosamente, **pra que as pessoas possam entender o mundo onde vivem**”- Leandro Fortes (DOC 17).

Há também nas falas o destaque de que não há mudança no papel do jornalista atualmente em relação ao que historicamente vem desempenhando.

“Me parece um papel só, cada mídia com sua peculiaridade. Que função têm esses meios? Reportar, informar, estimular a crítica, o debate, entreter... E **não vejo um papel específico para ‘hoje em dia’**. **O que mudou, em função da tecnologia, foi a escala, o alcance. Na essência, o papel da mídia (falamos de jornalismo, pois não?), sempre foi o mesmo**” – Ricardo Boechat (DOC 31).

Apesar da percepção de que há um papel, também emerge da fala dos jornalistas que existe uma limitação nas modificações que o discurso jornalístico tem capacidade de promover.

“É claro que sempre esperamos que, ao tratar de um assunto impactante, haja algum desdobramento, mas eu aprendi que há uma pré-condição para o exercício da nossa profissão, que é a humildade intelectual. Eu sei que os temas que eu abordo, como repórter especial do *Fantástico*, são importantes, mas **não devo ter a pretensão de achar que uma matéria vai mudar a realidade brasileira**. Você tem que ter humildade para saber que não é assim. O nosso papel, como jornalista, é jogar luz naquilo que está obscurecido pela visão cansada das pessoas, pelo preconceito, pela omissão do Estado ou pela arrogância do poder. **Quem muda a realidade é a sociedade organizada politicamente**. Eu sou jornalista, porque eu quero mudar o mundo, mas eu não posso ser arrogante a ponto de achar que eu vou conseguir fazer isso sozinho. **Não é pequeno o nosso papel, mas acho que não podemos ter essa arrogância, achar que estamos lá para resolver tudo**” – Marcelo Canellas (DOC 19, p. 337).

“Há uma mistificação muito grande em torno da figura que a sociedade faz do jornalista e da figura que o jornalista faz de si mesmo e da profissão. [...] Acho que para qualquer profissão uma boa dose de dinamismo é essencial, mas o que vai definir o bom jornalista, o profissional competente, é seu grau de ceticismo. **O ceticismo é fundamental mesmo para que o jornalista possa compreender a sua real participação ou a sua quase nula participação no processo de transformação social.** O jornalista age, como você mesmo disse mas usando uma outra imagem, como se a história passasse ali pela sua máquina de escrever. Na verdade ele está apenas reportando o que está acontecendo, e muitas vezes reportando mal, com atraso e com deformações – em última análise, até desinformando” - Caio Túlio Costa (DOC 20, p. 103-104).

Alguns jornalistas fazem uma avaliação refinada e sofisticada a partir de um pensamento dialético. É o caso de Marcelo Canellas, quando pensa o papel do jornalismo com um olhar epistemológico acerca do campo, trazendo as contribuições de Adelmo Genro Filho para pensar o jornalismo. Muitos outros jornalistas, no entanto, não refletem e não conseguem olhar para o jornalismo como um modo de conhecimento.

“O jornalismo tem uma natureza insubmissa. Não aceita ser colocado em parâmetros direcionados. **Você não tem que encilhar o jornalismo para ter uma finalidade. Aquela coisa dos fins justificarem os meios não funciona nessa profissão.** Você tem que aprender a estabelecer uma conexão entre causa e consequência, fazer uma ligação entre os fatos e o contexto e ouvir todo mundo. Esse é o básico da profissão. Fazendo isso, tratará o jornalismo como forma específica de conhecimento. Acredito muito nisso e acho que essa talvez seja a definição mais brilhante que alguém já deu sobre jornalismo. **Esse conceito foi cunhado por um jornalista gaúcho muito importante que já morreu, chamado Adelmo Genro Filho. Ele tem um livro intitulado *O segredo da pirâmide – para uma teoria marxista do jornalismo.* Na obra, ele coloca o jornalismo como uma forma específica de conhecimento.** Nos princípios editoriais da *Rede Globo* está lá a definição do jornalismo adotada pela empresa que ‘é o conjunto de atividades que produz um primeiro conhecimento sobre fatos e pessoas’. Ou seja, a própria *Globo* define o jornalismo não como um conjunto de regras que você aprende em um manual, mas como uma forma específica de conhecimento. Para conhecer a realidade, você tem que fazer o percurso do pensamento, **fazer a crítica daquilo e chegar a uma síntese**” – Marcelo Canellas (DOC 19, p. 334).

Observo ainda que, no discurso, enquanto os veículos falam de jornalismo num sentido amplo, o jornalista constrói um lugar para o jornalista enquanto sujeito. O jornalista faz referência ao papel que o profissional pode desempenhar e também praticamente apaga o papel que os veículos cumprem no processo jornalístico: são poucos os jornalistas que citam as empresas jornalísticas e os veículos como importantes para o cumprimento do papel social.

São predominantes, para os jornalistas, os sentidos de que o protagonismo é dos jornalistas e de que é o olhar do leitor que dá sentido ao seu papel social. Sendo o leitor o principal sujeito que os jornalistas utilizam para explicar a finalidade do jornalismo,

ficam as indagações: terão os leitores a compreensão clara do papel que essa profissão e esses profissionais cumprem na sociedade? Perceberão os leitores a importância do jornalismo para o cotidiano deles e para a organização social como é reiterado por veículos e jornalistas? É o que veremos a seguir, no capítulo sobre como os leitores percebem a finalidade do jornalismo.

6. PERCEPÇÕES DOS LEITORES SOBRE AS FINALIDADES DO JORNALISMO

“A função de um jornal é trazer a notícia o mais próximo da verdade possível...o que vcs não vem fazendo há anos...#ficaadica”.
(Leitor Folha de S.Paulo)

“[...] A função precípua do bom jornalismo investigativo é efetivamente apurar se a informação é verdadeira ou não – para não deturpá-la. Se a função do jornalismo ficar apenas em noticiar, deixo, a partir de hoje, de ler, ouvir rádio e assistir ao noticiário de TV”.
(Leitor Estadão)

“O Globo tem o dever de informar a sociedade... Não se pode, de maneira alguma, compactuar com a corrupção”.
(Leitor O Globo)

Este capítulo traz as percepções dos leitores sobre as finalidades do jornalismo. Inicialmente, problematizo a figura do leitor diante de um cenário de evolução das tecnologias de comunicação. Na sequência, apresento os sentidos mapeados nas falas desses sujeitos¹²⁷.

Num contexto de jornalismo em rede (HEINRICH, 2011), a interatividade propiciada pela web e disseminada pelos aplicativos dos dispositivos móveis acelera o ciclo das notícias e tem marcado nos últimos anos uma nova fase no relacionamento entre jornalistas e leitores. Os leitores podem se conectar diretamente com organizações, instituições e outras fontes que lhes interessem para acompanhar comunicados em primeira mão, sem mediação dos veículos jornalísticos. Apesar dessa possibilidade, o jornalismo ainda ocupa um lugar fundamental quando os leitores precisam buscar informações, especialmente de acontecimentos recentes sobre os quais ainda não se têm muitas ocorrências e referentes a pessoas e instituições às quais o público não tem acesso.

¹²⁷ Cabe reiterar que, quando escrevo “leitor”, estou me referindo ao “leitor real”, a partir da definição de que, discursivamente, o sujeito leitor se desdobra em dois: o **leitor real**, que efetivamente interpreta o texto, e o **leitor imaginado**, que existe apenas virtualmente e guia a produção do discurso – conforme expliquei no capítulo metodológico. Além disso, quando falamos de leitores, é preciso considerar que nem todos se relacionam da mesma forma com o jornalismo. Santaella (2004) lembra que no mundo contemporâneo convivem três tipos de leitor: o meditativo, que se dedica a uma leitura atenciosa; o movente, que faz da leitura um processo dinâmico e híbrido; e o imersivo, que surge nos espaços da virtualidade e navega em um processo de leitura comandado pela fragmentação. Esses três movimentos residem em cada um de nós e são acionados dependendo do meio, da linguagem e do ambiente discursivo.

Se acontecer um acidente de grande porte perto da minha casa, posso fazer buscas nas redes sociais para tentar achar explicações, mas é aos veículos jornalísticos que recorro para ter o delineamento *preciso e correto* da situação porque *imagino que* os jornalistas devam estar trabalhando nisso; se ocorrer uma coletiva de imprensa com um delegado para esclarecer o caso, preciso aguardar as informações disponibilizadas pelos veículos jornalísticos porque não posso estar presente nesse evento e *sei que* é um fato que adquire noticiabilidade e, então, jornalistas de diferentes veículos irão acompanhar. Isso ocorre principalmente com eventos que estão distantes geográfica ou culturalmente, mas também se refere a acontecimentos próximos porque, mesmo que eu tenha presenciado o acidente e possa ser testemunha para contar os fatos, dificilmente terei a noção do todo e conseguirei indicar as causas e consequências do evento; *espero*, então, que o jornalismo organize as informações que estão dispersas e as disponibilize.

Essa noção (baseada em imaginário, expectativa e conhecimento) que o público possui de que o jornalismo irá fornecer as informações de que precisa é adquirida historicamente, firmada a partir do entendimento do jornalismo como sistema perito (MIGUEL, 1999): o jornalismo dá conta de preencher a necessidade humana de informações sobre diferentes campos do saber. Como os leitores não têm condições de obter sozinhos todos os conhecimentos necessários à sua vida prática e de conferir a veracidade de tudo que acontece ao seu redor, eles mantêm em relação ao jornalismo uma atitude de (relativa) confiança no que se refere à veracidade das informações relatadas, à justeza na seleção de notícias diante do estoque de fatos disponíveis e na hierarquização dos elementos importantes ao relato (MIGUEL, 1999). Assim, os leitores acompanham as notícias acreditando que elas são um índice do real e que os jornalistas não irão ultrapassar a fronteira entre a realidade e a ficção (TRAQUINA, 1999). Esse acordo tácito entre leitores e jornalistas gera a crença de que as notícias são descrições da “realidade”.

Na fase atual de relacionamento com os jornalistas, os leitores podem utilizar *sites* de redes sociais tanto para comentar quanto para filtrar (postar pequenas notas, *links* ou manchetes), vindo a contribuir para uma recirculação jornalística (ZAGO, 2013) e fazendo uma curadoria colaborativa de notícias (BRUNS, 2011). Nos *sites* de redes sociais, são incorporadas novas camadas de significação, e o leitor cria seu “próprio *design* no entrelaçamento dos fluxos informacionais” (SANTAELLA; LEMOS, 2010, p. 93),

sendo que a ênfase não está na informação que nós buscamos, mas sim na informação que recebemos através de nossas conexões sociais¹²⁸.

Com a multiplicação contínua dos canais disponíveis para a publicação e divulgação de notícias e o desenvolvimento de modelos colaborativos para a participação de usuários, os membros da audiência se tornaram ativos num “processo de gatekeeping secundário” (SHOEMAKER; VOS, 2009). Os leitores são capazes de passar as informações que eles decidem compartilhar, criando um processo em que as notícias publicadas podem ser espalhadas (SINGER, 2014)¹²⁹. Ou, como define Bruns (2011), os leitores passaram a ser “gatewatchers”, monitorando o conteúdo vindo dos portões do jornalismo e o compartilhando com públicos específicos.

O status que os comentários dos leitores têm assumido é grande: o editor de assuntos comunitários do The New York Times, Bassey Etim, entende que os veículos jornalísticos devem tratar os comentários dos leitores como conteúdo, no mesmo nível de consideração com que eles tratam suas próprias histórias¹³⁰. Apesar dessa compreensão, o que se vê no Brasil é que muitos jornais não só ignoram os comentários dos leitores, como também abrem mão da moderação e até mesmo fecham os espaços de comentários em diversos textos nos próprios *sites*, talvez porque seja um trabalho complexo e/ou porque não queiram ser criticados dentro de seu próprio espaço.

O certo é que, com o surgimento de ferramentas dinâmicas de publicação de conteúdos e o acelerado crescimento dos *sites* de redes sociais, cada vez mais a participação e o debate aberto de ideias e de pontos de vista são valorizados nos diversos ambientes *on-line* (STORCH, 2009). Essa possibilidade é comemorada, mas também criticada constantemente por autores e inclusive pelos próprios leitores nas

¹²⁸ A análise que vem a seguir demonstra que o leitor tem essa percepção quando interpela o site de rede social e demarca que não tinha buscado uma informação do jornal O Globo que considera irrelevante: “Querido Facebook coloque no meu feed coisas de quem são meus amigos. Porque essa bosta futil apareceu como acontecimento pra mim?” – Leitor O Globo. Destaco que, conforme explico na p. 169, optei por preservar a grafia dos comentários dos leitores como no original, ou seja, os eventuais erros de digitação ou gramática foram mantidos.

¹²⁹ Gatekeeping é uma teoria que compreende o papel do jornalista como gatekeeper, que julga a importância das histórias para publicá-las ou rejeitá-las (WHITE, 1999). A partir da evolução tecnológica, a atuação dos leitores tem desafiado a produção jornalística e, assim, esse papel tem sido problematizado por autores do campo jornalístico. Bruns (2011, p. 119) entende que o “antigo monopólio de gatekeeping mantido pela mídia de massa tem sido desafiado pela nova prática de gatewatching”. Já Shoemaker e Vos (2009, p. 7) discordam que não exista gatekeeping na internet: as informações passam por inúmeros portões e não são espontaneamente criadas quando, por exemplo, são postadas num blog.

¹³⁰ Disponível em: <<http://www.niemanlab.org/2015/10/new-york-times-editor-we-have-to-treat-comments-as-content/>>. Acesso em 10 jan. 2016.

redes sociais. Como resumem os professores Dominique Brossard e Dietram Scheufele (2013, grifos dos autores):

No início, os deuses da tecnologia criaram a internet e viram que era algo bom. Finalmente havia um espaço público com potencial ilimitado para um debate racional e uma troca de ideias, uma espécie de ponte para ampliar os horizontes ligando as muitas barreiras geográficas, sociais, culturais, ideológicas e econômicas que nos separam na vida, uma maneira de fazer as coisas livremente. Mas então alguém inventou a seção de “comentários do leitor” e o paraíso foi perdido.

Benetti (2012, p. 150) avalia que analisar o discurso produzido pelo leitor empírico é andar em um terreno nem sempre amistoso¹³¹: “frequentemente o analista se pega pensando que o leitor ‘escreve mal’, ‘é grosseiro’, ‘é conservador’, ‘é cruel’, ‘é inconveniente’. Ou, ao contrário, que o leitor ‘escreve bem’, ‘pensa de forma clara’, ‘tem argumentos’”. Portanto, o analista deve colocar as próprias emoções sob vigilância para que possa tomar o discurso do leitor como objeto de investigação.

Entender o que pensa, sente e quer esse leitor é uma das grandes questões atualmente, mas não é novidade: o leitor sempre foi uma figura fundamental no jornalismo. Afinal, como diz Mouillaud (2012b, p. 161), o jornal só é jornal junto com seu leitor: “são, cada qual, as duas metades que devem ser reunidas. Acreditar que o jornal existe por si só é confundi-lo com sua materialidade de tinta e de papel”. Hagen (2012) aponta que é um desafio entender como, de fato, o leitor se apropria das informações:

Decodificar as mediações expressas pelo jornalismo vai além da compreensão do que é notícia: também está na apropriação de variados sentidos reprocessados por quem consome informações. É desse lugar de onde se posiciona para compreender o jornalismo que o público assume o controle da interação, criando **um dos mais intrincados quebra-cabeças para a área da recepção: o que o receptor realmente lê, ouve e vê; e como as informações**

¹³¹ Em função disso, alguns jornalistas compreendem que os comentários deveriam ser editados ou moderados. Conti (2012) aponta que, a partir da internet, o que é positivo de mais pessoas poderem dizer o que pensa desandou na veiculação de comentários anônimos, insultuosos e mesmo criminosos. “O resultado é um ambiente de Fla-Flu, prenhe de má-fé, insuflado por blogueiros linchadores ou a soldo de facções políticas e empresariais. [...] Na rede, o que mais ocorre é a reação sanguínea a todos os assuntos, mal pensada e mal escrita, não raro ofensiva, que não obstante é publicada de imediato. A internet é o futuro, mas nesse aspecto a regressão a esquemas da imprensa marrom é flagrante. E **a responsabilidade é toda dos jornalistas, que não editam os comentários**” (CONTI, 2012, p. 493-494, grifos meus). Bob Fernandes (apud FURTADO, 2014, grifos meus) também defende a pré-moderação dos comentários, mesmo reconhecendo que há uma questão tecnológica que dificulta o processo. “O que é o comentário na internet? É um espaço absolutamente democrático, legal, mas é também um cantinho do fácil... [...] os recalcados, os ressentidos etc. ali o tempo todo vomitando suas bílis e também em épocas de campanha eleitoral ou mesmo fora de campanha eleitoral tem grupos pagos pra poder atuar ali. [...] É do jogo. **Qual é a solução? Pré-moderação.** Mas não a pré-moderação que tira a opinião negativa, mas que impeça o que a rigor é crime, é injúria, é difamação, é calúnia. Eu acho assim: crime é crime”.

são apropriadas, compreendidas, contestadas ou refutadas (HAGEN, 2012, p. 303, grifos meus).

Se não podemos falar que é novidade o leitor ser a bússola do jornalismo, creio que é possível afirmar que há sim inúmeras peculiaridades no contexto atual¹³². “O público tem dramaticamente diferentes capacidades, expectativas e comportamentos do que tinha antes da ascensão do Internet”, reflete Singer (2015, tradução minha¹³³).

Comentários têm sido, é claro, fundamentais para programas de rádio locais e de rede, e têm recentemente crescido rapidamente na forma de textos e e-mails para programas de televisão. É na internet, contudo, que as possibilidades para comentários da audiência proliferaram nos últimos anos (WILLIAMS; WARDLE; WAHL-JORGENSEN, 2011, p. 88, tradução minha)¹³⁴.

Mapeando o discurso desses leitores em diferentes lugares de fala, é possível apreender sentidos sobre o que o leitor pensa do papel do jornalismo.

Quando o leitor real decide ocupar um espaço concedido pelo jornalismo – o dos comentários –, [...] existe um novo reposicionamento em todos os lugares. Sendo o discurso essencialmente dinâmico, a reversibilidade de papéis do *eu que enuncio* e do *tu que interpretas* acaba por construir um novo espaço discursivo de pesquisa. Posso observar este leitor que enuncia e que, ao fazê-lo, torna-se “um eu”. E posso, por meio do discurso produzido por este leitor, compreender um pouco mais do poder de significação do jornalismo (BENETTI, 2012, p. 153, grifos da autora).

6.1 Análise do discurso dos leitores

Conforme descrevi na metodologia, para realizar a investigação coletei comentários de **250 leitores** nos *sites* e nas páginas no Facebook de Folha de S.Paulo, O Globo e O Estado de S. Paulo.

¹³² Os jornalistas percebem as mudanças neste novo contexto: “Nós jornalistas temos um problema histórico: a tendência a olhar primeiro para o lado da empresa, do negócio do jornalismo. Só que agora **estamos sendo obrigados a olhar no sentido contrário, o do leitor** porque a cada dia que passa fica mais claro que o futuro do jornalismo não depende apenas do modelo de negócios, mas também, e principalmente, do público. E é aí que está o nosso maior e mais urgente desafio como profissionais da comunicação” (CASTILHO, 2015, grifos meus).

¹³³ “[...] that audience has dramatically different capabilities, expectations, and behaviors than it did before the rise of the Internet.”

¹³⁴ “Comments has, of course, long been a staple of local and network radio programmes, and has recently mushroomed in the form of texts and e-mails to television programmes. It is on the Internet, however, where possibilities for audience comment have proliferated most in recent years.”

O mapeamento resultou em **279 sequências discursivas**¹³⁵ que trazem as percepções que os leitores têm das funções do jornalismo e, agrupadas, geram as formações discursivas, que são núcleos de sentido sobre **11 finalidades do jornalismo**. Os leitores constroem o discurso a partir tanto da expectativa de que o jornalismo cumpra essas finalidades quanto da avaliação sobre se elas estão ou não sendo realizadas.

A análise revela que a principal finalidade do jornalismo para os leitores é **fiscalizar o poder e fortalecer a democracia** – esse sentido é reiterado em 91 sequências discursivas (SDs). A segunda finalidade mais reconhecida pelos leitores é **informar** (44 SDs). A terceira é **esclarecer o cidadão e apresentar a pluralidade da sociedade** (43 SDs), e a quarta é **verificar a veracidade das informações** (33 SDs). Essas quatro finalidades são percebidas pelos leitores em mais de 75% dos trechos analisados (Figura 19).

As finalidades seguintes são:

5. **selecionar o que é relevante** (31 SDs);
6. **investigar** (21 SDs);
7. **registrar história e construir memória** (18 SDs);
8. **interpretar e analisar a realidade** (13 SDs);
9. **defender o cidadão** (10 SDs);
10. **fazer a mediação entre os fatos e o leitor** (5 SDs);
11. **integrar e mobilizar as pessoas** (1 SD).

Os leitores não consideram que divertir seja finalidade do jornalismo, por isso esse papel não consta na análise como no discurso de veículos e jornalistas¹³⁶.

¹³⁵ Assim como ressaltar na análise dos outros sujeitos, destaco que, em uma mesma sequência discursiva, o leitor pode mencionar mais de uma finalidade do jornalismo. Neste *corpus*, 31 SDs se repetem em diferentes Formações Discursivas.

¹³⁶ Aparece no discurso de um leitor a avaliação de que o entretenimento não é finalidade do jornalismo e que a veiculação desse tipo de pauta é “frustrante”: “A **crecente exploração do entretenimento** e da superficialidade informativa em prejuízo da informação de qualidade **tem frustrado inúmeros consumidores de jornais**” – Leitor Estadão.

Figura 19 - Principais finalidades do jornalismo para os leitores



Fonte: autoria própria

A seguir apresento a análise, destacando alguns comentários de leitores que ilustram os resultados da investigação. Optei por preservar a grafia dos comentários dos leitores como no original, ou seja, os eventuais erros de digitação ou gramática foram mantidos. Também vale uma explicação sobre a questão de gênero: não é determinante, para a pesquisa, se se trata de um homem ou de uma mulher, então escolhi indicar de forma geral como “leitor”.

1. fiscalizar o poder e fortalecer a democracia

A finalidade de **fiscalizar o poder e fortalecer a democracia** é a mais ressaltada pelos leitores. E, de fato, ela é bastante representativa: os leitores reconhecem essa função em 91 SDs, o que significa 32% das menções.

Os leitores consideram que o jornalismo tem o papel de defender e fortalecer a democracia, o que só acontece se houver liberdade de imprensa e de expressão. Aliás, é no discurso dos leitores, em comparação com o dos outros sujeitos, que aparece mais a preocupação com a liberdade de imprensa, especialmente associada ao fortalecimento da democracia.

“Grande Jornal. Grande feito, como sempre, e **viva a liberdade de imprensa base de toda democracia**. Que tenham mais 100,1.000 anos” – Leitor Folha.

“PARABENS a FSP pelos 90 anos e seus **relevantes serviços a democracia à ordem e a liberdade**” – Leitor Folha.

“As atenções da mídia em geral e do jornalismo em particular têm se focado nos erros e crimes de nossos governantes e representantes que nos levaram à triste situação que atravessamos. **Esse trabalho tem sido importantíssimo para o fortalecimento da democracia em nosso país [...]**” – Leitor Estadão.

O leitor tem expectativa em relação a essa finalidade: é o que espera e exige que o jornalismo cumpra.

“Parabéns Folha! A família Frias, juntamente com a família Mesquita, são **baluartes da democracia no país**. Continue, sempre, neste rumo. **Nós leitores esperamos de vocês**” – Leitor Folha.

“[...] **A sociedade brasileira exige e espera que a imprensa**, em todas as plataformas, atue democraticamente no sentido de informar e esclarecer a população – mormente aqueles segmentos com menos acesso a informações fidedignas – sobre a *démarche* do processo e sua discussão sem partidarismo ou tendência ideológica, exercendo seu ofício com imparcialidade. **Tudo pelo bem do Brasil e do regime democrático de governo!**” – Leitor Estadão.

Para os leitores, a democracia deve ser “defendida” pelo jornalismo permanentemente. É interessante observar os sentidos que os leitores produzem nas datas de aniversário dos veículos porque é a imagem mais “forte” associada ao jornalismo e que escolhem para representar o que eles esperam do jornal.

“Cumprimento o Grupo Estado e a família Mesquita pelo aniversário de 140 anos do jornal ‘O Estado de S. Paulo’, destacando a **importância do matutino em defesa da democracia**, da liberdade de imprensa, sempre combativo e presente nas grandes lutas nacionais, bem como nas coberturas internacionais” – Leitor Estadão.

“Louvo a Folha pela sua contínua **defesa dos ideais democráticos** e sua posição de vanguarda no aperfeiçoamento dos direitos individuais. A sociedade brasileira não pode prescindir de uma imprensa livre e da autonomia do judiciário” – Leitor Folha.

Associado ao fortalecimento da democracia, os leitores apontam que o jornalismo deve fiscalizar o poder, pois ao jornalismo cabe revelar manobras ilegais e prejudiciais à sociedade. Portanto, deve denunciar o que está errado e pressionar as fontes nas entrevistas: “É impressão minha ou todos que o entrevistam [Eduardo Cunha] deixam ele falar o que quer, **ninguém tem coragem de perguntar sobre as denúncias** contra ele?; “Entrevista bem fraca, **não pressionaram**”; “Reportagem ruim é assim, **faz**

pergunta e não aperta” – Leitores Folha. Há também, no discurso do leitor, a avaliação de que as acusações feitas pelos jornais ajudam na resolução dos problemas e auxiliam o cidadão que, bem informado, pode tomar decisões mais corretas.

“**Espero que essa mídia denuncie** em vez de fazer mais "enxame" (expressão regional,,, Rsrs!!!) Grave é que os governantes nada fazem e o povo perde-se em tolices inúteis, Estados A ou B não importa somos Brasileiros...” – Leitor O Globo.

“Vejo nesse jornal a **única saída para denunciar os desmandos do governador de Minas**, pois aqui a imprensa está a serviço dele e do 4º senador do Rio, Aécio Neves” – Leitor Folha.

“**A imprensa deveria denunciar e questionar diariamente a atitude destes representantes do poder público** que deveriam agir com neutralidade, mas me parece que agem com intuito político. **O povo deveria saber mais sobre este comportamento** envolvendo Minas e São Paulo. O que a justiça faz mediante denúncias tão sérias? Quem poderá corrigir o erro? É por este motivo que o brasileiro vota errado e acaba tirando um corrupto e colocando outros, bem protegidos pela própria sociedade...” – Leitor Folha.

Os leitores expressam alívio ao perceberem que podem contar com o jornalismo porque, se a imprensa não cumprisse a finalidade de fiscalizar o poder, eles não teriam condições de tomar conhecimento de muitas revelações – especialmente do campo político.

“A imprensa no (B)brasil faz um **papel importante principalmente de fiscalização e vigilância...**, com a imprensa completamente ativa nossos digníssimos fazem todos os tipos de maracutaias e falcatruas..., **imaginem se não tivéssemos a imprensa..., tudo passaria despercebido, às escondidas**” – Leitor Folha.

“Parabéns ao jornalismo do Estadão! As duas reportagens exclusivas de ontem apenas **reforçam o papel que o jornal tem desempenhado ao longo de sua história. Nossa democracia não seria a mesma sem esse jornalismo livre e responsável** exercido pelo Estadão” – Leitor Estadão.

“Brilhante texto. Necessitamos do protagonismo da imprensa para tornar o país num figurante ativo de líder da América Latina. **Apenas a imprensa tem como influenciar as forças políticas** para a transformação tão necessária!” – Leitor O Globo.

O leitor se questiona sobre a (im)parcialidade do jornal diante do papel do jornalismo de vigilância. Por um lado, há leitores que avaliam que o jornalismo deve se posicionar e criticar o que está inadequado para não compactuar com atitudes erradas.

Por outro lado, os leitores esperam que o jornalista fiscalize o poder de forma independente, sem se posicionar mas registrando “a realidade como ela é”¹³⁷.

“[...] é primordial numa democracia uma **imprensa que investiga principalmente os poderes constituídos. Função essa que deve ser exercida com imparcialidade e sem pseudomoralismo seletivo** com dois pesos e duas medidas” – Leitor Folha.

“Para ficar claro. Não quero defender o PT aqui, apenas explicitar a hipocrisia da Folha que ao invés de **abordar a corrupção em todos os partidos de forma mais equilibrada**, foca o noticiário mais sobre o PT, como se não houvesse mais corrupção em outros partidos” – Leitor Folha.

“Isso [de ser imparcial] nunca aconteceu em jornal algum. Nunca acontecerá. Jornais são escritos por pessoas, que pensam, que opinam, que interpretam e emitem suas opiniões. **Não tomar partido, muitas vezes, é contribuir com o opressor, com o bandido, enfim, com o governo**” – Leitor Folha.

2. informar

A finalidade de **informar** é a segunda mais apontada pelos leitores, com 44 SDs. O leitor demonstra que “depende” do jornalismo para ter acesso às informações e o jornalismo deve prestar este serviço: dar ao leitor a possibilidade de ficar bem informado.

“É direito constitucional do cidadão ter acesso às informações e é **dever dos veículos de comunicação oferecê-las**” – Leitor Folha.

“A presidenta Dilma Rousseff, que disse que ‘não é função do jornalismo investigar’, entre tantas outras coisas, ignora **as funções básicas do jornalismo independente: divulgar, informar**, investigar e opinar” – Leitor Estadão.

“Sem credibilidade empresas quebram e governos sucumbem! E o ‘Estadão’ está de pé há 140 anos, uma façanha! Porque, certamente, não abrindo mão do direito da liberdade de expressão e de imprensa, **respeitou seus leitores e prestou ao longo do tempo um serviço inestimável ao País, com a sua vocação de bem informar a sociedade**” - Leitor Estadão.

“se n divulgarem n saberíamos **dependemos de vcs p ficarmos enformados**” – Leitor Folha.

Assim como no discurso dos jornalistas, no dos leitores também observei dois níveis de percepção sobre o papel de informar: a) como um **processo finalístico**, que

¹³⁷ O leitor também entende que o jornal tem interesses privados, e que isso pode significar ir contra a finalidade de fiscalizar o poder (que deve primar pelo interesse público): “Este jornal procura se eximir do rol dos responsáveis, mas faz parte tanto quanto por ter acobertado o problema [da crise da água em SP] enquanto era conveniente às suas aspirações eleitorais, **deixando de agir em nome do interesse público do jornalismo e a favor do interesse privado de sua empresa**” – Leitor Folha.

possui um fim em si mesmo e não precisa ser explicado; b) como um **processo qualificado**, que deve cumprir certas exigências e distingue informação (e conteúdo) de *informação jornalística*.

No primeiro nível, a realidade disponibiliza “claramente” o que deve ser noticiado e cabe ao jornalismo “apenas informar” e relatar. Nesse sentido, alguns leitores apontam que a notícia “é o que é” e, sendo boa ou ruim, o jornalismo deve informá-la. É o leitor quem deve pensar e tirar conclusões.

“vcs jornalista **deveriam apenas dar ha noticia e guardar seus comentarios para si proprio** porque ninguem pessa as baboseiras iguais a vcs tolos” – Leitor O Globo.

“Jornal não tem que pensar. Jornal não tem que ter ponto de vista. **Jornal tem que informar, e o leitor decide o que pensar sobre!**” – Leitor Folha.

“vcs tem q **dar a noticia e ponto**” – Leitor Folha.

“**Jornal/Jornalista não tem que dar opinião, tem que reportar fatos. Ponto**” – Leitor Folha.

“**Informe mais, já tá bom.** Quem precisa pensar sou eu” – Leitor Folha.

“**JORNAL NÃO PENSA, INFORMA, RELATA OS FATOS !!!** Por favor **relatem os fatos como são e imparcialmente de todos os pontos de vista que tiramos nossas conclusões sozinhos.** Estou cansado tambem dos pontos de vista de seus colunistas boys, escritos dentro de um apartamento no Morumbi” – Leitor Folha.

“**Folha não tem que ter ponto de vista, tem que da a noticia como ela é.** [...] Você não faz parte do meu dia dia folha¹³⁸” – Leitor Folha.

“**Jornalismo é relatar os fatos e deixar as pessoas pensarem sobre eles.** E não influencia-las. Espera-se no mínimo que, traga especialistas que defendem posições diferentes para dizer algo a respeito, mas jamais o jornal trazer opinião própria” – Leitor Estadão.

No segundo nível, o leitor avalia que informar requer atributos. A informação deve ser imparcial, objetiva, antecipada¹³⁹, completa, isenta, clara, correta e verdadeira. O leitor difere informação de opinião: nas notícias é imprescindível que o jornalista

¹³⁸ O leitor real aponta que não faz parte do leitor imaginado pela publicação, mesmo que esteja ocupando esse espaço para manifestar um relacionamento com o jornal.

¹³⁹ Leitores se referem à necessidade de a notícia informar “em tempo”. Eis um exemplo: “Um ponto q talvez passe despercebido por muitos leitores, para mim, é o mais preocupante (pelo menos deveria ser para nós leitores q buscamos informação). O editorial afirma q a crise ajudou a revelar absurdos como o de Campinas ã ter reservatório. **O absurdo maior é o jornalismo deste jornal diante da questão do abastecimento e saneamento do estado paulista de décadas ã ter informado isso muito antes:** Campinas tem mais de 200 anos! Desde qd isso deveria ser “novidade”, FSP? Q papelão!” – Leitor Folha.

apresente esses valores. O público interpela o jornalista para que cumpra essa finalidade: “jornalista, trabalhe direito”¹⁴⁰.

“Para isso que serve o Editorial, [nome do leitor]. O Jornal tem que ter a sua opinião, **diferentemente sobre as notícias as quais devem ser publicadas com a total imparcialidade**” – Leitor Folha.

“**Um bom jornal tem como objetivo trazer notícias a seus leitores**, com alguma análise para esclarecer aspectos relevantes. Quem compra um jornal quer saber o que aconteceu, de forma **verdadeira, clara e isenta**. [...]” – Leitor Folha.

“[...] liberdade, ética e **informação correta** sempre foram, são e, tenho certeza, serão - por muitos e muitos anos - o compromisso desse responsável jornal com os seus leitores e o nosso país. Para o bem de todos nós” – Leitor Estadão.

A imparcialidade volta a ser acionada pelos leitores. A partir da expectativa de um dever-ser do jornalismo, o leitor valoriza a imparcialidade; no entanto, a partir do que observa na produção jornalística, entende que é “romantismo”: “**Mais um jornalista tem que ser imparcial** apesar de **imparcialidade ser algo romântico na imprensa brasileira**” – Leitor O Globo. Dentro da finalidade de informar, alguns avaliam que a imparcialidade não existe e que o leitor deve ter “consciência” ao se informar; outros percebem ser impossível informar de modo imparcial.

“Imparcialidade no dia a dia? Só se não noticiassem mais nada. **A partir do momento em que um veículo de informação se sujeita a publicar um assunto, ele já deixou de ser imparcial**” – Leitor Estadão;

“Eu concordo. Mas temos que lembrar que **NINGUÉM é imparcial. Aquele cara que escreve as notícias pensa de determinada forma, estudou determinadas coisas, vivenciou determinados acontecimentos. Por mais neutro que ele queira ser, e por melhor que seja sua intenção, ele será parcial**. Claro que muitas vezes essa parcialidade é intencional, no sentido de querer manipular o leitor. Mas temos que ter em mente que ninguém consegue ser 100% imparcial na hora de ler uma notícia ou julgar uma pessoa” – Leitor Folha.

O leitor avalia que não cumprir a finalidade de informar, omitindo dados fundamentais, é um desrespeito. O público assume uma postura de vigilância com o jornalismo, comparando as informações disponibilizadas por diferentes veículos.

“**E o jornal não respeita o leitor ao omitir novamente** que há corte de fornecimento em 40% da rede da sabesp (reportagem do Estadão). É muito pior que redução de pressão” – Leitor Folha.

¹⁴⁰ “Mais uma vez o jornal só cita que as sindicais querem ajustes, mas não cita quais. Fica no etéreo. **Jornalista, trabalhe direito**, mostre as demandas concretas dos sindicatos” – Leitor Folha.

“Excelente comentário, cara [nome de um leitor]. **Fez o trabalho q os jornalistas repetidamente omitem da informação**” – Leitor Folha.

3. esclarecer o cidadão e apresentar a pluralidade da sociedade

A finalidade de **esclarecer o cidadão e apresentar a pluralidade da sociedade** foi expressa pelos leitores em 43 SDs. Eles avaliam que o jornalismo contribui para dar conhecimento às pessoas e “iluminar” o debate sobre os problemas, possibilitando o acesso a diferentes pontos de vista. O leitor reafirma seu vínculo com o jornal sempre que encontra uma finalidade sendo cumprida, uma expectativa sua sendo alcançada.

“Divulgar a verdade, **estimular um exercício consciente da cidadania, iluminar o debate dos problemas coletivos** – que outra atividade seria mais elogiável e necessária do que essa? Sonho um dia ler este jornal e confirmar o que foi dito. Atualmente, isso não reflete a verdade” – Leitor Folha.

“Parabéns! Torço pra que todos os jornais façam o mesmo de modo a **oferecer uma visão ampla da realidade no século XX**” – Leitor Folha.

“**Como ponto de vista do contraditório, necessário à boa saúde democrática**, a Folha está de parabéns” – Leitor Folha.

“Indo ao encontro da coluna de Leonardo Padura, quero parabenizar a Folha (O quarto poder.). Leio quatro jornais por dia e ela, sem dúvidas, é a que **mais valoriza o divergente**. Precisamos de mais e mais dissidência. Parabéns ao jornal por **respeitar a pluralidade de opinião e ideologia**” – Leitor Folha.

O esclarecimento também se associa a contribuir com o debate público em torno de um tema que o leitor considera fundamental. Os temas políticos, especialmente no período eleitoral, ganham destaque nas avaliações do leitor.

“A entrevista “Potências falam de paz, mas enviam armas” [...], com perguntas bastante informadas sobre a conjuntura atual na Síria, **desvendou a ambiguidade** dos países envolvidos com a guerra na Síria, **notável contribuição para o debate público** neste momento em que se caminha para uma nova negociação” – Leitor Estadão.

“Cadê a força do jornalismo, que ainda não esteja pactuado co o poder sujo da corrupção, para **esclarecer a população acerca das verdades e das inverdades**? Cadê os debates e embates das forças políticas e dos homens compromissados com a moral e o bem-estar do Brasil de agora e do futuro? Será que a televisão não poderia abrir mão de alguns de seus programas de falso entretenimento, e provocar os famosos debates sem ser em épocas eleitorais?” – Leitor Estadão.

“Os jornalistas DO O GLOBO , estão de parabens , quer dizer EU sou um nada, apenas uma eleitora , mas vou te dizer depois que **fui esclarecida pelas notícias do o globo** e outros não votarei na DILMA de jeito nenhum NEM QUE A VACA TUSSA (como dizia minha avo)” – Leitor O Globo.

Ao tratar da finalidade de esclarecer o cidadão, o leitor afirma que a imprensa ajuda na formação da opinião, seja para mudar pensamentos ou para reforçar convicções. O leitor não quer só informação, quer que seja qualificada e plural para lhe ser útil.

“Muito mais q relatar os acontecimentos, a imprensa é fundamental para a formacao de nossa conviccao. Gostaria de agradecer a Folha por publicar meus comentarios, todos eles, **mesmo quando temos ideias diferentes.** Isso é democracia e liberdade de expressao! Valeu Folha! p mim, p minha pessoa, o melhor jornal do mundo!¹⁴¹” – Leitor Folha.

“Parabéns à Folha. Acompanho suas páginas há pelo menos vinte anos e sempre encontro informação útil e pontos de vista a serem analisados (mesmo que possam ser discordantes dos meus)” – Leitor Folha.

“O papel social, educacional e de utilidade pública desempenhado pelo ‘Estadão’ ao longo de tantos anos se reforça a cada edição. A publicação do suplemento ‘Educação: futuro do Brasil’, na terça-feira (6/7), cujo enfoque é a maioria penal, **nos leva a uma reflexão sobre o papel dos veículos de comunicação.** Que bom seria se toda a mídia contribuísse desta forma. A publicação de ideias sobre o assunto, principalmente **ouvindo as mais diversas posições,** nos dá a certeza de que a luta de muitos jornalistas, começando pelos Mesquita, não foi em vão. **O jornalismo sério mais uma vez vence, ajudando a reforçar convicções, até mudar de opiniões. É o verdadeiro papel da mídia sendo exercido em sua plenitude”** – Leitor Estadão.

“Cumprimento a postura transparente do jornal em deixar clara sua visão política por meio de seu editorial, mas também de proporcionar uma análise crítica, inteligente e plural por meio de seus textos, fotos e vídeos. Independentemente da postura política que possamos adotar, é este o jornalismo que nos leva até as notícias para **consolidarmos, modificarmos e aprofundarmos nossa compreensão de Brasil e de mundo”** – Leitor Estadão.

É presente a compreensão de que o jornalista deve ouvir “todos os lados”, sem fazer julgamentos, deve buscar um equilíbrio de pontos de vista. Apresentar opiniões divergentes seria um dos modos de alcançar a imparcialidade e a independência. E o leitor pede “por favor” para o jornal não abandoná-lo e “se esforçar” para cumprir essa finalidade.

“Muito triste esse jornal. Não é função de jornalista julgar. Com relação a crise das escolas em São Paulo, a função do jornalista é ouvir não só as pessoas que estão ocupando a escola, mas também os que querem estudar, fazer prova, pegar o seu diploma. Como uma turma se auto intitula representante de todos os outros alunos, e resolve trocar o cadeado das escolas, mandar a

¹⁴¹ O leitor considera positivo não só a divergência de opiniões nos conteúdos dos jornais, como também permitir essa discussão na própria troca de comentários. Para o leitor, o diálogo se efetiva quando o jornal publica a sua opinião.

diretora, os outros alunos e os professores passear? Isso é democracia ou ganha quem grita mais alto?” – Leitor Folha.

“Parabéns ao melhor jornal do país, obrigado por existirem e por salvar a pátria ao **manter um meio termo tão difícil de conseguir** ; mesmo sendo difícil este meio termo **por favor continuem a se esforçar para mantê-lo, o Povo precisa de vocês, não nos abandonem**” - Leitor Folha.

“Simpatizo com as ideias liberais e gostaria de ver uma avaliação imparcial da Folha. **Espero matérias abordando os dois lados da notícia, como manda o jornalismo sério**” – Leitor Folha.

O leitor reconhece que é forte na Folha de S.Paulo a construção da imagem de si como um veículo plural (como apontei no discurso dos veículos) e que o discurso pode não ser aplicado na prática. Diz o leitor: “pluralista... **ao menos é o que diz** no manual deles...”. Outros criticam que o jornal não cumpre sua finalidade, pois não aprofunda as reportagens e aposta no espaço opinativo. Um leitor, inclusive, afirma que busca por sua conta matérias mais plurais porque não encontra a pluralidade no veículo.

“A vitimização ã cai bem para o jornal. Sem dúvida alguma a internet mudou radicalmente o mundo da informação e da mídia. E este jornal ã soube adaptar seu papel à essa nova realidade num círculo vicioso de perda de qualidade informativa e investigativa (com reportagens cada vez mais superficiais e estreitas e colunismo opinativo cada vez maior). **Preciso ir buscar, em outras fontes, informações adicionais para poder aumentar a profundidade e alargar a perspectiva**” – Leitor Folha.

“Colocar para votação uma reforma política q não foi em hipótese alguma discutida com a sociedade é no minimo uma violência. E **este jornal também não ampliou o debate**, deixou o assunto frio feito prato de comida amanhecido, somente se preocupando com as picuinhas e intrigas políticas. Tudo errado” – Leitor Folha.

Grande parte dos leitores não percebe a pluralidade no sentido de mostrar o mundo em todas as suas facetas. O que eles consideram de fato é que a pluralidade implica apresentar as diferentes opiniões, mesmo que desagradem a linha editorial do jornal e que sejam diversas da sua própria (alguns leitores reconhecem ser positivo ver opiniões que não são as suas)¹⁴².

¹⁴² Apesar disso, há leitores que reclamam de os jornais não apresentarem crítica e diferentes pontos de vista em relação aos esportes, por exemplo. Ou seja, os leitores estão dando o recado para o jornalismo: pluralidade não é só apresentar diferentes pontos de vista em matérias de economia e política, mas em todos os tipos de texto jornalístico. O leitor também quer crítica qualificada no esporte e não só no futebol: “Esse é um defeito enorme em nossos jornalistas e colunistas: **fazem reportagens e opinam sem procurar conhecer minimamente o assunto**. E esse fazer jornalismo e colunismo ‘contamina’ os leitores. Quem minimamente acompanha o surfe ou **faz uma pesquisa minimamente com qualidade** sabe q essa é a geração ‘Brazilian Storm’ e seu potencial. Nunca basta Medina ter ganhado o primeiro título mundial do país na modalidade, cobra-se sempre mais dos outros e muito menos de nós mesmos” - Leitor Folha.

“O papel deste jornal na história contemporânea do BR é inquestionável. Independente de sua linha ideológica (já que todo meio de comunicação tem a sua) é um jornal que orgulha a democracia, pois **permite opiniões livres em suas matérias, inclusive aquelas que lhe criticam**. Claro que as críticas nem sempre são civilizadas, mas é importante conviver com elas” – Leitor Folha.

“Parabéns à Folha pelo seu aniversário. Parabéns à Folha por esta postura de **defesa dos pontos de vista., mesmo podendo não ser a sua opinião**” – Leitor Folha.

Ao falar sobre a pluralidade, os leitores abordam repetidamente a atuação dos colunistas dos jornais. Às vezes consideram que o colunista está cumprindo a finalidade que eles esperavam que o jornalismo nas notícias também cumprisse. Uma ponderação bastante razoável feita por muitos leitores é a exigência de que os colunistas respeitem a diversidade e não só critiquem, mas façam uma análise qualificada – o que se associa à finalidade de interpretar e analisar a realidade. Os leitores percebem o que muitos jornais parecem ignorar: opinião é diferente de crítica.

“Ótima coluna. Mais uma vez JF [Janio de Freitas] forçando a **expansão do horizonte de visão** numa mídia e jogo político cada vez mais simplificadores e estreitos” – Leitor Folha.

“Só faltou falar que **fazer só crítica não é um bom jornalismo**. A honestidade intelectual implica em **ajudar a divulgar o que está bem, para que todos tenham orgulho de ser brasileiros**” – Leitor Folha.

“**Abomino esse tipo de opinião e de artigo** [o leitor está criticando o artigo de Eugênio Bucci ‘A cadeira vazia do jornalismo’] **sem fundamentação clara e considero venerável a posição pluralista do ‘Estadão’, que oferece espaço a todos [...]**” – Leitor Estadão.

4. verificar a veracidade das informações

A finalidade de **verificar a veracidade das informações**, expressa em 33 SDs, mostra a importância para o leitor da apuração dos fatos. As notícias devem ser verificadas e ter provas que demonstrem como as coisas “de fato” são. A sociedade espera que o jornalismo cumpra esse papel.

“Eu me preocupo muito com os rumos que ta tomando a imprensa brasileira. Aqui no Brasil ta se confundindo imprensa livre com imprensa irresponsável, vejo que nossa imprensa acha que ta acima do bem e do mal, que pode falar o que quizer do cidadão ou cidadã e fica intocável. **sou totalmente a favor de um mecanismo de responsabilidade e seja punido quem achincalhar, publicar ou falar dos atos do cidadão ou cidadã sem provas**” – Leitor Folha.

“Notícia não precisa ser inventada ou criada,tem que ter **credibilidade,verdade.....além da verdade**,com ética e responsabilidade!” – Leitor O Globo.

“Caro Editorial, Louvável a intenção de se **buscar equidistância na apuração dos fatos** e manter-se imparcial na divulgação das reportagens. **É o que o leitor e a sociedade de qualidade esperam e prestigiam de quem o faça.** Parabéns e sucesso nesse objetivo” – Leitor Folha.

O público reconhece que trazer a verdade pode ser um desafio ao jornalismo, mas que deve fazê-lo mesmo que atinja interesses alheios. O jornalismo deve sempre se pautar pela verdade, “doa a quem doer”.

“Parabéns a todos vocês pelos 140 anos de informações sem nunca baixar a guarda e **primar sempre pela verdade, doa a quem doer**” – Leitor Estadão.

“Hoje, tanto quanto ontem, **precisamos de uma imprensa independente e escrava da verdade e do fato que se torna notícia.** A informação é a única e verdadeira forma de emancipação dos cidadãos brasileiros oprimidos e manipulados pela sua falta e pelas notícias e resultados fabricados, sobretudo em anos de eleição” – Leitor Estadão.

O leitor associa essa finalidade à delimitação do jornalismo como gênero discursivo: se não tiver provas verificadas ou não apresentar uma relação “isenta” com as fontes, torna-se leviano, mau jornalismo, ficção.

“Como fazer em um dia em que parece não haver notícia? O Lauro [Jardim] **inventa uma e dane-se o compromisso com a verdade**” – Leitor O Globo.

“Que reportagem esquisita, **parece roteiro de ficção: quem são as fontes? É o de sempre ‘pessoas próximas’?** O julgamento acabou há pouco, como poderia almoçar com ele como se soubesse do resultado? Jornal já começa a criar narrativas. Impressionante. **Daria para dissecar esse texto em uma aula de jornalismo do que não se deve fazer**” – Leitor Folha.

“Sobre o coluna de Elio Gaspari Encrencas da leviandade megalômana, o colunista praticou **leviandades próprias de jornalismo pouco apurado [...]**” – Leitor Folha.

Um leitor manifesta que o jornal deve dizer como fez a apuração e inclusive sugere algumas pistas, mesmo reconhecendo que “não sabe” o que de melhor deveria ser feito. Obviamente, não é papel do leitor saber e, então, é interessante a manifestação de que, justamente por isso, deposita essa expectativa no jornalismo.

“**Quero uma reportagem mais séria, de verdade, que apure de fato se houve ou não esse problema** de transmissão q estão falando q teve. Ligar nos responsáveis por essas linhas, ir na cidade, usar contatos de jornalistas no local, viajar para lá, conversar com os técnicos da trasmisora, **não sei, mas apurar a**

existência do fato. Qd o jornalista afirma ‘conforme apurou’, quero saber como apurou” – Leitor Folha.

Ao contrário do valor da imparcialidade, que os leitores discutem se é possível de ser alcançada ou não, a verdade não gera muita reflexão nos leitores. Somente em duas SDs esse questionamento fica mais claro. Um leitor entende como uma “verdade possível” quando diz: “a função de um jornal é trazer a notícia o **mais próximo da verdade possível**...o que vcs não vem fazendo há anos...#ficaadica” – Leitor Folha. Outro aponta que se trata de uma busca: “**a verdade deveria ser uma busca incansável do jornalista**, aliás a profissão deve ser utilizada livremente e sem ideologias, sempre na busca da verdade” – Leitor Folha. Mas, no geral, aparece no discurso como algo abstrato, como um fim da atividade jornalística: a verdade é um mantra para o leitor definir o compromisso do jornalismo.

5. selecionar o que é relevante

A finalidade de **selecionar o que é relevante** é citada pelos leitores em 31 SDs. O leitor discute constantemente a relevância das pautas, criticando os critérios para a escolha dos temas e também os enquadramentos utilizados para cobrir os assuntos.

“Folha de S.Paulo: ‘Vanessa Gerbelli está namorando protagonista de ‘Malhação’, que é 17 anos mais novo’. **Se isso é assunto relevante, não quero nem imaginar o que a Folha de S.Paulo pensa que é irrelevante**” – Leitor Folha.

“No mesmo dia em que 12 pessoas foram assassinadas em Paris num atentado ao jornal ‘Charlie Hebdo’, centenas de pessoas morreram num ataque do grupo radical islâmico Boko Haram, na Nigéria. Enquanto o terrível ataque na França mereceu o destaque principal na primeira página do ‘Estadão’ e dos principais veículos da mídia no mundo, a notícia sobre as mortes na Nigéria praticamente não existiu. **Por que a vida de uma dúzia de vítimas merece mais destaque do que a vida de centenas de vítimas?** Afinal, se somos ‘Charlie’, somos também Nigéria” – Leitor Estadão.

O público avalia repetidamente as pautas nas quais a imprensa deve se deter, analisando comparativamente o que – e como – foi noticiado em outros veículos jornalísticos. Destacar o que é relevante é fazer bom jornalismo e fortalece o vínculo do leitor com o jornal.

“Parabenizo a Folha pela sensibilidade e **lição de bom jornalismo** por haver publicado na capa as imagens da selvageria em Curitiba. Impressionante verificar que outros jornais não deram destaque ao acontecimento histórico na

praça dos Três Poderes do Paraná. **Mais uma vez, a Folha saiu na frente do restante da mídia impressa nacional**” – Leitor Folha.

“Eu achei Uma boa iniciativa, **abordem temas que sejam relevantes aos interesses populares** que tem tudo pra dar certo...” – Leitor O Globo.

Por outro lado, ele expressa afastamento quando avalia a irrelevância dos assuntos abordados, especialmente quando a pauta é sobre a vida de celebridades. O leitor aponta claramente: isso não me interessa, a finalidade do jornalismo não é essa. Na crítica, vemos muitas emoções sendo expressas pelos leitores, como irritação e decepção¹⁴³.

“**Quanta informação desperdiçada!** !!!Eu lá quero saber onde a Giseli [Gisele Bündchen] toma banho de mar????Pior que isso,só Big Brother” – Leitor O Globo.

“**Poderia ter assuntos mais interessantes** porque vida de celebridade atualmente é o que menos importa” – Leitor O Globo.

“ **Sério que isso é uma notícia pertinente!?!**
⊗ Realmente o Brasil não tem jeito...” – Leitor O Globo.

“**Tanta coisa importante pra mostra** aí vem mostra isso, o que de fato isso agrega a nossa vida? Nada. **O que agrega de fato eles não mostram**, agora o que desagrega, á isso pra eles é importante. Que mídia vazia essa nossa” – Leitor O Globo.

É bastante comum que os leitores associem aos “estagiários” dos jornais a escolha de um tema que consideram irrelevante. Mostra, no jogo das relações imaginárias, a imagem que o leitor faz do jornalista como aquele profissional que estudou e tem experiência, portanto teria condições de cumprir a finalidade de selecionar o que é relevante. Um leitor também critica que o veículo só alterou uma imagem em uma notícia depois da reclamação do público: para ele, o jornal deveria ter avaliado, por si mesmo, que a imagem não era apropriada.

“**Deve ser um estagiário que está atualizando essa página do O Globo.** Pelo amor de Deus meu filho... **Vc não tem assunto melhor? Tanta coisa acontecendo no mundo.** Quanta imaturidade!!!! Vai estudar, vai...” – Leitor O Globo.

¹⁴³ Dada a complexidade do assunto, não entrarei na seara de discussões teóricas em torno da emoção. No entanto, cabe enfatizar que a adesão ao contrato de comunicação proposto é expressa pelo leitor também de modo emocional: as emoções *motivam* o sujeito a dizer, e a dizer *daquela maneira*, com aquela intensidade e com aquela ênfase (BENETTI; REGINATO, 2014). O jornalismo vai além de informar: ele também “propicia laços sociais baseados na emoção, uma cognição mais sofisticada do que a usual assimilação dos fatos” (HAGEN, 2012, p. 311).

“Desculpa que nada. **Teve todo o tempo p analisar a impropriedade da divulgação.** Só recuou ante as incontáveis críticas” – Leitor Folha.

O leitor – principalmente do jornal O Globo – ironiza os critérios de escolha de pautas, dando a entender que o jornal deveria noticiar especialmente assuntos mais sérios, como a política. Aqui o leitor estabelece a conexão entre as finalidades de selecionar o que é relevante e de fiscalizar o poder e fortalecer a democracia.

“Querido O Globo **Não está acontecendo nada em Brasília ?**” – Leitor O Globo.

“Isso é falta de noticia? Cadê a punição da Vale? **Cadê as investigações sobre o Lula?**” – Leitor O Globo.

“Enquanto isso em Brasília! **Bilhões são desviados ... Mídia lixo**” – Leitor O Globo.

Para defender o bom jornalismo em que acreditam, os leitores questionam os outros leitores sobre o tipo de jornalismo que buscam. Um jornal que se atém aos fatos relevantes é, na visão da audiência, um jornal sério.

“**Que tipo de jornalismo você quer? Sério, com atenção aos fatos** ou sensacionalista, que não se importa de expor cadáveres para ter mais público? **Espero que se você queira a segunda opção, vá atrás de um jornal que não seja a Folha, nem como um dos jornais tido como sérios hoje no Brasil.** Se não, nosso jornalismo foi para as cucuias” – Leitor Folha.

Além de avaliar os critérios de relevância dos jornais, os leitores também sugerem pautas ou tipos de abordagem que deveriam merecer destaque, tensionando os critérios dos jornalistas de seleção sobre o que é relevante. Para o leitor, cumprir essa finalidade é sinônimo de fazer bom jornalismo.

“**Sugiro que o jornal faça um levantamento** do uso das ciclovias em diferentes horários e dias. Será que somente eu percebo essa incongruência?” – Leitor Estadão.

“Podendo aproveitar a leitura de todos os mais de 1500 e-mails para **fazer uma reportagem sobre o poder de influência política de grandes corporações,** prefere dar uma guinada do tipo Revista Contigo. Prefere fofoca e intriguinhas. Ler tudo isso de emails pra isso é desperdício de recurso...” – Leitor Folha¹⁴⁴.

¹⁴⁴ Nessa SD, o leitor demonstra entendimento dos diferentes segmentos jornalísticos: no contrato de comunicação entre o leitor e a Folha de S.Paulo não cabem fofoca e intrigas; são temas que o leitor imagina que se justificariam em revistas como a Contigo.

6. investigar

A finalidade de **investigar** foi reafirmada pelos leitores em 21 SDs. Os leitores valorizam a investigação como uma missão do jornalismo: ela garante um jornalismo questionador, “independente” e de boa qualidade.

“JORNALISMO CLASSE ‘A’. Continuem assim, **corajosos, independentes e investigativos**” – Leitor Folha.

“Esta semana, o “Bom Dia Brasil”, da TV Globo, veiculou uma matéria sobre o perfil dos ciclistas em São Paulo e constatou o óbvio: a maioria dos ciclistas que circulam pela cidade é trabalhador de bairros periféricos e não conta com sistema cicloviário. Que coisa! Era um fato desconhecido? Não, definitivamente não! Não sabia quem não queria ou não tinha interesse. **Há duas questões aí. Primeira, um jornalismo que não investiga, de péssima qualidade**, que não faz ideia do que é trânsito e segurança do trânsito, muito menos pedestres e ciclistas. [...] **O jornalismo não questiona, simplesmente acredita, aceita e divulga**. Não é um problema exclusivo da TV Globo, mas de toda a imprensa” – Leitor Estadão.

Para o leitor, investigar é um valor basilar da notícia e é o que a distingue da parte opinativa do jornal.

“**O jornal investiga, e oferece a notícia**. Os comentaristas que criem os seus próprios Blogs. Se forem bons, manter-se-ão. Se ninguém se interessar, paciência. É da vida. Impressiona os assinantes a grande quantidade de colunistas que se ocupam apenas em fazer proselitismo. Há vários nesta Folha. Não somam para a credibilidade do jornal e custam dinheiro. E ‘comentaristas’ de futebol (foi penalty/não foi penalty)?” – Leitor Folha.

Os leitores reconhecem que investigar leva ao cumprimento da finalidade de fiscalizar o poder e fortalecer a democracia. Alguns citam o caso exemplar de Watergate para defender que essa seja a missão do jornalismo.

“Parabéns à jornalista Eliane Cantanhêde excelente resposta à presidente [Dilma Rousseff], que disse não ser função da mídia investigar, mas tão só informar. **Mesmo tendo jornalistas investigativos, a corrupção é um dos maiores problemas** –se não o maior– do país, e os processos nunca são satisfatoriamente conclusivos. **Imagine se não houvesse uma mídia investigativa**” – Leitor Folha.

“Calar a imprensa é coisa própria de governos ditatoriais. **Só o jornalismo investigativo livre, sem peias, pode levar ao conhecimento dos brasileiros os casos de doenças administrativas patológicas como são os casos de corrupção**, ativa e passiva, quase endêmica, que assola este país e que tanto aflige os cidadãos de bem, conspurcando a cidadania brasileira” – Leitor Estadão.

“Não é função da imprensa investigar’, disse Dilma (20/9). Nossa presidente deveria saber que revelação de segredos ocultos do poder é vista como uma forma de o **jornalismo investigativo exercer sua missão de guardião do**

interesse público e mantém semelhança com o ideal da coisa pública, em que todas as ações de governo, nas democracias, deveriam ser transparentes e públicas. A publicação de denúncias de corrupção tornou-se uma prática de fiscalização dos governos” – Leitor Estadão.

“A presidenta Dilma Rousseff, que disse que ‘não é função do jornalismo investigar’, entre tantas outras coisas, ignora **as funções básicas do jornalismo independente**: divulgar, informar, **investigar** e opinar. O leitor sr. [cita nome do leitor] lembrou um **episódio paradigmático do jornalismo investigativo: o caso Watergate**, que levou à queda do presidente Richard Nixon, nos EUA. A fonte dos jornalistas, o ‘Garganta Profunda’, ocupava cargo de confiança no governo norte-americano, e obviamente não podia procurar o FBI para dar as pistas que levaram ao esclarecimento total do crime praticado por assessores do presidente deposto. Agora mesmo, o escândalo PasaDilma só alcançou a dimensão atual devido ao trabalho investigativo de jornalistas de ‘O Estado’. Infelizmente, para a presidenta Dilma, nem todos os órgãos de nossa imprensa são linha auxiliar do ‘Diário Oficial’ da União” – Leitor Estadão.

“**É, sim, função da imprensa investigar**. Se não fosse a investigação de dois repórteres do jornal ‘Washington Post’, na década de 1970, nos EUA, o escândalo Watergate não teria dado em nada. Mas graças ao trabalho da imprensa o caso veio à tona e obrigou o então presidente republicano, Richard Nixon, a renunciar” – Leitor Estadão.

O leitor recusa a função do jornalismo de “apenas informar”, problematizando que o investigar é o que garante um jornalismo com apuração, relacionando aqui com a finalidade de verificar a veracidade das informações.

“Sra. presidente Dilma, com os meus respeitos, penso em dizer que **a função precípua do bom jornalismo investigativo é efetivamente apurar se a informação é verdadeira ou não – para não deturpá-la**. [...] O bom jornalismo investigativo serve, e muito, para tentar depurar as mazelas que infestam os poderes, digamos, constituídos. Sejam eles municipais, estaduais ou federal. Isso em se tratando de política. **Se a função do jornalismo ficar apenas em noticiar, deixo, a partir de hoje, de ler, ouvir rádio e assistir ao noticiário de TV**” – Leitor Estadão.

“Perfeita a análise da Presidente em relação ao papel da imprensa ‘investigativa’. Qualquer pessoa não estranha ao mundo do Direito, sabe que PROVAS, na verdadeira acepção da palavra e no papel que venha a ter nos autos do processo, terá que ser chancelada, aceita ou não no decurso do mesmo. **A imprensa investiga**, colhe dados ou material e terá que, obrigatoriamente, transferir esse material a instância competente para que, se for o caso, transformá-lo em provas juntadas aos autos. Simples!” – Leitor O Globo

7. registrar a história e construir memória

A finalidade de **registrar história e construir memória** foi trazida pelos leitores em 18 SDs. Ao jornalismo cabe documentar os fatos mais importantes que ajudam a sociedade a entender seu tempo.

“Cumprimentos também pela edição histórica do caderno referente aos 140 anos de vida do Estadão, que apresenta **um grande e oportuno apanhado de fatos da nossa História, registrada cotidianamente nas páginas do jornal**, desde a primeira edição de A Província de São Paulo, em 1875, até os dias atuais” – Leitor Estadão.

“Parabéns pela história do Estadão, sem dúvida um grande **documento vivo da História do País**” – Leitor Estadão.

“**O que você chama de história, a gente já chamou de notícia.**’ Recentemente assisti ao filme ‘Getúlio’, que narra com muita fidelidade as últimas semanas da vida do ex-presidente Vargas; filme que, além de bem feito, muito me emocionou, trazendo recordações de um importante e traumático **pedaço da nossa História, o qual acompanhei, dia a dia, lendo o ‘Estadão’.** Parabéns a esse magnífico e insubstituível jornal, pelos seus 140 anos exemplarmente vividos” – Leitor Estadão.

“**Com uma aula magna quer de História, quer de jornalismo**, o caderno comemorativo dos 140 anos do Estadão, quero crer, atendeu às melhores expectativas de seus incontáveis leitores. Parabéns ao jornal mais querido do Brasil pela **espetacular síntese dos fatos que marcaram cada ano** de vida desse consagrado matutino” – Leitor Estadão.

Os jornais também servem para que, no futuro, as pessoas possam se recordar de momentos fundamentais da história e podem ser utilizados de forma pedagógica nas escolas. Para o leitor, esse registro é um grande serviço prestado pelo jornalismo.

“O Jornal do Brasil (ainda existe?) já tem acervo na Internet. Todos deveriam ter, as revistas também. Parabéns. **Não há fato, acontecimento, antigo, que não se possa comentar hoje, com profundidade**, como se “tivéssemos ótima memória”, com este acervo no ar. **Serviço inestimável...**” – Leitor Folha.

“Parabéns pela edição do conteúdo digital sobre os 50 anos do golpe. Trata-se de um trabalho de alta qualidade. **Sou professora de história do Brasil e creio que o material pode ser de grande utilidade para os alunos**” – Leitor Folha.

“Gosto da língua culta, do português bem escrito. Isso encontro nos artigos e matérias do ‘Estadão’. **Uso reportagens antigas para ilustrar minhas aulas** de Processo Penal na PUC-SP. Será assim no primeiro semestre de 2015, quando estudaremos ‘o crime do restaurante chinês’, ocorrido na década de 30. Cumprimento a equipe do jornal pela integridade e pelo compromisso com o bom jornalismo nos últimos 140 anos” – Leitor Estadão.

8. interpretar e analisar a realidade

A finalidade de **interpretar e analisar a realidade** foi destacada pelos leitores em 13 SDs. O sentido principal é de que o jornalismo deve avaliar os fatos que acontecem e explicá-los de forma aprofundada à sociedade.

“Que o ‘Estadão’ mantenha seu estilo ético, sério e profundo, **pleno de textos densos, bem escritos e com análises detalhadas**. Que não ceda às tentações da ‘tabloidização’ e do sensacionalismo a que tantos outros jornais cederam, supostamente para atrair mais público, porém contribuindo para idiotizar ainda mais nossa nação. Qualidade acima de tudo, esta é a marca do ‘Estadão’. Que venham mais 141 anos!” – Leitor Estadão.

“Parabéns pelos 141 anos de **jornalismo que prima pela observação, análise**, prudência e a experiência, virtudes insubstituíveis à crível informação. O ‘Estadão’ orgulha o Brasil e, em especial, a nós, paulistas” – Leitor Estadão.

É a função que o jornalismo *deveria* cumprir, mas que alguns leitores observam não estar acontecendo.

“Clareza para avaliação e serenidade para **interpretação. Não é pedir muito** [da imprensa]. **Mas ultimamente, vem sendo artigo de luxo**” – Leitor Folha.

“**Um bom jornal tem como objetivo** trazer notícias a seus leitores, **com alguma análise para esclarecer aspectos relevantes**. Quem compra um jornal quer saber o que aconteceu, de forma verdadeira, clara e isenta. Esta foi a razão da consolidação da Folha como veículo de notícias. Por alguma razão, o jornal decidiu se distanciar dessa linha. Passou a noticiar o futuro. Faz especulações, dedica manchetes e páginas a pesquisas eleitorais e de avaliação do governo. Parece que nada acontece no país e no mundo. As edições do fim de semana são exemplos disso” – Leitor Folha.

Sejam os colunistas jornalistas ou não, o leitor exige que eles cumpram as finalidades do jornalismo por estarem ocupando um espaço nobre no jornal. A interpretação é uma dessas exigências.

“[...] **O jornalismo precisa de excelentes colunistas** para concorrer com outras fontes de informação, como a TV e a internet. **Eles são os que aprofundam as análises e trazem o que de fato ocorre por trás das notícias oficiais**” – Leitor Folha.

“A linha defendida por Carlos Alberto Di Franco é primorosa (“Jornal, âncora da democracia”, 25/5, A2). **A boa imprensa é aquela que não se furta a trazer opinião, mas com a atenção para o devido aprofundamento e análise**, quesitos distantes das redes sociais [...]” – Leitor Estadão.

“[...] Poder contar com as **impecáveis análises históricas e político-sociais** de suas colocações, sem dúvida, **nos ajuda a entender este momento** especial pós-eleições que estamos vivenciando. [...] Agradeço ao jornal pelo seu trabalho em dar a nós, seus leitores, sempre o ‘nec plus ultra’ em todas as suas páginas, diariamente” – Leitor Estadão.

9. defender o cidadão

A finalidade de **defender o cidadão** está presente em 10 SDs. O leitor expressa felicidade, satisfação ou gratidão ao depositar a expectativa de que o jornalismo proteja a sociedade.

“Meus sinceros parabéns, **vocês são o olho, ouvido e olfato do povo Brasileiro**, pois sem vocês somos cegos, mocos e insensíveis, continuem a nos informar, **proteger** e ensinar” – Leitor Folha.

“**Ficaremos muito mais felizes** ainda com a Folha, se ela **instruir as famílias das vítimas**, a serem indenizadas pelo estado!” – Leitor Folha.

“Por gentileza, mostre a força da imprensa na liberdade de expressão e **ajude a milhares de estudantes** que não consegue ter o direito de saber o peso de cada quesito do ENEM, e com isso saber a verdadeira nota que lhe foi atribuída” – Leitor Folha.

“**Manifesto minha satisfação em ver que ainda temos jornalismo sério, que defende os direitos de quem realmente trabalha neste país.** Registro meu elogio à matéria que falou sobre os desmandos ocorridos com o plano de previdência dos funcionários dos Correios” – Leitor Estadão.

Nesta finalidade se enquadra a avaliação do leitor de que o jornalismo deve ser porta-voz do cidadão.

“Cumprimento o jornal pela matéria veiculada a respeito do Postalís/ECT. Ainda temos neste país **a voz e o apoio da imprensa. Rogai por nós, trabalhadores traídos**” – Leitor Estadão.

Os leitores associam essa finalidade com a de fiscalizar o poder e fortalecer a democracia, ao avaliar que as denúncias feitas pelos jornais são eficazes, pois dão retorno. Um leitor demonstra a expectativa de que, com a publicação da violência, aumente o policiamento. Outro registra que é “devedor” por o jornal cumprir essa finalidade.

“**Também chamada de quarto poder a imprensa, é sem dúvida a que mais defende a sociedade**, e com uma eficiência e eficácia muito maior, seu efeito é imediato. A Folha de São Paulo, patrimônio Nacional, faz com extrema imparcialidade seu democrático trabalho, atestado pelos depoimentos dos mais brilhantes colonistas do Brasil, os que lá estão e os que por lá passaram. A Folha e o Estadão, são orgulho de nós paulistas. **A Folha denuncia, a repercussão é imediata, portanto eficaz**” – Leitor Folha.

“Parabéns ao jornal ‘O Estado de S. Paulo’ pelos seus 140 anos. Também informo que **sei que devo a vocês por enviar minhas denúncias.** Sucesso!” – Leitor Estadão.

Interessante o comentário seguinte de um leitor que não só avalia os critérios de seleção e de divulgação dos fatos jornalísticos, como também expressa a expectativa que deposita no jornalismo: defender o cidadão, ajudando as pessoas que precisam.

“No alto vale existem milhares de pessoas passando fome, sede, frio e muita necessidade devido a esta tragédia, pessoas perderam suas casas, suas coisas, empresários perderam suas empresas, o comércio está todo comprometido e

muita gente não tem pra onde ir, e me espantei quando consegui em meio a toda bagunça lá de casa instalar minha televisão para ver o programa do ‘fantástico’ da emissora rede globo no domingo a noite e ver qual seria a importância que dariam para nós Brasileiros que estamos sofrendo com tudo isso, **não queria ver fotos ou imagens da tragédia, queria simplesmente que este veículo de comunicação se mobilizasse e ajudasse as pessoas que precisam**, mais ao contrário o que eu vi? uma reportagem de 12 segundos, isso mesmo 12 segundos sobre as enchentes e quase que todo o programa falando sobre os 10 anos do atentado de 11 de setembro nos Estados Unidos” [...] – Leitor Folha.

10. fazer a mediação entre os fatos e o leitor

Em 5 SDs, o leitor considera a finalidade do jornalismo de **fazer a mediação entre os fatos e o leitor**, especialmente tornando a linguagem mais acessível a diferentes públicos.

“Sensacional o caderno ‘O incrível mensalão’ (19/8). **Simples, didático**, esclarecedor. Deveria ser usado nas escolas. Os desenhos de Angeli, perfeitos, são até reveladores. **Ótimo jornalismo**” – Leitor Folha.

“Gostaria de cumprimentar o jornal ‘O Estado de S. Paulo’ pelos seus 141 anos de fundação. Antes de assiná-lo, há cerca de um ano, lia, vez ou outra, outros dos grandes diários do País e me incomodava muito a maneira com que tratavam a notícia: **sem nenhuma didática, presumindo que os leitores teriam um conhecimento preadquirido sobre tudo, e sem um aprofundamento maior**” – Leitor Estadão.

O didatismo é bastante associado a essa função, e o leitor espera que o jornalismo saiba que ele não tem conhecimento amplo sobre todos os assuntos. O jornalismo deve mediar, fazendo a interpretação, para esclarecer o leitor – aí se percebe no discurso do leitor a conexão da finalidade de interpretar e analisar a realidade com a de esclarecer o cidadão e apresentar a pluralidade da sociedade.

Os leitores avaliam nos comentários o jornalismo de forma geral e não somente o veículo no qual estão comentando. Um leitor do Estadão faz a comparação, criticando a Folha: “Tem que ser **mais acessível às pessoas mais simples**. Como a Folha, parece ser um jornal somente para entendidos”. É também através da crítica que leitores reconhecem a finalidade da mediação:

“Sobre o editorial ‘Proposta indecente’ (31/3, A3), **não li, nas páginas deste prestigioso jornal, informações suficientes que permitissem ao leitor leigo entender** a crítica lançada contra a proposta do Ministério Público Federal (MPF), por uma mudança na prática de nossos tribunais que anulam processos por entender, ‘a priori’, que uma prova é ilícita” – Leitor Estadão.

11. integrar e mobilizar as pessoas

A finalidade de **integrar e mobilizar as pessoas** aparece em somente 1 SD no *corpus* em análise, apontando que o jornalismo teria o papel de ajudar, com as suas informações, a sociedade a se mobilizar.

“O editorial ‘Já chega’ merece ser reproduzido em todos os cantos do nosso continental Brasil. Elaborado em bom português, **veicula o que todo brasileiro precisa saber para ajudar a mudar** o quadro preocupante da vida nacional” – Leitor Folha.

6.2 Discussão dos resultados

O que os leitores esperam do jornalismo? Como entendem as funções que os veículos jornalísticos e os jornalistas cumprem ou deveriam cumprir? O que os leitores avaliam que o jornalismo deve levar em conta no seu trabalho diário? A análise de discurso empreendida nesta tese indica que o leitor espera que o jornalismo cumpra principalmente as finalidades de: fiscalizar o poder e fortalecer a democracia; informar; esclarecer o cidadão e apresentar a pluralidade da sociedade; verificar a veracidade das informações; selecionar o que é relevante.

Na avaliação das finalidades do jornalismo, os leitores destacam a imagem que fazem do jornalista como um profissional que deve ser isento, credível imparcial, sério¹⁴⁵, crítico, independente e apartidário¹⁴⁶ e demonstram a expectativa de que as funções sejam cumpridas¹⁴⁷. Como já observado em pesquisa anterior, os leitores expressam sua maior ou menor adesão aos valores do bom jornalismo de três modos: pela *defesa* dos valores deontológicos do jornalismo, pela *constatação* de que tais valores

¹⁴⁵ “Quem foi o jornalista que criou o termo pejorativo ‘bolsa crack’, para um programa que de ‘bolsa’ não tem nada? Um pouco mais de seriedade, senhores! **Jornalismo é coisa séria, exige responsabilidade. Brincadeira tem hora**” – Leitor Estadão.

¹⁴⁶ “Meu Deus, é o fim do mundo! Vi as imagens de alguns jornalistas que participaram de um café da manhã com a presidente Dilma deslumbrados, fazendo selfie com a presidente. Com todo respeito, **não pareciam profissionais de imprensa, mas focas, chapas-brancas**, teleguiados pelo poder político que destrói, aparelha e bolivarianiza o Brasil” – Leitor Estadão.

¹⁴⁷ Lisboa (2012) demonstra que, na visão dos leitores, os valores que sustentam a credibilidade do jornalismo são *independência, imparcialidade, honestidade, objetividade e coerência*. Esses valores fazem parte de um conjunto de crenças compartilhadas a respeito do jornalismo e estão no horizonte de expectativas que inspiram no leitor a confiança de que os relatos são verídicos e orientados ao interesse público. A partir da diferenciação entre credibilidade constituída (do enunciador) e credibilidade percebida (pelo interlocutor), Lisboa diz que, para serem notados pelo sujeito que interpreta, os atributos que sustentam a credibilidade precisam estar de alguma forma “visíveis” no sujeito que enuncia.

estão ou não sendo cumpridos e pela *expectativa* de que o jornalismo adote esses valores (BENETTI; REGINATO, 2013)¹⁴⁸.

Os resultados desta pesquisa comprovam que atualmente, num contexto de jornalismo em rede, cabe ao leitor decidir que informação é ou não credível, que informação é mais ou menos credível (SERRA, 2006), que finalidades estão ou não sendo cumpridas. Fica clara a postura vigilante do público: “bem bonito, só **falta um pingo de imparcialidade no dia a dia**” – Leitor Estadão; “Revoltante! Fiquei pasmo com a reportagem do Estadão [...] **Nota zero ao jornal!**”¹⁴⁹.

Também ficam mais explícitas as percepções de quando o leitor real identifica e recusa o leitor imaginado, apontando o rompimento da relação com o veículo jornalístico. Assim, está visível o que o leitor real diz no espaço dos comentários, podendo ele estar em três lugares de fala diferentes: **a)** lugar do leitor que se identifica com o leitor imaginado da publicação e adere ao discurso; **b)** lugar do leitor que faz parte do leitor imaginado da publicação mas, por determinada postagem ou cobertura do veículo jornalístico, recusa a adesão ao contrato por um momento ou definitivamente; **c)** lugar do leitor que não se identifica com o leitor imaginado daquele veículo e marca esta distinção. Mesmo estando em diferentes lugares, os leitores decidem se manifestar, colocando-se em diferentes níveis de relação com o veículo e com o jornalismo.

Ao avaliar o jornalismo, o leitor se coloca discursivamente, construindo um lugar de fala para si, para os outros leitores e para os jornalistas¹⁵⁰. Ao se posicionar, o “leitor real” se relaciona com uma identidade esperada de um “bom jornalista”, que é a de um profissional ético, comprometido com a verdade, criterioso no julgamento do que possui

¹⁴⁸ Esses três modos se referem ao primeiro eixo de adesão do leitor ao contrato de comunicação proposto pelo jornalismo, que é marcado pelos **valores** que o leitor reconhece como indicadores do “bom jornalismo”. O outro eixo é marcado pelas **emoções** que vinculam o leitor ao veículo ou ao jornalismo (BENETTI; REGINATO, 2013).

¹⁴⁹ O leitor vigia e também sugere alterações para um vídeo postado por uma jornalista: “**Ficou bem bom, mas aqui vão três pontos para melhorar:** 1. Hidromel- poderia dar mais info de como é feito/como fazer no vídeo mesmo; 2. Ela precisa sorrir e engajar mais, mas é estreia, vai se soltar mais; e 3. Deveria intercalar algumas imagens ali, fotos que vão sair na matéria para associação e ficar menos monótono” – Leitor O Globo.

¹⁵⁰ O leitor reconhece a relação entre sujeitos: “**Como leitor assíduo, bato um papo diariamente com os editorialistas**, colunistas como Eliane Cantanhêde, Dora Kramer, José Roberto de Toledo, Celso Ming, entre tantos outros, **além dos leitores do jornal no ‘Fórum dos Leitores’**. **É como se tivesse a chance de conversar e fizesse parte do círculo de amigos de todos**” – Leitor Estadão.

interesse público, competente nos procedimentos de apuração, informado sobre a atualidade¹⁵¹.

O leitor demonstra que tem expectativa de que o jornalismo cumpra suas finalidades e expressa o vínculo quando vê que elas estão sendo cumpridas: “Obrigado Folha **acredito** em vocês”; “**Adoro o ESTADÃO**, independente de opções políticas e partidárias...”; “E VIVA O ESTADÃO, **QUE CONTINUE SENDO ESTE BRILHANTE JORNAL**”. Se a expectativa não é cumprida, gera nos leitores decepção, indignação e constrangimento: “estou **indignada**”; “estou **decepcionada**”; “sou assinante deste jornal há muitos anos e **estou perplexa e constrangida**”; “senti-me **insultado**”¹⁵².

O acesso do leitor ao contrato de comunicação está relacionado com as expectativas sobre as finalidades do jornalismo, com o grau de confiança depositado nisso e com as emoções mobilizadas nessa relação. A não identificação com o jornal pode gerar a ruptura do contrato de comunicação: “**Parando de seguir!**”; “**Vou cancelar minha assinatura**”, “O Estadão já foi um jornal decente, já foi um jornal com opinião. Hoje não passa de um panfleto governista. **A decisão mais acertada deste ano foi ter cancelado a minha assinatura**” – Leitor Estadão. Ou, então, gera questionamento sobre quem é o leitor imaginado da publicação:

“**Como um jornal como a Folha ousa agredir seus leitores** usando uma frase já clássica dos criminosos nos assaltos? No que a Folha está se transformando? **A que tipo de leitor a Folha se dirige?** Qualquer análise rasteira de discurso identifica imediatamente o preconceito da frase” – Leitor Folha.

“**Olha aí Conselho Editorial, Otávio Frias Filho, Sérgio Dávila Não custa verificar o que dizem os leitores, ainda que não identificados.** O jornal deu uma guinada à esquerda nos últimos anos assustando antigos leitores que se encantaram com a Folha das Diretas Já. Na economia a esquerda é a intervenção, na cultura e na política externa, alienação. É isso que a Folha defende?? **Não custa ler as queixas e analisar o que dizem os leitores. Afinal, o jornal é feito para quem??**” – Leitor Folha.

¹⁵¹ Estudar o leitor real, além de ser um grande desafio, também proporciona encontrar peculiaridades no discurso. É o exemplo de um leitor, no site da Folha, que a parabeniza por ter assumido o erro, mas se confunde de veículo: “Parabéns pela atitude, Estadão!!” – Leitor Folha. Outro leitor sugere a um comentarista que ele finja não manter vínculo com o jornal, mas continue acessando as informações: “**Cancelou a assinatura. Tá certo, é uma escolha e um direito. Mas cá entre nós, ninguém precisa ficar sabendo: todos os dias dá uma passadinha pelo site para ler**, pelo menos Notas e Informações e algumas opiniões, não é mesmo?” – Leitor Estadão.

¹⁵² A expectativa advém de uma relação de confiança com o jornal e o jornalismo: “O Tribunal Superior Eleitoral (TSE) não explica essa inversão, comentada no caderno eleitoral do **jornal ‘O Estado de S. Paulo’, em quem confio**” – Leitor Estadão.

Ao desqualificar o jornal (manipulador, medíocre, ofensivo, irresponsável), o leitor constrói uma imagem de si como alguém que é culto, crítico e bem informado. Muitos comentários enfatizam que os jornais subestimam a inteligência e a capacidade de avaliação do leitor. É nesse tipo de crítica que o leitor expressa que identifica e não se reconhece no lugar que a Folha imagina para o público, que não se sente representado por aquele discurso.

“Que eu sou um otário é isso que a folha anda pensando!” – Leitor Folha.

“A Folha pensa que os leitores ainda não perceberam que é um jornal manipulador e manipulado, provavelmente pela Globo. E depois, **ficam ligando para nossa casa oferecendo futilidades** em troca de assinatura. Deplorável” – Leitor Folha.

“Falar em credibilidade, com um jornalismo deste nível, é duvidar da capacidade de entendimento do leitor” – Leitor Folha.

“Como pode um jornal desse nível publicar um artigo medíocre (Fabio Porchat) sobre um problema tão sério como a Saúde? Ridiculariza o leitor, o paciente e o médico” – Leitor Estadão.

“Li, perplexo, a coluna do professor Pasquale. Talvez ele não saiba, mas no jornalismo o exercício da crítica ácida é reservado ao leitor. Do articulista, espera-se a força dos argumentos e jamais a violência das palavras. **Sugerir que talvez ‘desenhe’ para que eu entenda pareceu-me infame**” – Leitor Folha.

Os leitores reconhecem que, ao comentar no *site* ou na página do Facebook dos veículos, eles estão assumindo um tipo de vínculo com os jornais. Alguns criticam quem ocupa esse espaço para reclamar, indicando que é simples romper o contrato parando de assinar, deixando de curtir a página, não visitando o *site*: **“se alguém não gostar pare de ler/assistir o jornal”**; **“Não entendo pq todo mundo acompanha essa página, aparentemente todo mundo odeia a folha e fica aqui só pra incomodar”**; **“Cancelou a assinatura mais acompanha pelo facebook , vai entender !”**. Outros, no entanto, acham que a crítica dos leitores qualifica o jornalismo: **“Temos que reclamar sim ,para melhorar o conteúdo desses jornais** Nao podemos nos alienar” – Leitor O Globo; **“Críticas servem para avaliar a audiência do público**, e para isso é preciso se expressar !” – Leitor O Globo.

Os leitores demonstram o vínculo com o jornal – e então com o jornalismo – ao construírem para si um lugar de leitor qualificado e antigo do jornal. Isso os legitima para elogiar o bom jornalismo praticado e também para criticar o que não está sendo bem feito.

“**Como leitora e assinante deste jornal**, não poderia deixar em branco esta data: 141 anos” – Leitor Estadão.

“**Faz 70 anos que leio e assino o ‘Estadão’**, para me informar de tudo o que acontece no Brasil e no Mundo. Considero o “Estadão” o melhor meio de comunicação do Brasil” – Leitor Estadão.

“**Como leitora assídua deste jornal, venho manifestar a minha indignação** ao editorial: Vetos à irresponsabilidade” – Leitor Estadão.

O leitor também reafirma o laço com o jornal quando este se desculpa: ele entende que existe um processo de produção e que o jornal pode errar, mas quer que o jornal corrija, seja transparente. Quando sugere alguma correção ou alteração e o veículo a acata, o leitor se sente agradecido, recompensado, importante.

“**Que bom que a Folha ouve seus leitores**, primeira vez que vejo isso” – Leitor Folha.

“**A relação jornal-leitor agradece**” – Leitor Folha.

“Parabéns à FOLHA pela recente mudança de posicionamento nas publicações do Facebook. De **rabo preso com o leitor**” – Leitor Folha.

“**É ótimo saber que vocês nos escutam**” – Leitora Folha.

A maior dificuldade desta análise foi mapear os sentidos do leitor do jornal O Globo, que não traz no *site* destaque para a opinião dos leitores e fecha o espaço para os comentários em grande parte das matérias, como expliquei na metodologia. O próprio leitor reclama disso:

“Enquanto isso **o Globo não deixa seus assinantes e leitores escreverem qualquer comentário sobre reportagem** ” Mensagens mostram pautas de interesse da OAS com Lula”. O Pixuula é protegido pela imprensa descaradamente. Onde está a imprensa livre deste país? Quando a Imprensa é censurada eles reclamam e **quando os assinantes e leitores são censurados a quem reclamamos?** O Globo cerca comentários nas reportagens, tirando a possibilidade de mostrarmos nossa indignação contra todo este caos político!” – Leitor O Globo.

Os resultados desta tese ajudam a desconstruir uma possível imagem de que a audiência seria despreparada ou ignorante sobre a produção jornalística. Pelo contrário, o que observei foram alguns leitores com plena consciência do que esperam do jornalismo. O leitor sabe que os veículos possuem uma linha editorial que guia seus conteúdos: “‘Jornal não tem que pensar. Jornal não tem que ter ponto de vista.’ – **Linha**

editorial manda abraços” – Leitor Folha¹⁵³. O leitor conhece os limites que singularizam o jornalismo como gênero discursivo e tem a expectativa de que o jornalista – e especialmente o editor – tenha essa noção: “Publicar esse texto no jornal, sem conhecer a história direito, é irresponsável. [...] **Não são jornalismo, são comentários de compartilhamento de rede social**. Especialmente havendo uma criança envolvida, **não entendo como passou pelo editor**” – Leitor Estadão. O leitor reconhece os tipos de textos jornalísticos, ironizando a partir da diferenciação entre informação e opinião: “Reportagem absurda. Aliás, **é reportagem ou coluna?**” – Leitor Folha.

O leitor sabe que existe fonte em off, reconhece que há negociação na relação entre jornalistas e entrevistado. Também percebe o jogo de interesses da linha ideológica do jornal e faz a associação entre veículos, interpelando o jornal ou o jornalista: “Que é isso, colunista? **Tá "Vejando", foi o ANunes que pediu pra vc escrever isso?**” – Leitor Folha. O leitor distingue propaganda de jornalismo: “Qd este jornal pedir desculpas pela **propaganda política de oposição diuturna (muito diferente de jornalismo)** que há doze anos faz contra o governo, vai poder ter o mínimo de decência possível de exigir desculpas dos outros” – Leitor Folha. O leitor expressa que constrói sua expectativa do jornalismo conforme o tipo de veículo, segmentado por público: “A manchete, **descuidada para um jornal que se diz sério, faz lembrar as gazetinhas de bairro** rodadas com poucos recursos. É pena!” – Leitor Folha.

Esse resultado vai ao encontro do que Van der Wurff e Schoenbach (2014) descobriram em uma pesquisa sobre o que a audiência da Holanda espera do bom jornalismo. Eles concluem que atualmente, assim como os jornalistas, os leitores têm uma visão mais complexa dos papéis do jornalismo na sociedade. Os pesquisadores consideram (e eu concordo) que esses achados são ao mesmo tempo reconfortantes e desafiadores: “o público não é tão desinteressado e hedonista quanto é frequentemente

¹⁵³ O leitor ironiza os comentários dos outros leitores que dizem que o jornal deve ser imparcial, dizendo que a linha editorial explicita alguns pontos de vista dos veículos jornalísticos. A ironia, que é uma estratégia discursiva utilizada muitas vezes pelos próprios veículos – como Benetti (2007) observou na revista *Veja* – está também presente no discurso dos leitores. A ironia permite ao leitor dizer, com humor às vezes refinado, que possui pensamento crítico e despreza o fato de ser *subestimado* pelo veículo (BENETTI; REGINATO, 2014).

presumido no debate público” (VAN DER WURFF; SHOENBACH, 2014, p. 15, tradução minha).¹⁵⁴

A pesquisa desses autores revelou que o público holandês faz a distinção entre notícias e publicidade, separa fatos e opinião, considera importante que as notícias abertamente admitam erros e sejam independentes. Encontrei o mesmo: o leitor espera que o jornalismo seja transparente no seu trabalho e responda às reclamações e demandas da audiência.

[...] A audiência – como o próprio jornalismo – mostra uma compreensão complexa dos papéis que a mídia deve desempenhar na sociedade e os valores que jornalistas, nesse sentido, deveriam sustentar. Crucialmente, a audiência compartilha com os jornalistas a noção de que os meios de comunicação têm uma função importante e independente nas democracias modernas (VAN DER WURFF; SHOENBACH, 2014, p. 15, tradução minha).¹⁵⁵

Apesar da concepção sempre presente no discurso de veículos e jornalistas de que é o leitor que justifica o papel social do jornalismo, minha observação leva a afirmar que os comentários dos leitores não são bem aproveitados pelos jornalistas e pelos veículos. Mas, mesmo que não percebamos a efetiva conversação dos veículos com os leitores e não saibamos o que de fato o jornal faz com o que o leitor diz, o que está claro é que o espaço dos comentários está repleto de informações que não podemos desprezar: os leitores estão, sim, discutindo as finalidades e o que eles esperam do jornalismo.

A seguir, problematizo o discurso dos três sujeitos analisados nesta tese e sistematizo os resultados da pesquisa.

¹⁵⁴ “[...] our findings are both comforting and challenging. The audience is not as uninterested and hedonistic as is often assumed in the public debate”.

¹⁵⁵ “[...] The audience – like journalism itself – shows a complex understanding of the roles that media should play in society and the values that journalists, accordingly, should uphold. Crucially, the audience shares with journalists the notion that news media have an important and independent function in modern democracies”.

7. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS: PARA QUE SERVE O JORNALISMO?

*“Não pode haver ausência de boca nas palavras:
nenhuma fique desamparada do ser que a revelou”.*
(Manoel de Barros)

Neste capítulo, sistematizo os resultados da tese, cruzando a reflexão teórica e a análise feita sobre o discurso dos três sujeitos. As principais contribuições da tese são: mapeamento do que os autores dizem sobre as finalidades do jornalismo; identificação e cruzamento das percepções dos três sujeitos; minha proposta de relação das finalidades do jornalismo.

A tese tem dois tipos de resultados. Um, de caráter empírico, deriva da análise do material discursivo dos três sujeitos: o que veículos, jornalistas e leitores dizem sobre as finalidades do jornalismo – como aponta o título deste trabalho. Outro, de caráter teórico, se desdobra em dois: o primeiro é a elaboração de um quadro com a síntese das finalidades do jornalismo segundo os autores consultados; o segundo é a formulação de uma proposta das finalidades do jornalismo. A seguir, apresento o desdobramento desses três resultados.

7.1 Mapeamento do que os autores dizem sobre as finalidades do jornalismo

A partir da revisão teórica apresentada no segundo capítulo, produzi um quadro com a síntese de quais são as principais finalidades do jornalismo trazidas na teoria e quais os autores de referência que as apontam (Quadro 7). O quadro está apresentado no capítulo 2, mas volto a inseri-lo aqui porque é resultado da pesquisa, já que o objetivo deste capítulo é facilitar a apropriação do mapeamento em futuros estudos do campo.

Quadro 7 - As finalidades do jornalismo segundo a teoria

Finalidades do jornalismo (em ordem alfabética)	Principais autores (em ordem cronológica – as datas entre parênteses são os originais)
Ajudar o homem a entender e viver sua época	Groth, 2006 (1930); Molotch e Lester, 1999 (1974); Katz, 1999 (1979); Gomis, 1991; Berger, 1996; Franciscato, 2005; Benetti, 2010; Motta, 2013
Contextualizar e organizar a informação	Genro Filho, 1987; Kovach e Rosenstiel, 2004 (2001); Charaudeau, 2007 (2005); Dines, 2009; Canavilhas (2015) <i>apud</i> Specht, 2015
Contribuir com a democracia	Pulitzer, 2009 (1904); Ross, 2008 (1910); Park, 2008b (1940); Bond, 1959 (1954); Jobim, 1957; Molotch e Lester, 1999 (1974); Cornu, 1994; Merritt (1995) <i>apud</i> Traquina, 2003; Fouhy, 1996; Grimes, 1999; Miguel, 1999; Bucci, 2000; Bardoel e Deuze, 2001; Neveu, 2003 (2001); Kovach e Rosenstiel, 2004 (2001); Motta, 2002; Traquina, 2002; Moretzsohn (2007); Schudson, 2008; Lago, 2010; Silva, 2010; Pavlik, 2011; Rothberg, 2011
Criar para o leitor experiências de satisfação estética que o ajudem a interpretar a própria vida	Mead (1926) <i>apud</i> Schudson, 2010
Defender o cidadão	Jobim (1950) <i>apud</i> Avanza, 2007; Medina, 1982; Sousa, 2002; Schudson, 2008
Divertir	Bond, 1959 (1954); Siebert <i>et al</i> (1956) <i>apud</i> Kunczik, 1997; Amaral, 1969; Gaillard, 1971; Fontcuberta, 1993; Melo, 2012; Travancas, 2010

Estimular o engajamento e mobilizar a participação cívica na vida pública	Park, 2008b (1940); Grimes, 1999; Schudson, 2008
Formar a opinião pública	Pulitzer, 2009 (1904); Weber, 2006 (1910); Lippmann, 2010 (1920); Hall <i>et al</i> , 1999 (1973); Beltrão, 1980a (1976); Marcondes Filho, 1986; Fontcuberta, 1993; Cornu, 1994; Charaudeau, 2007 (2005); Bastos, 2010
Informar	Peucer, 2004 (1690); Weber, 2006 (1910); Groth, 2006 (1930); Bond, 1959 (1954); Siebert <i>et al</i> (1956) <i>apud</i> Kunczik, 1997; Gaillard, 1971; Beltrão, 1980a (1976); Fontcuberta, 1993; Lima, 1993; Traquina, 2002; Sousa, 2002; Charaudeau, 2007 (2005); Schudson, 2008; Travancas, 2010
Instruir, orientar e educar	Eça de Queiroz (1866) <i>apud</i> Ponte, 2005; Weber, 2006 (1910); Barbosa (1920) <i>apud</i> Pereira, 2005; Park, 2008b (1940); Bond, 1959 (1954); Amaral, 1969; Beltrão, 1980b (1976); Lima, 1993; Bucci, 2000; Neveu, 2003 (2001); Sousa, 2002; Ponte, 2004; Franciscato, 2005; Ramonet, 2012
Interpretar	Brucker (1930) <i>apud</i> Schudson, 2010; Park (1940) <i>apud</i> Berger e Marocco, 2008; Bond, 1959 (1954); Dines, 2009 (1974); Hallin e Mancini, 1999 (1984); Fontcuberta, 1993; Motta, 2002; Charaudeau, 2007 (2005); Schudson, 2008; Marcondes Filho, 2009; Melo, 2012; Anderson, Bell e Shirky, 2014
Investigar	Dines, 2009 (1974); Chaparro, 2001; Schudson, 2008; Bastos, 2010
Manter a sociedade unida e integrada	Katz, 1999 (1979)
Mediar	Hall <i>et al</i> , 1999 (1973); Schudson, 1999 (1982); Medina, 1982; Rodrigues, 1999 (1988); Kunczik, 1997 (1988); Gomis, 1991; Fontcuberta, 1993; Berger, 2003 (1998); Machado, 2000b; Moretzsohn, 2002, 2007; Sousa, 2002; Travancas, 2010

Mostrar a diversidade da sociedade	Karam, 1997; Schudson, 2008; Lago, 2010; Rothberg, 2011
Reforçar a cidadania	Travancas, 1993; Bardoel e Deuze, 2001; Lago, 2010
Selecionar os temas significativos	White, 1999 (1950); Beltrão, 1980a (1976); Erbolato (1986) <i>apud</i> Marcolino, 2005; Fontcuberta, 1993; Cornu, 1994; Merritt (1995) <i>apud</i> Traquina, 2003; Kovach e Rosenstiel, 2004 (2001); Ponte, 2004; Bastos, 2012; Moretzsohn, 2015
Ser a memória da sociedade	Peucer, 2004 (1690); Jobim, 1957; Dines, 2009 (1974); Benetti, 2010; Zelizer, 2014
Trazer a verdade	Barbosa (1920) <i>apud</i> Pereira, 2005; Lippmann, 2008a (1920); Park, 2008b (1940); Bond, 1959 (1954); Dines, 2009 (1974); Schudson, 2010 (1978); Cornu, 1994; Bastos, 2010; Silva, 2010
Verificar e apurar	Cornu, 1994; Kovach e Rosenstiel, 2004 (2001); Franciscato, 2005; Bastos, 2010; Anderson, Bell e Shirky, 2014
Vigiar o governo e os serviços públicos e denunciar os abusos do poder	Eça de Queiroz (1866) <i>apud</i> Ponte, 2005; Pulitzer, 2009 (1904); Barbosa, 1990 (1920); Bond, 1959 (1954); Siebert <i>et al</i> (1956) <i>apud</i> Kunczik, 1997; Traquina, 2002; Sousa, 2002; Bastos, 2010

Fonte: autoria própria

7.2 Identificação e cruzamento das percepções dos três sujeitos

A partir da análise do discurso de veículos, jornalistas e leitores apresentada nos capítulos 4, 5 e 6, cheguei a algumas conclusões sobre as finalidades do jornalismo para cada um dos sujeitos e também a reflexões a partir do cruzamento dessas percepções.

A tese revela que veículos, jornalistas e leitores percebem como principais as mesmas três finalidades do jornalismo: **esclarecer o cidadão e apresentar a pluralidade da sociedade; fiscalizar o poder e fortalecer a democracia; informar.** Sendo esse o discurso produzido pelos principais sujeitos envolvidos no contrato de

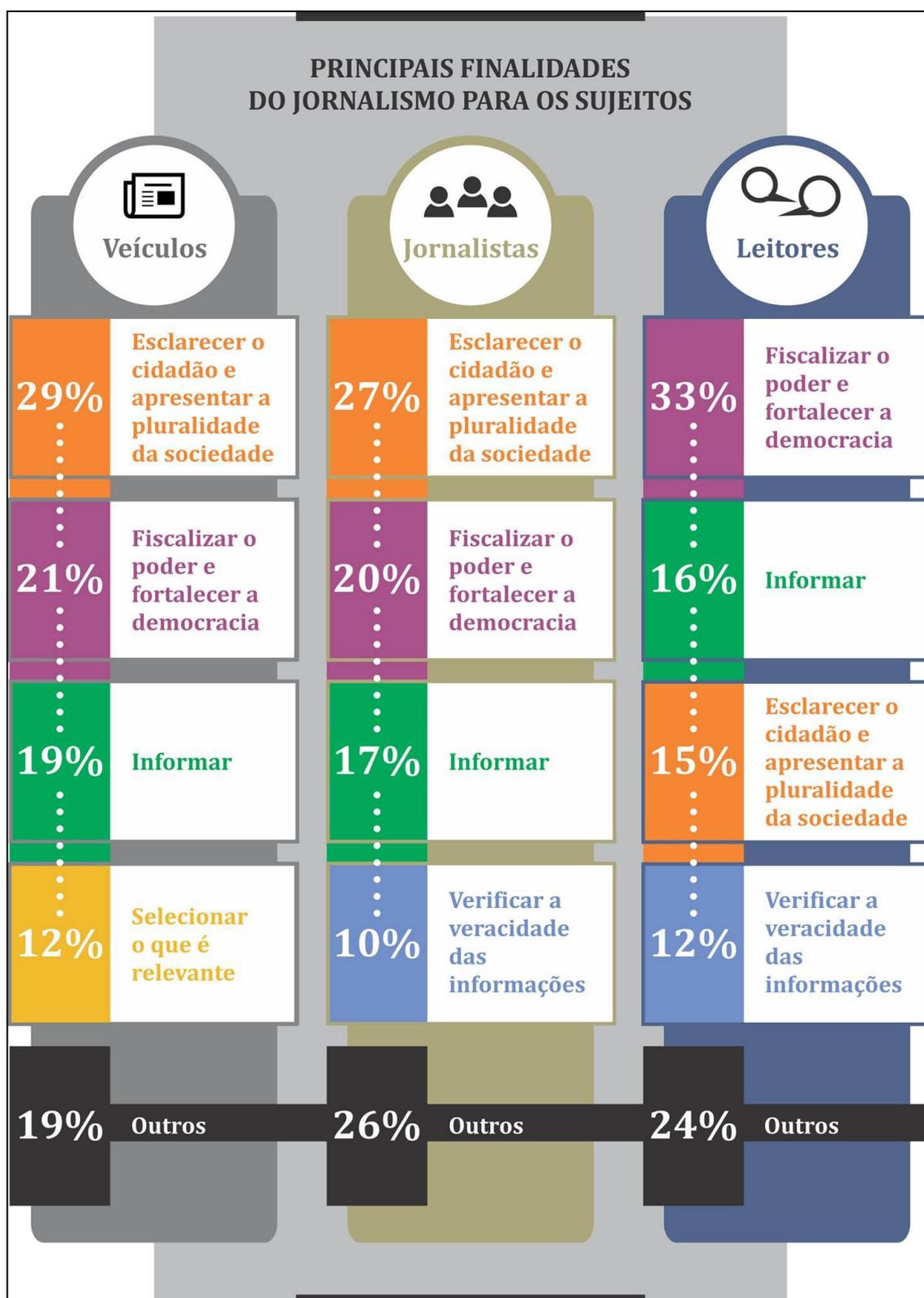
comunicação jornalístico, vemos que há um imaginário bastante consolidado sobre o que esperar do jornalismo na sociedade. Os discursos que mapeei estão públicos, ajudando a retroalimentar esse imaginário cotidianamente.

Apesar dessa “uniformidade” no que tange às três principais finalidades do jornalismo, também há divergências significativas entre os discursos dos sujeitos que dão indícios para se pensar a expectativa sobre as funções do campo. Como apresento a seguir, uma delas é a diferença de percepção entre as finalidades de **verificar a veracidade das informações** e de **selecionar o que é relevante**. A análise indica ainda que *jornalistas e leitores* percebem as mesmas quatro principais finalidades para o jornalismo, mostrando que os jornalistas, como uma categoria profissional, estão mais em sintonia com os leitores do que os veículos enquanto organização (Figura 20).

Veículos e jornalistas consideram que, dentre as finalidades do jornalismo, **esclarecer o cidadão e apresentar a pluralidade da sociedade** é a mais importante. Creio que este dever implica um saber e um poder: ao apontarem essa função como a mais significativa, veículos e jornalistas constroem para si um lugar diferenciado de quem tem o saber e o poder para ajudar as pessoas a compreender seu mundo e para escolher que vozes devem representar a complexidade dos fatos. Ao tratar dessa finalidade, fica claro o reconhecimento, por grande parte dos jornalistas, de que eles têm uma função pública a desempenhar e é essa crença que estimula os profissionais na rotina diária. A pluralidade é um valor central e definidor do jornalismo, e a informação deve formar cidadãos mais esclarecidos sobre a diversidade do mundo. Essa função também ocupa um lugar de destaque no discurso dos leitores (fica em terceiro lugar), indicando a percepção de que o jornalismo contribui para dar conhecimento às pessoas e possibilita o acesso a diferentes pontos de vista.

Para os *leitores*, a finalidade mais importante é **fiscalizar o poder e fortalecer a democracia**, que aparece de modo muito expressivo no discurso. Esse resultado demonstra que, para o leitor, o jornalismo tem um papel cívico a desempenhar. O jornalismo serve para fiscalizar o Estado e fortalecer o sistema democrático: é esse o compromisso público reconhecido pelo público. Os leitores indicam a expectativa de que o jornalismo esteja ligado ao interesse público e não aos interesses individuais.

Figura 20 – Principais finalidades do jornalismo para veículos, jornalistas e leitores



Fonte: autoria própria

Para veículos e jornalistas, a finalidade de fiscalização e de fortalecimento da democracia também é bastante ressaltada, pois aparece em segundo lugar. Para eles, está embutido nessa finalidade o sentido de que ao jornalismo cabe denunciar e também cobrar a tomada de providência por parte das autoridades cabíveis. É no discurso dos jornalistas que se encontram alguns sujeitos com uma visão mais ampla de “poder”, indicando que ele não se refere somente a governos, mas sim a poderes no geral (empresas, organizações, movimentos, ONGs etc.).

Assim como o papel do jornalismo de promover a democracia é o mais apontado pelos teóricos, vemos que os três sujeitos mapeados dão destaque à contribuição que o jornalismo dá à democracia. A análise indica que, na percepção de veículos, jornalistas e leitores, sem o jornalismo a democracia não existiria da mesma forma no Brasil hoje.

Os sujeitos também percebem que dentre as três principais finalidades está que o jornalismo serve para **informar**. Na análise de veículos, jornalistas e leitores, apontei que há dois níveis de percepção sobre o papel de informar: a) como um processo finalístico, que possui um fim em si mesmo e não precisa ser explicado; b) como um processo qualificado, que deve cumprir certas exigências e distingue informação (e conteúdo) de *informação jornalística*.

O primeiro nível engloba o discurso de alguns jornalistas e leitores que tomam a informação como mera transmissão, como uma ação operacional. A compreensão que norteia o discurso nesse nível – e da qual eu discordo – é de que as informações estão “prontas” e o jornalista deve “apenas” relatar e informar, como se simples fosse e não necessitasse de predicativos para qualificar uma informação. Diz a jornalista Miriam Leitão: “A função primeira do jornalista é absolutamente simples: buscar e trazer informação”; “O jornalista é um pegador de notícia e um transmissor de notícia”. Dizem alguns leitores: “Jornalismo é relatar os fatos e deixar as pessoas pensarem sobre eles”; “JORNAL NÃO PENSA, INFORMA, RELATA OS FATOS!!! “vcs tem q dar a noticia e ponto”. Os veículos não apontaram essa compreensão meramente finalística sobre o papel de informar.

No segundo nível, processo qualificado – que é como entendo este “dever-ser” –, está presente o discurso dos três jornais e de alguns jornalistas e leitores, que constroem discursivamente o informar com predicativos, sem os quais se invalidaria classificar determinada informação como *jornalística*. Para os veículos, a informação deve ser exclusiva, útil, completa, de qualidade, correta, confiável e bem redigida. Para os

jornalistas, informar significa apresentar fatos úteis, com critérios de seleção, com precisão, com consistência, com originalidade. Para os leitores, a informação deve ser imparcial, objetiva, antecipada, em tempo, completa, isenta, clara, correta e verdadeira. O leitor afirma que o jornalismo deve prestar o serviço de dar ao leitor a possibilidade de ficar bem informado e interpela o jornalista a cumprir essa finalidade: “jornalista, trabalhe direito”.

O papel de **verificar a veracidade das informações** é percebido de forma diferente pelos sujeitos: aparece como um dos eixos importantes do discurso de *jornalistas e leitores*, mas está apagado na compreensão dos veículos. É esperado que grande parte dos jornalistas compreenda essa como uma finalidade do jornalismo: nesse papel eles se veem no processo de produção das notícias, conseguem materializar o desafio da sua atividade diária e valorizar o que “somente” eles têm mais condições de buscar. Num contexto de excesso de informações, é o que singulariza o porquê de se acessar um veículo *jornalístico* e não de outro tipo. Os jornalistas reconhecem que a capacidade de certificar informações é uma das vantagens que preservam em relação aos algoritmos: o jornalismo serve para *garantir* que a informação foi verificada. Essa finalidade reforça o que observei na análise: os jornalistas praticamente apagam o papel que os veículos cumprem no processo jornalístico, destacando o protagonismo dos jornalistas.

Se esse sentido é esperado do discurso dos jornalistas, já que faz parte de sua rotina profissional a verificação e checagem, por outro lado é bastante significativo e até surpreendente que o leitor tenha uma expectativa do jornalismo baseada na prática de verificação. O leitor está dizendo claramente: “a informação que eu recebo tem que ser verificada, precisa, exata; quero ter a certeza de que ela foi apurada e checada”, sob o risco de, se não for, “eu avaliar como leviano, mau jornalismo, ficção”. Os leitores estão dando um recado aos jornais de referência, que não incorporam esse valor claramente no seu discurso institucional.

A verdade, valor inestimável ao jornalismo e bastante discutido na teoria, é inexpressiva no discurso dos jornais: somente uma sequência discursiva da Folha e uma do Globo trazem esse sentido; o Estadão não o mencionou. Por que a verdade não é um valor fundamental no discurso dos diários de referência brasileiros? Minha percepção é de que essa lacuna seja resultado do apagamento da figura do jornalista no discurso dos veículos. Considerar como relevante essa finalidade exige considerar a apuração como

determinante; exige reconhecer a existência de um sujeito – o jornalista - que torna possível “buscar a verdade” por meio de procedimentos empreendidos cotidianamente. No entanto, os jornais praticamente apagam a figura dos jornalistas no discurso institucional, não os considerando como sujeitos ativos e fundamentais no processo de negociação de sentidos. Para os veículos, o jornalista é apenas aquele que deve aprender ou treinar para cumprir as funções estabelecidas pela linha editorial.

Além disso, os veículos parecem supor que a verdade é intrínseca a eles e talvez por isso ela possa ser apagada do discurso, na seguinte lógica: se jornalismo é verdade, e se os veículos são o jornalismo, então eles são a verdade. Ao mesmo tempo, é uma estratégia dos jornais: se eles enunciarem demais sobre a verdade, não terão como responder todas as vezes em que ela não for oferecida e for cobrada pelo público.

Apesar de *jornalistas e leitores* terem a mesma percepção em relação às quatro principais finalidades do jornalismo, merece ressalva a diferença deles sobre o papel de **selecionar o que é relevante**. Essa finalidade é uma das quatro mais importantes para os veículos e é significativa no discurso dos leitores (fica em quinto, mas as sequências discursivas quase empatam com o número da quarta finalidade). No entanto, não recebe destaque no discurso dos jornalistas.

Para os leitores, creio que essa finalidade seja significativa porque eles esperam que o jornalismo condense as informações principais, fazendo a seleção correta do que eles “devem” e “precisam” saber. Essa expectativa é indicada como algo que de fato os leitores devem exigir, pois está inscrita no contrato de comunicação jornalístico dos jornais de referência brasileiros – cumpram eles ou não, faz parte do “dever-ser” que eles buscam construir. Ao se posicionar sobre essa finalidade do jornalismo, o leitor discute constantemente a relevância das pautas, criticando os critérios para a escolha dos temas e também os enquadramentos utilizados para cobrir os assuntos.

Mas por que a finalidade de selecionar o que é relevante é tão importante para os veículos e não para os jornalistas, exatamente o contrário do papel de verificar a veracidade das informações? Minha hipótese é de que trazer para si o papel de selecionar coloca os jornais num lugar de importância e de necessidade – e os veículos afirmam constantemente nos seus discursos que querem se tornar imprescindíveis à vida do leitor. Diferentemente de verificar a veracidade das informações – que é um procedimento “externo”, demanda a ação ou presença do jornalista em algum lugar e então coloca o jornalista como central –, a função de selecionar o que é relevante é mais

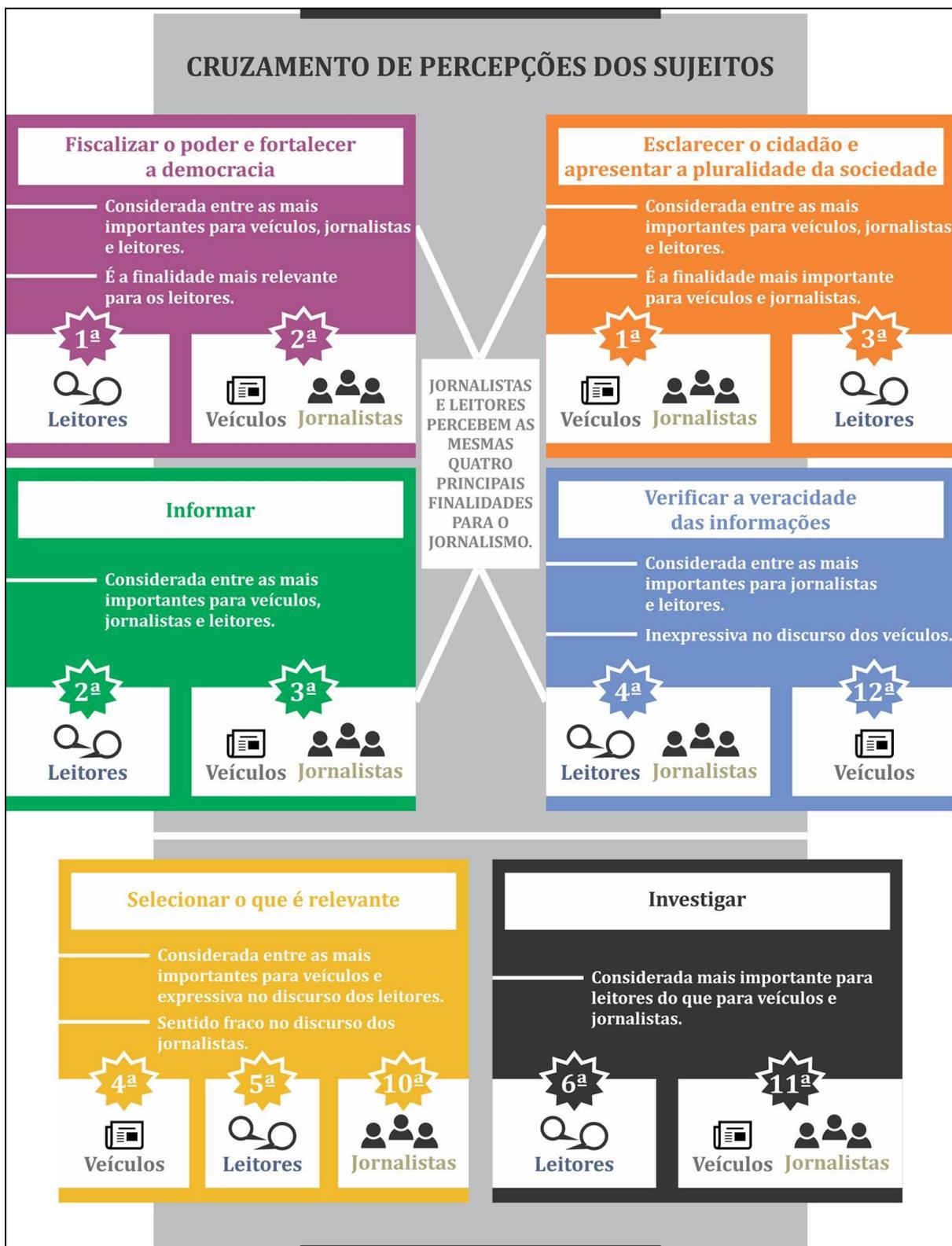
subjetiva e editorial. Afinal, os critérios de relevância não são estanques, variam conforme o veículo, o público e os contextos, fazendo com que os jornais tenham mais “poder de barganha” de decidir a relevância dos assuntos.

Em relação ao discurso dos jornalistas, minha impressão antes da análise era de que esse sentido seria bastante reiterado pelos profissionais em função de que ele valorizaria o papel do jornalista em meio ao excesso de informações. No entanto, os jornalistas analisados não dão grande importância à finalidade de selecionar. Penso que essa percepção possa ser resultado de que selecionar está mais sob poder do veículo, no sentido de que o jornalista faz a seleção, mas o critério de relevância já está internalizado e preestabelecido a partir da linha editorial do veículo – e o jornalista é socializado na política editorial da organização. Já a verificação está na alçada do jornalista, faz parte da sua rotina do trabalho e está intimamente relacionada ao valor central da profissão, que é a busca da verdade. Creio que essa possa ser uma das explicações para que verificar a veracidade das informações seja destaque no discurso dos jornalistas e inexpressiva no discurso dos veículos e para que selecionar o que é relevante seja mais importante para os veículos do que para os jornalistas.

Já a finalidade de **investigar** é importante para os *leitores* e pouco expressiva para veículos e jornalistas (somente o jornal Folha de S.Paulo e dois jornalistas consideraram esse sentido). Claro que é preciso lembrar que o papel de fiscalizar o poder – importante para os três sujeitos – requer que se investigue, então a investigação está implícita em alguns sentidos dessa finalidade. No entanto, o jornalismo deve investigar não só pautas ligadas ao poder, mas sim todos os tipos de pauta; só que, ao compreender o papel do jornalismo, todos os veículos e grande parte dos jornalistas relacionam a investigação quase sempre apenas à vigilância do governo. Os leitores também acionam esse sentido como fundamental, mas conseguem ir além e perceber o investigar como necessário em diferentes pautas – os leitores pedem investigação nos esportes, por exemplo. Para o leitor, é a finalidade de investigar que diferencia a parte informativa da opinativa num jornal e que garante um jornalismo questionador, “independente” e de boa qualidade. Acho surpreendente que não apareça no discurso dos jornalistas com força, mas fica claro que está no imaginário do leitor que o bom jornalismo é investigativo e ele espera que essa finalidade seja cumprida.

A Figura 21 resume esse cruzamento dos sentidos das finalidades mais representativas do discurso dos sujeitos.

Figura 21 - Principais cruzamentos das percepções dos sujeitos



Fonte: autoria própria

A finalidade de **fazer a mediação entre os fatos e o leitor**, bastante discutida nas reflexões teóricas sobre o jornalismo¹⁵⁶, não é expressiva no discurso dos sujeitos. Quando mencionada, a mediação aparece de forma bem pragmática, ligada apenas à acessibilidade da linguagem, ao didatismo, ao tratamento da linguagem especializada para torná-la mais acessível a diferentes públicos. São os jornalistas que têm uma compreensão um pouco mais problematizada sobre a mediação, sendo que, além de tratá-la como adaptação de linguagem, também a percebem no sentido de vinculação com a cidadania. Mesmo assim, a análise indica que, no geral, a mediação não é considerada pelos sujeitos da forma como a analisamos teoricamente. Acho que pode ser um resultado para a academia refletir: pontuamos na teoria a mediação no sentido do papel do jornalismo de construir conhecimento, mas no campo do fazer jornalístico as percepções não se concretizam desse modo.

O papel de **interpretar e analisar a realidade** é percebido praticamente da mesma maneira entre os três sujeitos, sendo necessário destacar que, dentre os veículos, o Estadão não o considerou no seu discurso institucional. Os sujeitos apontam que o jornalismo deve explicar a realidade, contextualizando as informações e tornando-as mais compreensíveis ao público.

A finalidade de **integrar e mobilizar as pessoas** é mais importante para os jornalistas do que para os veículos e os leitores. Para os jornalistas, esse papel reforça a imagem de que eles conseguem ajudar as pessoas a fazerem coisas em prol dos seus interesses, para ajudar a desenvolver a sociedade. Alguns jornalistas consideram importante que o jornalismo integre a nação e ajude a manter um espírito público. Já para veículos e leitores essa finalidade é irrelevante.

O leitor é o sujeito que mais reconhece a função de **registrar a história e construir memória**, apontando o papel do jornalismo de armazenar os acontecimentos que serão usados no futuro como um retrato de determinada época histórica. Para o leitor, os jornais podem ser utilizados de forma pedagógica nas escolas. Veículos e jornalistas apontam essa finalidade no sentido de que o jornalismo pode ajudar a escrever um período e vai ajudar no entendimento do que se passou no tempo que estamos vivendo.

¹⁵⁶ Como podemos ver em: Hall *et al* (1999); Schudson (1999); Medina (1982); Rodrigues, (1999); Kunczik (1997); Gomis (1991); Fontcuberta (1993); Berger (2003); Machado (2000b); Moretzsohn (2002); Sousa (2002); Travancas (2010).

O papel de **defender o cidadão** também é percebido praticamente da mesma forma no discurso dos sujeitos, e foi considerado quando veículos, jornalistas e leitores se referem ao papel do jornalismo de ajudar o cidadão no dia a dia, contribuindo para a “defesa” e “proteção” da sociedade. Eles dizem que o jornalismo é o “porta-voz” da sociedade, o “representante” dos interesses da maioria da população. Os jornalistas são os que mais problematizam essa finalidade e é o único eixo em que aparecem sujeitos criticando essa finalidade.

A função de **divertir** não apareceu nenhuma vez no discurso dos leitores e surgiu somente na fala de um jornalista, sendo insignificante nesses sujeitos. No entanto, é apontada nos veículos. Mesmo que sejam apenas quatro sequências discursivas, é preciso considerar que isso representa que dois jornais de referência brasileiros (Folha de S.Paulo e O Globo) consideram essa função como sendo do jornalismo e consideram que o jornal deve entreter e fazer o leitor dar risada.

A análise demonstra ainda que é a relação com o leitor que guia o jornalista e o veículo discursivamente: os leitores são uma instância de legitimação para que veículos e jornalistas cumpram as finalidades do jornalismo. A Folha de S.Paulo inclusive posiciona o leitor num lugar privilegiado em relação à informação: ele sabe avaliar “melhor do que os jornalistas”.

Outra conclusão da análise diz respeito ao avanço da tecnologia. Apesar de a correlação entre alterações tecnológicas e finalidades do jornalismo estar presente na produção teórica, no discurso dos veículos e no discurso dos jornalistas, o leitor praticamente não faz referência a essa questão. Para veículos e jornalistas, ressaltar esse tema pode ser uma estratégia para dizer ao público o quanto ele precisa do jornalismo. No entanto, o discurso dos leitores aponta que a exigência deles em relação às finalidades do jornalismo independe da plataforma.

A pesquisa revela também que os leitores sabem o que é jornalismo: as cinco principais finalidades para os leitores são exatamente a combinação das principais apontadas por veículos e jornalistas – finalidades que recebem grande destaque também na teoria. Além disso, o leitor tem expectativa em relação às finalidades: é o que espera e exige que o jornalismo cumpra. O leitor reafirma seu vínculo com o jornal sempre que encontra uma finalidade sendo cumprida, uma expectativa sua sendo alcançada. Do contrário, se sente “desrespeitado” e “frustrado”, ameaçando cortar o vínculo com o jornal.

O que veículos e jornalistas dizem se refere ao jornalismo *que pretendem exercer* ou *que gostariam que fosse percebido pelos outros como se fosse sua pretensão*. O que os leitores dizem faz referência ao jornalismo *que eles gostariam que existisse* e a imagem de si que *eles gostariam que fosse percebida pelos outros*. Quando os sujeitos dizem algo sobre o jornalismo, além do que dizem temos rastros também do lugar que esses sujeitos constroem para si mesmos enquanto veículos “responsáveis”, jornalistas “compromissados” e leitores “exigentes e críticos”.

Como já apresentei durante a análise, as percepções de veículos, jornalistas e leitores se dão em dois níveis: a) nível de **constatação** das finalidades do jornalismo – a percepção de um papel que eles observam que o jornalismo cumpre; b) nível de **dever-ser** – a percepção normativa de uma finalidade que eles julgam que o jornalismo deveria cumprir, mas não necessariamente cumpre. A seguir, trago a minha proposta de relação de finalidades do jornalismo, construída em um nível de compreensão de dever-ser do jornalismo.

7.3 Proposta de relação de finalidades do jornalismo

A partir da reflexão teórica e da análise do que dizem veículos, jornalistas e leitores, cheguei a uma proposta de que o jornalismo tem 12 finalidades a cumprir. O jornalismo deve servir para: a) informar de modo qualificado; b) investigar; c) verificar a veracidade das informações; d) interpretar e analisar a realidade; e) fazer a mediação entre os fatos e o leitor; f) selecionar o que é relevante; g) registrar a história e construir memória; h) ajudar a entender o mundo contemporâneo; i) integrar e mobilizar as pessoas; j) defender o cidadão; k) fiscalizar o poder e fortalecer a democracia; l) esclarecer o cidadão e apresentar a pluralidade da sociedade.

Essa proposta não insinua que todas as finalidades do jornalismo devam ser cumpridas na mesma pauta, mas sim que o jornalismo precisa buscar alcançar essas finalidades para continuar sendo jornalismo. Afinal, todos os dias jornalistas escrevem notícias e disponibilizam textos que são tomados como conhecimento por alguém. Tudo que o jornalismo faz vira público, é feito para um leitor que os jornalistas não conhecem. Essa atividade acarreta questões para a vida prática das pessoas e para a compreensão

de mundo que elas têm, então precisa ter compromissos; os veículos e jornalistas têm que fazer jornalismo com alguma finalidade: isso que faço serve para quê?

Além disso, considero que as finalidades estão entrelaçadas, elas não têm um sentido fechado em si mesmo. Por exemplo, para fiscalizar o poder e fortalecer a democracia, é necessário investigar; para bem informar, antes preciso selecionar o que é relevante; ao fazer a mediação entre os fatos e o leitor, posso contribuir para esclarecer o cidadão e apresentar a pluralidade da sociedade; ao integrar e mobilizar as pessoas, o jornalismo pode ajudar a fortalecer a democracia. Compreendendo que o discurso não é estanque, mas sim uma teia em que os significados vão sendo elaborados, a separação das finalidades do jornalismo serve para um esforço de sistematização da pesquisa, mas não para enquadrar que o sentido só se dá *desta forma*.

No meu posicionamento, o bom jornalismo é aquele que cumpre as finalidades. É a finalidade que rege o contrato de comunicação, que faz o jornalismo ser jornalismo. A informação jornalística qualifica a vida pública e é necessária: a democracia depende da qualidade do jornalismo, pois o jornalismo seleciona o que é relevante de ser visto, o que merece atenção, controla o que e quem tem visibilidade, visibiliza ou oculta problemas sociais. E, como a democracia não existe por si, mas sim precisa ser conquistada cotidianamente, o jornalismo deve exercer um papel que contribua, especialmente, para mostrar como a democracia funciona.

Nas finalidades que proponho, existem duas diferenças iniciais em relação ao que categorizei a partir da percepção dos sujeitos: a retirada do papel de **divertir** e o acréscimo da função de **ajudar a entender o mundo contemporâneo**.

Considero que divertir não é finalidade do jornalismo, não é para isso que ele serve, não é esse o papel que ele deve cumprir na sociedade. Ao se buscar divertir enquanto algo “*a priori*”, o jornalismo corre o risco da superficialidade e da fragmentação, excluindo as finalidades que o fazem ser jornalismo e não outra coisa. Concordo com Márcia Amaral (2006, p. 134), que diz que o entretenimento também informa, mas seu compromisso não é com a informação: “para falar em jornalismo, é preciso falar em informação para a cidadania, não para o entretenimento ou para o consumo”.

Fontcuberta (1993) aponta entreter como uma das finalidades do jornalismo, ao lado de informar, formar e tematizar, mas problematiza que a priorização cada vez maior dos aspectos comerciais pode implicar um progressivo abandono das funções

sociais de informar e formar e que, a partir daí, se potencializa a função de entreter a qualquer preço, o que em muitos casos implica a perda da responsabilidade social atribuída ao jornalismo.

Claro que uma das decorrências do jornalismo é que ele seja aprazível: temos prazer sensorial em folhear uma revista, em assistir a um programa ou uma matéria de TV bem produzidos, em percorrer uma reportagem multimídia com uma bela construção estética. Mas isso não significa que o propósito do jornalismo seja entreter e “fazer o público dar risada”. Considero que temas de entretenimento podem fazer parte da cobertura jornalística: também me informo no jornalismo sobre as séries da TV e sobre pautas de entretenimento, mas mesmo nessas pautas a finalidade do jornalismo não é divertir, mas sim informar de modo qualificado, esclarecer o cidadão e apresentar a pluralidade da sociedade, interpretar e analisar a realidade.

Também considero que o dispositivo pode alterar a concepção do que o público espera do jornalismo, então televisão e rádio propiciam o entretenimento no sentido de que as pessoas podem ouvir as informações como “pano de fundo” enquanto estão entretidas com outros afazeres, ao contrário da leitura implicada nos jornais impressos e digitais. Ou seja: as pessoas ocupam o tempo com o jornalismo e podem se divertir enquanto ouvem as notícias no rádio ou na televisão pelas manhãs, escovando os dentes, fazendo a barba ou tomando café. A diversão pode até ser uma *apropriação* que a audiência faz do jornalismo, mas não é uma finalidade a priori, não é para isso que se deve selecionar as pautas, apurá-las e buscar qualificar uma informação. Uma pessoa pode usar o jornalismo para várias finalidades, mas o meu trabalho discute o papel que o jornalismo **deve** desempenhar. Nesse “dever-ser”, acredito que o jornalismo deva qualificar a informação e nessa qualificação está o primor da linguagem (na composição de texto e imagem) e a fruição estética. Jornalismo não precisa ser “sisudo” e “chato”, mas precisa saber a que veio, para que serve e o que o leitor espera dele.

A seguir, apresento o Quadro 8 com o resumo das finalidades propostas pela tese e, na sequência, a minha problematização das definições de cada uma.

Quadro 8 - As finalidades do jornalismo propostas pela tese

Finalidade do jornalismo	Definição
Informar de modo qualificado	Fornecer para a sociedade a síntese dos principais acontecimentos; garantir o acesso de diferentes públicos a essa informação. Para ser qualificada, a informação deve ser atual, plural, verificada, relevante, correta, contextualizada, bem redigida.
Investigar	Investigar os fatos detalhadamente, fazer reportagem investigativa, procurar informação exclusiva, trazer o que não está visível.
Verificar a veracidade das informações	Apurar todos os dados e checar as informações para entregá-las ao público com correção e precisão; contribuir com a busca da “verdade” dos fatos.
Interpretar e analisar a realidade	Avaliar os fatos que acontecem e explicá-los de forma aprofundada à sociedade; contextualizar as informações, fazendo relações entre passado e presente, causas e consequências.
Fazer a mediação entre os fatos e o leitor	Fazer a mediação entre a origem da informação para que chegue bem fundamentada ao leitor; adaptar o discurso especializado em uma linguagem mais acessível ao leitor.
Selecionar o que é relevante	Eleger o panorama dos principais acontecimentos, que se tornam importantes por serem atuais, úteis e impactarem a vida pública e privada das pessoas; filtrar o que merece destaque e hierarquizar os ângulos que devem ser explorados.
Registrar a história e construir memória	Preservar a memória; documentar os fatos mais importantes que ajudam a sociedade a entender seu tempo agora e no futuro.

Ajudar a entender o mundo contemporâneo	Orientar o leitor sobre como viver no mundo contemporâneo e como dar sentido ao tempo presente.
Integrar e mobilizar as pessoas	Ajudar a sociedade a se mobilizar; estimular a participação cívica na vida pública; mobilizar o público em torno de causas cidadãs.
Defender o cidadão	Apresentar aos leitores os seus direitos; afirmar que os direitos devem ser cumpridos.
Fiscalizar o poder e fortalecer a democracia	Vigiar os poderes (não só o governo) e as instituições para observar se os procedimentos de conduta estão corretos ou não; revelar manobras ilegais e prejudiciais à sociedade; mostrar como a democracia se organiza para ajudar no funcionamento da vida pública.
Esclarecer o cidadão e apresentar a pluralidade da sociedade	Mostrar como o mundo funciona em toda a sua complexidade, diversidade e pluralidade; orientar o debate público; apresentar as problemáticas para que elas sejam discutidas na sociedade; ajudar o leitor a formar sua opinião.

Fonte: autoria própria

a) informar de modo qualificado

O jornalismo deve fornecer para a sociedade a síntese dos principais acontecimentos. Autores apontam que informar o público é o principal objetivo do jornalismo (FONTCUBERTA, 1993) e que se trata de um objetivo nobre (TRAQUINA, 2000). Kovach e Rosenstiel (2004) definem informar como transmitir o conhecimento indireto através do qual as pessoas podem formar as suas opiniões sobre o mundo.

Mas é preciso problematizar: não basta dizer que é papel do jornalismo informar. Que informação é essa? Defendo que se aponte a finalidade do jornalismo como informar *de modo qualificado* porque é preciso diferenciar informação e conteúdo de *informação jornalística*. Entender a finalidade de informar apenas como um processo finalístico é reduzir o papel do jornalismo.

Para afirmarmos que se trata de uma informação jornalística, é preciso que ela cumpra determinadas exigências. Para ser qualificada, a informação deve ser atual, plural, verificada, relevante, correta, contextualizada, bem redigida; deve ampliar o meu

conhecimento sobre algum tema específico e sobre o mundo para que eu possa atribuir sentido aos acontecimentos.

Breed aponta que “informar os cidadãos dos assuntos do momento” é uma necessidade prática e democrática de uma “imprensa livre e responsável” (BREED, 1999, p. 154). Ou seja, as pessoas necessitam de informações, e o jornalismo deve garantir o acesso de diferentes públicos a essa informação. O jornalismo deve prover à população a informação exata, honesta e completa à qual ela tem direito (CORNU, 1998).

b) investigar

O jornalismo deve investigar os fatos detalhadamente, procurando informações exclusivas e buscando apresentar o que não está visível, surpreendendo o leitor. Com as possibilidades trazidas pela tecnologia para apresentação de dados, o jornalismo pode apresentar documentos públicos para que os leitores acessem os originais e possam também fazer a inspeção e compreender o que foi investigado pelo jornalismo. Isso não substitui a explicação que o jornalista deve apresentar daquilo que investiga, mas pode complementar para assegurar ao leitor os procedimentos de investigação.

É preciso que a investigação não seja confundida com um jornalismo declaratório: o jornalista deve investigar e deve situar o que as falas e os fatos significam, hierarquizando os assuntos. A investigação serve para, numa perspectiva de interesse público, atribuir “significados e sentidos intelectualmente honestos ao que acontece e é relatado” (CHAPARRO, 2001, p. 41).

c) verificar a veracidade das informações

O jornalismo deve verificar a veracidade das informações, apurando todos os dados; deve checar as informações para entregá-las ao público com correção e precisão, contribuindo com a busca da “verdade” dos fatos. Entendo, assim, que a verificação *pode* contribuir com a busca da verdade, mas há diferenças conceituais entre as duas. Como apontam Kovach e Rosenstiel (2004), a verificação é uma disciplina; já a verdade é um valor que o jornalista tem que buscar: não sabe se a verdade existe ou não, mas é uma obrigação persegui-la.

No jornalismo, a objetividade está na verificação, nos dados concretos, apurados. A verificação engloba métodos pessoais para testar e fornecer a informação, como os citados por Kovach e Rosenstiel (2004): procurar várias testemunhas de um fato,

descobrir novas fontes, indagar sobre os vários lados de uma questão, avaliar se o fio condutor da história está suficientemente fundamentado, se nomes e títulos foram reconfirmados, se todos os envolvidos na história foram identificados e contatados para poderem dar sua versão, se todas as citações estão corretas, devidamente atribuídas e transmitem o que a pessoa quis dizer.

Kovach e Rosenstiel (2004, p. 24) apontam que a era digital não alterou a essência da função jornalística: “as técnicas podem ser diferentes, mas os princípios subjacentes são os mesmos: o primeiro dever do jornalista é a verificação”. Apesar disso, os autores entendem que, quanto mais os cidadãos são confrontados com um grande fluxo de dados, mais necessidade eles têm de que o jornalismo verifique essas informações, destacando o que é importante saber e filtrando o que não o é. Assim, entendo que a verificação assume um contorno de centralidade no contexto atual, em que existem muitas informações que circulam na sociedade, inclusive fornecidas pelas instituições em seus *sites* e perfis nas redes sociais. Quem é que vai checar se essas informações são verdadeiras ou não? O jornalismo. Essa é uma de suas finalidades.

Após cumprir a finalidade de selecionar o que é relevante, o jornalismo deve verificar a veracidade dessas informações e só publicar o que foi apurado. O leitor quer, exige e tem direito de só receber a informação que foi apurada. Não pode esperar que outras instâncias cumpram esse papel que não lhes cabe. Até porque o jornalismo deve se esforçar para manter o que o define: é a disciplina da verificação que separa o jornalismo do entretenimento, da propaganda, da ficção, da arte. “Apenas o jornalismo se concentra, em primeiro lugar, em apurar aquilo que **realmente aconteceu**” (KOVACH; ROSENSTIEL, 2004, p. 74, grifos meus). A produção de notícias apuradas é um dos elementos que fortalecem a credibilidade jornalística desde sempre: a crença de que a informação transmitida foi checada é um dos pressupostos da relação jornalista-sociedade.

Penso que há uma interligação dessa finalidade com a de selecionar o que é relevante porque, como aponta Moretzsohn (2002, p. 56), quando se propõe a “dizer a verdade”, o jornalismo precisa definir: a verdade sobre o quê – e portanto dizer o que é notícia.

d) interpretar e analisar a realidade

O jornalismo deve interpretar e analisar a realidade, avaliando os fatos que acontecem e explicando-os de forma aprofundada à sociedade. É seu papel contextualizar as informações, fazendo relações entre passado e presente, entre causas e consequências. O jornalismo “engrandece” a informação se trazer análise, acompanhada da remissão ao passado, interligação com outros fatos, incorporação do fato a uma tendência e sua projeção para o futuro (DINES, 2009).

Concordo com Schudson (2008), que afirma ser papel do jornalismo fornecer quadros coerentes de interpretação para ajudar os cidadãos a compreenderem um mundo complexo e para que o público saiba retirar de uma ocorrência todas as implicações que ela poderá ter. Especialmente num contexto de excesso de informações circulando, o jornalismo deve ajudar a analisar a realidade, garantindo sua importância na sociedade: “O jornalista só terá lugar se for capaz de enriquecer a informação que já está em circulação, de ajudar a traduzi-la, explicá-la, dar o seu contexto, dar o seu sentido profundo” (BUCCI, 2006).

O leitor nunca pode testemunhar todos os aspectos que constituem os acontecimentos, portanto não é novidade que o jornalismo seja necessário para ajudar a explicar o mundo. Mas essa responsabilidade cresceu com a complexificação da sociedade e das instituições que a compõem. Motta (2002) aponta que a complexidade das sociedades contemporâneas não permite a cada um interpretar coerentemente os acontecimentos, então é o jornalismo que necessariamente tem a missão de fazer as conexões e interpretar o que acontece. O jornalismo não é o único conhecimento a fazê-lo – pensemos, por exemplo, nas ciências políticas e na economia –, mas ocupa um lugar especial na interpretação da realidade social porque trata da atualidade e seu discurso está configurado por um valor de verdade.

O jornalismo deve cumprir o papel de interpretar e analisar a realidade porque não basta apresentar a singularidade dos fatos. É preciso contextualizar e inserir os fatos no quadro mais geral que explica as suas condições de existência, ou seja, é preciso tratar também do particular, como afirma Genro Filho (1987).

e) fazer a mediação entre os fatos e o leitor

O jornalismo deve fazer a mediação entre os fatos e o leitor, e ela pode se dar em dois níveis: a) adaptando o discurso especializado em uma linguagem acessível ao leitor; b) escolhendo a melhor forma de fundamentar a informação para que chegue ao leitor.

Na mediação pela linguagem, o jornalista deve formular as estratégias para que um assunto especializado seja compreendido por diferentes tipos de público, utilizando texto e imagem explicativos e claros. É função do jornalismo levar ao leitor, de forma clara e didática, assuntos complexos que lhe dizem respeito – por exemplo, temas importantes e áridos como economia e saúde. Em determinadas situações, como crises e catástrofes, o papel mediador do jornalista, transformando informação técnica e dispersa em informação acessível e concentrada, adquire alto nível de relevância, podendo significar a tomada de decisões pela população que dizem respeito à sua sobrevivência. A mediação pela linguagem não deve ser menosprezada; pelo contrário, é papel do jornalismo realizá-la.

No segundo nível, a mediação é entendida a partir de Moretzsohn (2002), que sugere que ela deve ser considerada na complexidade do processo de produção de sentido. Para a pesquisadora, é fundamental recuperar a importância do jornalista como mediador, porque o jornalismo cumpre um papel decisivo de mediação discursiva através da qual podemos tomar conhecimento do que ocorre no mundo (MORETZSOHN, 2002). O jornalista deve criar estratégias para que os fatos cheguem ao leitor, pensando: que fatos são esses que devo divulgar e como devo contá-los para que sejam compreendidos pelo leitor? É quando os jornalistas funcionam como “elos entre distintos universos de significação”, intermediando as relações entre diversos grupos e categorias sociais, já que a vida em sociedade se dá através das diferenças (TRAVANCAS, 2010, p. 85).

É fundamental que o jornalismo faça a mediação porque ele faz transitar discursos de outros campos e, para que o jornalismo cumpra suas outras finalidades, é crucial que ele faça a tradução desses discursos. Ao cumprir a finalidade de fazer a mediação entre os fatos e o leitor, o jornalismo possibilita que o leitor tenha acesso a informações de fontes que não teria como contatar, a dados que o auxiliem a resolver questões do seu cotidiano, a discussões que o ajudem a pensar. Para Moretzsohn (2007, 2014), é preciso o reconhecimento social do papel de mediador do jornalista, pois é essa função que legitima socialmente determinada informação e impõe procedimentos

necessários para que se lhe exija a credibilidade¹⁵⁷. As análises da pesquisadora levam a crer que o papel de mediador investe de responsabilidade o trabalho do jornalista e pode ser a resposta sobre o porquê de o público posicionar o jornalista de forma singular na sociedade:

Por que, quando um jornalista chega diante de alguém e faz uma pergunta, essa pessoa responde? Pode responder mentindo, omitindo, dissimulando, com raiva ou irritação, pode mesmo esquivar-se com um ‘nada a declarar’, que entretanto será sempre uma resposta. Por que responde, em vez de simplesmente ignorar a presença do repórter? (MORETZSOHN, 2007, p. 137, grifos da autora).

A mediação é ainda mais necessária num contexto de excesso de informações. Serra (2003, p. 45) afirma que a internet reforça a necessidade de mediação do jornalismo, contrariamente “à ideia de que a web dispensaria toda e qualquer mediação humana em relação à informação – e, nomeadamente, a mediação desse mediador por excelência das sociedades modernas que é o jornalista”.

Como expliquei, as funções do jornalismo estão interligadas. É o caso da mediação, que Schudson (2008) alia à interpretação, apontando que ao cumprir essas duas finalidades o jornalista descodifica a informação e a contextualiza, papel extremamente necessário num cenário de informações abundantes.

É verdade que temos acesso a possibilidades infinitas de informação, mas **continuamos a precisar de intérpretes, de mediadores que descodifiquem a informação fragmentada que nos chega e que a coloquem em contexto.** Precisamos desesperadamente de que alguém lhe atribua sentido. As pessoas têm sede de contexto, de linhas que as orientem neste mundo de informação acessível e fragmentada (SCHUDSON, 2008, p. 179, grifos meus).

Silva (2010, p. 12) também toma a mediação como uma necessidade, ao dizer que precisamos do jornalismo como uma “construção avançada e indispensável da realidade”: a avaliação é de que “eu sou capaz de conhecer a realidade, mas há dispositivos especializados em apresentar a realidade e para tanto bem mais aparatados do que a minha compreensão individualizada e limitada”.

¹⁵⁷ É importante a pontuação de Moretzsohn (2007) de que é preciso discutir os limites para a atuação do jornalista. A pesquisadora avalia que a qualificação do jornalista como mediador conforma determinados procedimentos, como a câmera oculta, no suposto argumento de que está atuando em nome dos deveres do exercício profissional e do interesse da sociedade. É por estar investido desse papel de mediador que o jornalista “se credencia a estar onde o público não pode estar, e por isso pode obter as informações de que esse público (supostamente) necessita” (p. 146).

f) selecionar o que é relevante

O jornalismo deve selecionar o que é relevante, elegendo o panorama dos principais acontecimentos. Deve filtrar o que merece destaque e hierarquizar os ângulos a serem explorados. Entendendo que é difícil dizer o que o público tem “o direito de saber” e o que pode ou deve ser ocultado (MORETZSOHN, 2002, p. 60), para apontar essa finalidade é preciso que se defina um conceito de relevância.

A relevância se constrói na relação entre jornalismo e público: ao mesmo tempo em que é um valor-notícia presente no processo de seleção e construção da notícia (TRAQUINA, 2002), também é constituída pela percepção da audiência conforme seus interesses, identificações sociais e sentimentos de proximidade (DALMASO, 2015). O aspecto da relevância (ou importância) é um dos “demarcadores fundamentais da noticiabilidade”, na medida em que orienta veículos, jornalistas e leitores a “perceber ou atribuir, a um evento, um caráter imperativo para que se torne notícia e tenha, portanto, existência pública” (FRANCISCATO, 2003, p. 298).

O que é importante de ser noticiado depende, portanto, do tipo de veículo e do segmento ao qual se destina. Entendo que as informações se *tornam* relevantes principalmente por alguns critérios: serem atuais, úteis e impactarem a vida pública e privada das pessoas.

A relevância é construída na produção jornalística e, ao interpretar e analisar a realidade e fazer adequadamente a mediação entre o fato e o leitor, o jornalista tem condições de apresentar ao público o porquê de aquela pauta ser significativa para a vida dele. Como apontam Kovach e Rosenstiel (2004), os jornalistas devem tornar interessante e relevante aquilo que é significativo.

Jornalismo é contar histórias com uma finalidade. Essa finalidade é facultar às pessoas a informação de que precisam para compreenderem o mundo que as rodeia. **O primeiro desafio é encontrar a informação de que as pessoas necessitam para viverem as suas vidas. O segundo é conferir-lhe um significado e torná-la relevante e envolvente.** O envolvimento está subjacente ao compromisso do jornalista para com a cidadania. [...] A responsabilidade de um jornalista não é apenas fornecer informação, mas fornecê-la de forma a que as pessoas lhe prestem atenção (KOVACH; ROSENSTIEL, 2004, p. 153, grifos meus).

Para entender a responsabilidade do jornalismo ao cumprir essa finalidade, é preciso atentar para o fato de que o jornalismo tanto seleciona o que é relevante (dever-ser, a priori) como dá relevância àquilo que seleciona (efeito). “Ao dar visibilidade

pública a determinados fatos, a instituição jornalística não só mostra ao seu 'leitor' que certos conteúdos possuem sentido de relevância para a vida social, mas também investe um sentido de relevância para estes eventos" (FRANCISCATO, 2003, p. 45, grifos do autor).

g) registrar a história e construir memória

O jornalismo deve preservar a memória, documentando os fatos mais importantes que ajudam a sociedade a entender seu tempo agora e no futuro. O jornalismo se torna um instrumento a quem quer investigar e interpretar determinada época (JOBIM, 1957), podendo ser usado em escolas, bibliotecas, museus para quem pesquisa sobre um período histórico. Quando os jornais disponibilizam os acervos digitais de seus exemplares, apresentam registros da história e uma memória que o jornalismo ajuda a construir. Para Dines (2009), o jornalismo é a memória da sociedade.

O jornalismo não só deve cumprir essa finalidade como deve abarcar esse sentido no seu discurso, mostrando as relações que os acontecimentos atuais têm com o passado. O papel do jornalismo de registrar a história reforça o compromisso ético de buscar a verdade dos fatos e respeitar a processualidade dos acontecimentos, pois algumas décadas depois, quando historiadores revisarem a cobertura jornalística de fatos passados, a legitimidade e credibilidade do jornalismo poderão ser colocadas sob questionamento.

h) ajudar a entender o mundo contemporâneo

O jornalismo deve ajudar o leitor a entender seu tempo, orientando-o sobre como viver no mundo contemporâneo e como dar sentido ao tempo presente. É finalidade do jornalismo mostrar ao homem como é o mundo de sua época, e para isso ele precisa narrar a atualidade em sua complexidade. O sentido do que é contemporâneo está relacionado ao passado, e por isso não basta mostrar tendências do que é "moderno" e de como deve viver aquele que quer estar de acordo com o "espírito do tempo" – não é disso que se trata essa finalidade. Entender o contemporâneo e dar sentido ao presente é permitir que o leitor tenha acesso a como funciona o mundo em que ele vive. É assim que o jornalismo oferece o presente social (GOMIS, 1991) e produz conteúdos que oferecem a uma coletividade modos específicos de vivenciar situações num tempo presente (FRANCISCATO, 2005).

O jornalismo também tem como função organizar a experiência temporal subjetiva do leitor (BENETTI, 2010), já que temos necessidade de desenvolver recursos simbólicos para ordenar a experiência do presente que vivemos (FRANCISCATO, 2005). Além da própria rotina de apropriação do jornalismo que cada leitor pode estabelecer, e que está prevista no modo de organização e disposição do discurso jornalístico, alguns acontecimentos tornam-se referências temporais que são retomadas, construindo demarcações pelas quais um grande grupo de pessoas partilha significados – por exemplo, o 11 de Setembro, o primeiro bebê do primeiro dia do ano, a final da Copa do Mundo.

O que diferencia essa finalidade da de registrar história e construir memória é a singularidade de abarcar o papel do jornalismo de fornecer índices temporais para os sujeitos, estabelecendo os saberes dignos de serem denominados contemporâneos e o sistema de valores hegemônicos (BENETTI, 2010). Ao registrar história e construir memória, o jornalismo marca um tempo e, ao ajudar a entender o tempo contemporâneo, o jornalismo indica definições temporais sobre modos de viver o presente (FRANCISCATO, 2005).

i) integrar e mobilizar as pessoas

O jornalismo deve ajudar a sociedade a se mobilizar para estimular a participação cívica na vida pública, não no sentido de mobilização partidária (SCHUDSON, 2008), e sim para a ação política (PARK, 2008b). É papel do jornalismo transmitir informação para ajudar as pessoas a se integrar e viver a vida de sua comunidade (BOND, 1959). O jornalismo deve alertar o público para temas que faz as pessoas pensarem e possam estimular mobilização, como por exemplo denunciar práticas incorretas (KOVACH; ROSENSTIEL, 2004).

Entendo que é função do jornalismo integrar e mobilizar a comunidade em pautas que dizem respeito aos direitos civis e à defesa da democracia. Cabe ao jornalismo mobilizar o público em torno das causas cidadãs, que possam gerar o engajamento da população, e que não estejam subordinadas a interesses privados ou econômicos.

j) defender o cidadão

O jornalismo deve defender o cidadão, apresentando aos leitores os seus direitos e afirmando que eles devem ser cumpridos.

À finalidade de defender o cidadão muitas vezes é atrelada a compreensão do jornalista como porta-voz do público. No entanto, penso que esse não seja papel do jornalismo – apesar de o jornalismo se transformar em um “balcão de reclamações” dos leitores em muitas pautas. Creio que os problemas de buracos na rua, atendimento de telefonia ou de empresas de carro, por exemplo, não devem ganhar espaço no jornalismo em seções de reclamação – em que o jornal atua como um advogado que defende o cliente, buscando junto à empresa a resposta que o leitor não obteve. Em vez de solucionar um caso ou dois, o jornalismo deve transformar os casos em pauta, investigar as empresas ou o poder público e informar qualificadamente. Isso é defender o cidadão.

Há uma peculiaridade importante nessa finalidade do jornalismo. Não se pode ignorar que o jornalismo pode, sim, fazer a diferença em determinadas pautas de interesse público. Considero que existem temas que abordam direitos civis – como racismo, violência de diversas ordens, pedofilia, exploração sexual – e que exigem que o jornalista não seja imparcial. São práticas inaceitáveis, que violam direitos constitucionais e que o jornalismo, ao abordá-las, não tem apenas o papel de relatar esses fatos, mas deve buscar um tipo de angulação que vá além, que faça a crítica e ajude na discussão e mobilização social.

k) fiscalizar o poder e fortalecer a democracia

O jornalismo deve vigiar os poderes e as instituições para observar se os procedimentos de conduta estão corretos ou não; deve revelar manobras ilegais e prejudiciais à sociedade. O jornalismo também precisa mostrar como a democracia se organiza para ajudar no funcionamento da vida pública e contribuir para formar os leitores para decisões políticas.

Ferreira (2011) entende que a importância e a natureza das funções do jornalismo nas sociedades democráticas são mutáveis ao longo do tempo e variam conforme as particularidades de cada democracia. O autor propõe, assim, que o jornalismo deva cumprir o papel de pressionar as instituições às quais compete a

aplicação dos requisitos – legais e outros – necessários à existência da deliberação democrática – nomeadamente os órgãos do poder político.

Ao jornalismo enquanto instituição social caberá o papel de identificar questões de relevância pública que estejam a ser ignoradas por parte das instâncias de governação, para que mecanismos como ‘pressões editoriais’ possam ser aplicados sobre as instituições estatais, fomentando a criação de comissões apartidárias e agindo no sentido da libertação de recursos públicos que promovam a deliberação (FERREIRA, 2011, p. 75).

Acrescento que o princípio de vigilância abrange mais do que o controle do governo, alargando-se a todas as instituições da sociedade (KOVACH; ROSENSTIEL, 2004). O trabalho dos jornalistas é monitorar não só quem detém o poder político, mas também as Organizações Não-Governamentais e sem fins lucrativos, empresas e instituições que detenham poder, e inclusive “o debate público, cada vez mais vasto, que as novas tecnologias estão a proporcionar” (KOVACH; ROSENSTIEL, 2004, p. 133).

Charaudeau (2007) problematiza que o jornalista se apresenta como revelador da informação oculta, assumindo o papel de adversário dos poderes constituídos e de aliado do público, procedendo a interrogatórios, instruindo questões, aspirando aos papéis de juiz ou de detetive. Considero que o jornalismo tem sim a finalidade de fiscalizar o poder, mas não pode e não deve substituir as instituições. Jornalismo não é Polícia Federal, não é Ministério Público, não é Supremo Tribunal Federal, tampouco pode julgar as pessoas ou fazer condenações.

Kovach e Rosenstiel (2004) assinalam que a fiscalização do poder implica não só pautas negativas, mas sim tornar transparentes a gestão e a aplicação do poder, ajudando as pessoas a entender os efeitos desse poder.

Obviamente, isto implica que a imprensa reconheça quando as instituições de poder estão a trabalhar eficazmente e quando não estão. Como pode a imprensa pretender controlar os poderosos, se não ilustrar os casos de sucesso tal como ilustra os fracassos? As críticas intermináveis acabam por perder o significado e o público deixa de ter como distinguir o positivo do negativo (KOVACH; ROSENSTIEL, 2004, p. 117).

Cumprir essa finalidade exige um sério investimento de recursos, um desejo de cobrir preocupações sérias e a independência de interesses. Mesmo que possa ser associada a outras finalidades do jornalismo, os autores definem que a função de fiscalização é única. É a atividade de vigiar os poderes que garante o fortalecimento da democracia.

I) esclarecer o cidadão e apresentar a pluralidade da sociedade

O jornalismo deve mostrar ao leitor como o mundo funciona em toda a sua complexidade, diversidade e pluralidade; deve orientar o debate público; apresentar as problemáticas para que elas sejam discutidas na sociedade; ajudar o leitor a formar sua opinião. Entendo que o esclarecimento só ocorre de forma interligada com a apresentação da pluralidade da sociedade: o jornalismo só consegue promover o esclarecimento no sentido iluminista do termo quando apresenta ao leitor que o mundo é mais complexo do que ele imagina. Se o jornalismo mostra sempre as mesmas pautas, parece que o mundo é sempre do mesmo jeito. Trazer a complexidade do mundo ajuda na formação da cidadania e na formação de uma opinião pública crítica, esclarecida e atuante.

A finalidade de esclarecer o cidadão e apresentar a pluralidade da sociedade deve ser cumprida no espaço informativo e também no opinativo. Apenas a pluralidade de perspectivas de enunciação – ou seja, vozes sociais de fato diferentes, e não apenas indivíduos diferentes – pode configurar o jornalismo como um campo plural e representativo da diversidade social (BENETTI, 2006).

Na parte informativa, não há como o jornalismo qualificado tratar de um assunto complexo, como uma crise política por exemplo, falando com apenas uma fonte – ou com várias fontes que apresentem o mesmo ponto de vista¹⁵⁸. Para apresentar a pluralidade da sociedade, o jornalismo deve também contextualizar as informações para que possa construir conhecimento acerca dos aspectos da realidade (GENRO FILHO, 1987). O jornalista deve inserir o singular em um contexto e explicá-lo para o leitor, construindo sentidos sobre como o mundo funciona, estabelece valores e prioridades.

Na parte opinativa, trazer a pluralidade da sociedade não significa contratar uma vitrine de opiniões, com um time de colunistas que opinam sobre diversos assuntos. O jornal deve trazer diversidade de pontos de vista, com críticas e análises qualificadas porque o jornal não se abstém de suas finalidades ao dar voz aos colunistas, continua tendo responsabilidade por aquele conteúdo. Por ser um espaço opinativo, não precisa ser reflexo da linha editorial – e o leitor sabe disso. Mas pluralidade não pode ser pretexto para que o veículo se abstenha dos compromissos jornalísticos – como o de informar de modo qualificado.

¹⁵⁸ Se o discurso é constitutivamente dialógico, o fato é que ele não é necessariamente polifônico (BENETTI, 2008a), pois um grande número de vozes não indica polifonia, visto que tais falas podem estar configuradas a partir do mesmo ponto de vista.

O jornalismo deve mostrar assuntos complexos para que eles sejam discutidos pela sociedade, entrem no debate público e não sejam tomados como “desvio”, ou seja, excluídos da agenda pública¹⁵⁹ (HALLIN *apud* TRAQUINA, 2002)¹⁶⁰. O jornalismo tem a obrigação de apresentar as diversidades da sociedade para não correr o risco de, como problematizam Hall *et al* (1999), negar as discrepâncias estruturais importantes entre diferentes grupos e apresentar apenas os pontos de vista “consensuais”, que representam a sociedade como se não existissem importantes conflitos de interesse entre classes e grupos¹⁶¹.

A apresentação e reflexão sobre as 12 finalidades do jornalismo propostas pela tese – informar de modo qualificado; investigar; verificar a veracidade das informações; interpretar e analisar a realidade; fazer a mediação entre os fatos e o leitor; selecionar o que é relevante; registrar a história e construir memória; ajudar a entender o mundo contemporâneo; integrar e mobilizar as pessoas; defender o cidadão; fiscalizar o poder e fortalecer a democracia; esclarecer o cidadão e apresentar a pluralidade da sociedade – podem ajudar em outros estudos do campo do jornalismo e também para que jornalistas reflitam sobre o seu papel na sociedade. A seguir, trago as considerações finais para fechar esta tese.

¹⁵⁹ Para Hallin (*apud* TRAQUINA, 2002), existem três esferas do mundo do jornalista: consenso, controvérsia e desvio. Na esfera do consenso, são apresentados os valores consensuais da sociedade, que não são vistos pelos jornalistas como controversos (pátria, maternidade, liberdade). Na esfera da controvérsia, estão os temas controversos e os jornalistas apresentam os dois lados da questão para apresentá-los. Na esfera do desvio, estão os atores e os pontos de vista políticos que os jornalistas e os valores dominantes rejeitam como marginais.

¹⁶⁰ HALLIN, Daniel. **The "Uncensored War":** the media and Vietnam. Berkeley: University of California Press, 1986.

¹⁶¹ “Existimos como membros de uma sociedade porque – é suposto – partilhamos uma quantidade comum de conhecimentos culturais com os nossos semelhantes; temos acesso aos mesmos ‘mapas de significados’. [...] Neste ponto de vista, o que nos une, como uma sociedade e cultura – o seu lado consensual –, ultrapassa em muito o que nos divide e distingue como grupos ou classes de grupos. [...] Em anos recentes, contudo, este facto cultural básico da sociedade tem sido elevado a um nível ideológico extremo. Porque ocupamos a mesma sociedade e pertencemos mais ou menos à mesma ‘cultura’ supõe-se que haja, basicamente, uma única perspectiva dos acontecimentos: a que é fornecida por o que é algumas vezes chamada a cultura, ou (por alguns sociólogos) o ‘sistema central de valores’” (HALL *et al*, 1999, p. 226, grifo dos autores).

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

*"Nenhuma página
jamais foi limpa.
Mesmo a mais Saara,
ártica, significa.
Nunca houve isso,
uma página em branco.
No fundo, todas gritam,
pálidas de tanto".
(Paulo Leminski)*

Este encerramento não irá repetir todas as conclusões da tese, que estão no capítulo anterior. Nas considerações finais, quero ressaltar o eixo do trabalho, fazendo uma costura entre o que estava proposto e o que considero alcançado. Trabalhei nesta tese no âmbito da **expectativa** e da **percepção sobre as finalidades do jornalismo**. Escolhi abordar esse tema por meio do que veículos, jornalistas e leitores dizem sobre as finalidades do jornalismo. A pesquisa foi construída a partir da análise do discurso em três eixos, cada um exigindo um tipo de representatividade e uma discussão teórica específica: a) dos três maiores jornais de referência brasileiros (Folha de S.Paulo, O Globo e O Estado de S. Paulo), b) de 85 jornalistas brasileiros; c) de 250 leitores.

Esse recorte implicou diversos desafios metodológicos e inúmeras escolhas teóricas, que compõem o que Lago (2006) define como "atitudes de pesquisa". Ao optar por trabalhar com os três principais sujeitos envolvidos no contrato de comunicação jornalístico, assumi correr o risco de pecar pelo não aprofundamento de cada sujeito individualmente, a fim de alcançar a meta maior de olhar para esse tema de forma ampla.

Função, papel social, objetivo, missão, necessidade, dever, obrigação, responsabilidade. Essas são algumas das formas utilizadas pelos sujeitos para se referir ao que optei por chamar de **finalidade** do jornalismo, a partir da nomeação de Charaudeau (2007) à condição do contrato de comunicação que responde o "para quem se diz". Isso mostra como a leitura do discurso é complexa. Afinal, não é de forma clara que os sentidos vão sendo encontrados no discurso dos sujeitos. O leitor não diz "para mim, a finalidade do jornalismo é esta". É o analista que deve estar atento para fazer a leitura do que os sujeitos dizem e, a cada frase encontrada, avaliar se ela de fato diz respeito ao recorte da pesquisa. Quando um leitor faz a crítica do que o jornalismo não fez bem, por

exemplo, ele – em certas situações – está apontando o que espera do jornalismo, está elaborando sentidos sobre o que o bom jornalismo deve fazer; está, assim, dizendo para que serve o jornalismo na sua percepção. Portanto, o movimento de análise do discurso implica muitos desafios.

Um desses grandes desafios é saber que retratamos um mundo em movimento e tentamos “paralisá-lo”, captar um *framing* para que possamos analisá-lo. Analisar um discurso é congelar um instante e buscar, incessantemente, explicá-lo à luz da problemática da pesquisa.

Analisar um discurso não é dizer o que ele significa, e sim compreender como ele funciona para que possa significar. Para agarrá-lo como objeto, é preciso agir a partir de uma verdade: o que tenho aqui, enunciado por alguém, é a marca de um instante. Congelo este instante e o retiro de seu lugar original, recrio seu contexto, observo seus sujeitos falantes, situo tudo isso em um gênero. Então posso desmembrar, aproximar, ponderar, inferir e, se tiver algum sucesso, explicar (BENETTI, 2012, p. 149-150).

Após percorrer inúmeras referências teóricas, desde a primeira tese sobre jornalismo apresentada em uma universidade, organizei um mapeamento do que os autores dizem sobre as finalidades do jornalismo. Fazer essa busca resultou em um passeio pela história do jornalismo e das teorias do campo, porque essa discussão estava “espalhada” e poderia estar “em qualquer lugar”: em livros os mais diversos, dos mais inúmeros temas, havia teóricos discutindo e apontando o papel do jornalismo na sociedade. Parti de alguns autores clássicos, em que já sabia que encontraria essa discussão, e então de livro em livro fui constituindo uma teia de autores que discutem o meu tema de tese. Surpreendi-me ao encontrar discussões que soam muito atuais em textos basilares e me espantei ao ver que algumas finalidades bastante debatidas hoje (como a de investigar) não receberam tanto destaque na teoria do campo desde os textos mais seminais.

Ao finalizar esta pesquisa, concluo que foi alcançado o objetivo de compreender como os principais sujeitos participantes do contrato de comunicação jornalístico (veículos, jornalistas e leitores) percebem as finalidades do jornalismo. Após a apresentação das finalidades do jornalismo segundo a teoria (capítulo 2) e da construção metodológica (capítulo 3), identifiquei o que o discurso institucional dos veículos estabelece como finalidades a serem exercidas pelo jornalismo e os lugares que concede a jornalistas e leitores (capítulo 4); analisei o que os jornalistas definem como finalidades e que expectativas depositam nas organizações e nos leitores (capítulo 5);

mapeei a expectativa dos leitores sobre as finalidades e as imagens que possuem dos outros sujeitos (capítulo 6); sistematizei as finalidades do jornalismo, cruzando as percepções dos sujeitos com a revisão teórica (capítulo 7).

Após este percurso, a tese chegou a **dois tipos de resultados**. Um, de caráter empírico, deriva da análise do material discursivo dos três sujeitos: **o que veículos, jornalistas e leitores dizem sobre as finalidades do jornalismo** – como aponta o título deste trabalho. No discurso dos sujeitos, encontrei as seguintes finalidades do jornalismo: a) fiscalizar o poder e fortalecer a democracia; b) informar; c) esclarecer o cidadão e apresentar a pluralidade da sociedade; d) verificar a veracidade das informações; e) selecionar o que é relevante; f) investigar; g) registrar história e construir memória; h) interpretar e analisar a realidade; i) defender o cidadão; j) fazer a mediação entre os fatos e o leitor; k) integrar e mobilizar as pessoas; l) divertir (finalidade só considerada por veículos e jornalistas, não por leitores). Obviamente, as percepções advindas da análise não podem ser tomadas como se fossem as de todos os veículos, jornalistas e leitores, mas esta é uma questão para qualquer pesquisa. O que trago é um resultado significativo de *como falam os sujeitos que falam*.

Outro resultado, de caráter teórico, se desdobra em dois: o primeiro é a elaboração de um quadro com a síntese das finalidades do jornalismo segundo os autores consultados (apresentado no capítulo 7); o segundo é a **formulação de uma proposta das finalidades do jornalismo**. Cheguei a uma proposta de que o jornalismo tem 12 finalidades a cumprir. Na minha perspectiva, o jornalismo deve servir para: a) informar de modo qualificado; b) investigar; c) verificar a veracidade das informações; d) interpretar e analisar a realidade; e) fazer a mediação entre os fatos e o leitor; f) selecionar o que é relevante; g) registrar a história e construir memória; h) ajudar a entender o mundo contemporâneo; i) integrar e mobilizar as pessoas; j) defender o cidadão; k) fiscalizar o poder e fortalecer a democracia; l) esclarecer o cidadão e apresentar a pluralidade da sociedade.

Para que essas finalidades propostas pela tese possam ser apropriadas por outras pesquisas, é fundamental que não se perca de vista a noção do contrato de comunicação jornalístico. É ele que fundamenta a compreensão de que é preciso o reconhecimento dos sujeitos sobre o que é jornalismo. A tese procurou mostrar isto do início ao fim: o jornalismo, como discurso, só acontece na relação entre sujeitos – que têm expectativas sobre seu próprio lugar e o lugar do outro. Se um pesquisador for trabalhar com um

objeto empírico e problematizar as finalidades do jornalismo, é preciso pensar nos elementos que compõem o contrato (CHARAUDEAU, 2007): identidade (quem diz e para quem), propósito (o que se diz), circunstâncias (em que condições se diz) e dados internos que se referem à enunciação (como se diz), os quais são regidos pela condição de finalidade (para quem se diz). Ou seja, é imprescindível se guiar pela perspectiva de que as finalidades do jornalismo são moldadas por vários elementos: dependem do tipo de publicação ao qual se referem – e, portanto, do tipo de público e do dispositivo, por exemplo. Os veículos jornalísticos têm obrigações específicas conforme o meio em que circulam, conforme os valores de sua organização, de acordo com as estruturas que condicionam a produção e são regidas pelo público, e assim por diante. São questões que, para se aplicar a proposta de finalidades do jornalismo, devem ser levadas em consideração em futuros estudos.

Esta pesquisa, iniciada anos antes com muitas dúvidas, me trouxe respostas (e, claro, também novos questionamentos) que agora guiam a minha própria expectativa em relação a como o jornalismo deve ser. É de que ordem a relação das finalidades do jornalismo no âmbito do dever-ser com as finalidades efetivamente cumpridas? Como essas finalidades funcionam, constrangidas por um campo jornalístico sempre tensionado? O lugar de fala do jornalista – de veículo de referência ou alternativo, repórter, colunista, chefe de redação – influencia na percepção que ele tem sobre a finalidade do jornalismo? O que os jornalistas pensam da relação com os leitores? Como podemos aprofundar a reflexão sobre o apagamento da figura do jornalista no discurso dos veículos? Quais as implicações da falta de incidência da finalidade de investigar no discurso dos jornalistas? São alguns dos questionamentos que ficam para serem estudados em futuras pesquisas.

Não é incomum ouvirmos que o jornalismo reduziu seu papel na atualidade. Eu discordo. O que esta pesquisa me mostrou é que o jornalismo tem muitas finalidades a cumprir. Aliás, é isso que os leitores não só querem, como de fato exigem dele e tem o direito de exigí-lo. Se os veículos e os jornalistas efetivamente cumprem essas finalidades é um questionamento que fica para ser respondido por outras pesquisas, que inclusive podem partir das finalidades propostas aqui. O sentido desta tese é pensar no “dever-ser” do jornalismo, e muitas vezes me questionei o quão idealizada era essa compreensão. Concluí que as finalidades do jornalismo não são um devaneio, uma idealização ou uma fabulação, e sim o eixo definidor de uma atividade que tem um

compromisso ético e um papel social a desempenhar e que não pode ser substituído por outra instituição.

Não é que o jornalismo precise sempre, em todas as pautas, cumprir todas as finalidades que propus para finalizar esta tese. Mas ele precisa, sim, tê-las como horizonte para continuar sendo importante e necessário. Se não cumpri-las, o jornalismo corre o risco de perder leitores, de perder qualidade, de perder o que o singulariza enquanto gênero discursivo. Corre o risco de, em última análise, deixar de ser jornalismo.

9. REFERÊNCIAS

- ABREU, Alzira Alves de. Elas ocuparam as redações. In: ABREU, Alzira Alves de; ROCHA, Dora (org.). **Elas ocuparam as redações: depoimentos ao CPDOC**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.
- ABREU, Alzira Alves de; ROCHA, Dora (org.). **Elas ocuparam as redações: depoimentos ao CPDOC**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.
- ABREU, Alzira Alves de; LATTMAN-WELTMAN, Fernando; ROCHA, Dora (org.). **Eles mudaram a imprensa: depoimentos ao CPDOC**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2003.
- ADGHIRNI, Zélia. O jornalista: do mito ao mercado. **Estudos em Jornalismo e Mídia**. V. 2, n. 1. Florianópolis: UFSC, 2005.
- ALBERGUINI, Audre Cristina. **A ciência nos telejornais brasileiros: o papel educativo e a compreensão pública das matérias de CT&I**. Tese de Doutorado. São Bernardo do Campo: UMESP, 2007.
- AMARAL, Luiz. **Técnica de jornal e periódico**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1969.
- AMARAL, Márcia. **Jornalismo popular**. São Paulo: Contexto, 2006.
- AMOSSY, Ruth. Ethos. In: CHARAUDEAU, Patrick; MAINGUENEAU, Dominique (org.). **Dicionário de Análise de Discurso**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2008.
- ANDERSON, Chris. Blowing up the newsroom: ethnography in an age of distributed journalism. In: DOMINGO, David; PATERSON, Chris. **Making Online News**. Vol. 2. New York: Peter Long, 2011.
- ANDERSON, Chris; BELL, Emily; SHIRKY, Clay. **Post industrial journalism: adapting to the present**. Columbia University: Tow Center for Digital Journalism, 2014. Disponível em: < <http://towcenter.org/research/post-industrial-journalism-adapting-to-the-present-2/>>. Acesso em: 12 out. 2015.
- ANSELMINO, Natalia Raimondo. **La prensa online y su público: un estudio de los espacios de intervención y participación del lector em Clarín y La Nación**. Buenos Aires: Editorial Teseo, 2012.
- AVANZA, Marcia Furtado. **Danton Jobim, o mediador de duas culturas: por uma pedagogia do jornalismo**. Tese de Doutorado. São Paulo: USP, 2007.
- BADIA, LLuís; CLUA, Anna. Utopias frágeis: imprensa livre e democracia, segundo Walter Lippmann. In: BERGER, Christa; MAROCCO, Beatriz (org.). **A era glacial do jornalismo: teorias sociais da imprensa**. Vol. 2. Porto Alegre: Sulina, 2008.
- BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e filosofia da linguagem**. 3.ed. São Paulo: Hucitec, 1996.

BALARIN, Raquel. “As empresas de jornalismo desvalorizaram sua matéria prima”. Entrevista concedida a Thaís Herrero. Página 22, 11 jul. 2013. Disponível em: <<http://www.pagina22.com.br/en/2013/07/11/as-empresas-de-jornalismo-desvalorizaram-sua-materia-prima>>. Acesso em: 12 out. 2015.

BARBOSA, Rui. **A imprensa e o dever da verdade**. São Paulo: Com-Arte, 1990.

BARCELLOS, Caco. **Abujamra entrevista o audacioso e experiente jornalista Caco Barcellos**. Entrevista concedida a Antônio Abujamra. São Paulo, 23 abr. 2011. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=vqb_AB7OKu4>. Acesso em: 20 jun. 2015.

BARCELLOS, Caco. **Rota 66: a história da polícia que mata**. Rio de Janeiro: Record, 2011.

BARCELLOS, Caco. **Abusado: o dono do Morro Dona Marta**. Rio de Janeiro: Record, 2005.

BARDOEL, Jo; DEUZE, Mark. Network Journalism: converging competences of old and news media professionals. 2001. **Australian Journalism Review**. Disponível em: <<http://jclass.umd.edu/classes/jour698m/BardoelDeuze+NetworkJournalism+2001.pdf>>. Acesso em 10 jun. 2014.

BARROS FILHO, Clóvis de; SÁ MARTINO, Luiz Mauro. **O habitus na comunicação**. São Paulo: Paulus, 2003.

BASTOS, Helder. Ciberjornalistas portugueses: das práticas às questões de ética. **BOCC**. Covilhã: UBI, 2010. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/bastos-helder-ciberjornalistas-portugueses.pdf>>. Acesso em 16 jun. 2014.

BASTOS, Helder. A diluição do jornalismo no ciberjornalismo. **Estudos em Jornalismo e Mídia**. V. 9, n. 2. Florianópolis: UFSC, 2012.

BELTRÃO, Luiz. **Jornalismo interpretativo: filosofia e técnica**. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 1980a.

BELTRÃO, Luiz. **Jornalismo opinativo**. Porto Alegre, Sulina, Ari, 1980b.

BENETTI, Marcia. **Deus vence o diabo: o discurso dos testemunhos da Igreja Universal do Reino de Deus**. Tese de Doutorado. São Paulo: PUC-SP, 2000.

BENETTI, Marcia. Jornalismo e perspectivas de enunciação: uma abordagem metodológica. **Intexto**. V. 1, n. 14. Porto Alegre: UFRGS, 2006.

BENETTI, Marcia. A ironia como estratégia discursiva da revista Veja. **Líbero**, v. 20. São Paulo: FACASPER, 2007.

BENETTI, Marcia. O jornalismo como gênero discursivo. **Galáxia**. N. 14. São Paulo: PUC-SP, 2008a.

BENETTI, Marcia. Análise do discurso: estudo de vozes e sentidos. In: LAGO, Claudia; BENETTI, Marcia (org.). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2008b.

BENETTI, Marcia. Jornalismo e imaginário: o lugar do universal. In: MARQUES, Ângela et al (org.). **Esfera pública, redes e jornalismo**. Rio de Janeiro: E-papers, 2009.

BENETTI, Marcia. O jornalismo como acontecimento. In: BENETTI, Marcia; FONSECA, Virginia Pradelina da Silveira (org.). **Jornalismo e acontecimento: mapeamentos críticos**. Florianópolis: Insular, 2010.

BENETTI, Marcia. **Jornalismo de revista e leitores: emoção e credibilidade no contrato de comunicação**. Projeto de pesquisa apresentado ao CNPq – Bolsa Produtividade. Porto Alegre: UFRGS, 2011.

BENETTI, Marcia. A apropriação discursiva da morte pelo leitor. In: MAROCCO, Beatriz; BERGER, Christa; HENN, Ronaldo (org.). **Jornalismo e acontecimento: diante da morte**. V. 3. Florianópolis: Insular, 2012.

BENETTI, Marcia. Revista e jornalismo: conceitos e particularidades. In: TAVARES, Frederico de Mello B.; SCHWAAB, Reges. **A revista e seu jornalismo**. Porto Alegre: Penso, 2013.

BENETTI, Marcia. **Os vínculos dos leitores com o jornalismo: emoção, ethos e leitura como prática discursiva**. Projeto de pesquisa apresentado ao CNPq – Bolsa Produtividade. Porto Alegre: UFRGS, 2014.

BENETTI, Marcia; HAGEN, Sean. Jornalismo e imagem de si: o discurso institucional das revistas semanais. **Estudos em Jornalismo e Mídia**. Ano 7, n. 1. Florianópolis: UFSC, 2010.

BENETTI, Marcia; REGINATO, Gisele. **A adesão do leitor ao contrato de comunicação proposto pelo jornalismo: estudo da revista Veja no Facebook**. Anais do XI Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Brasília: SBPJor, 2013.

BENETTI, Marcia; REGINATO, Gisele. O vínculo emocional do leitor ao jornalismo: estudo da revista Veja no Facebook. **Revista Famecos: mídia, cultura e tecnologia**. V. 21, n. 3. Porto Alegre: PUC-RS, 2014.

BENETTI, Marcia; DALMASO, Silvana. Jornalismo, imaginário e leitores: os sentidos do real e da ficção sobre o avião desaparecido da Malaysia Airlines. **Verso e Reverso**. V. 38, n. 69. São Leopoldo: Unisinos, 2014.

BENETTI, Marcia; STORCH, Laura; FINATTO, Paulo. Jornalismo de revista, meta-acontecimento e dispositivo de autoridade. In: LEAL, Bruno Souza; ANTUNES, Elton; VAZ, Paulo Bernardo (org.). **Jornalismo e acontecimento: percursos metodológicos**. V. 1. Florianópolis: Insular, 2011.

- BERGER, Christa. Em torno do discurso jornalístico. In: FAUSTO NETO, Antonio; PINTO, Milton José (org.). **O indivíduo e as mídias**: ensaios sobre comunicação, política, arte e sociedade no mundo contemporâneo. Rio de Janeiro: Diadorim, 1996.
- BERGER, Christa. **Campos em confronto**: a terra e o texto. 2. ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2003.
- BERGER, Christa; MAROCCO, Beatriz (org.). **A era glacial do jornalismo**: teorias sociais da imprensa. Vol. 2. Porto Alegre: Sulina, 2008.
- BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade**. 28.ed. Petrópolis: Vozes, 2008.
- BERTASSO, Daiane. **Jornalismo de revista e ethos discursivo**: as imagens de si nas capas e nos editoriais de Veja, Época, IstoÉ e Carta Capital. Tese de Doutorado. Porto Alegre: UFRGS, 2014.
- BERTRAND, Claude-Jean. **Media ethics & accountability systems**. New Brunswick (USA); London (UK): Transaction Publishers, 2002.
- BLASQUES, Maria Aparecida Silva. **Navegar é preciso**: jornalismo, autoria e colaboração. Tese de Doutorado. São Paulo: USP, 2010.
- BOYD, danah; ELLISON, Nicole. Social Networks Sites: Definition, History and Scholarship. **Journal of Computer-Mediated Communication**. Vol. 13, n.1, 2007. Disponível em: <<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>>. Acesso em 05 jul 2013.
- BOECHAT, Ricardo. **Desafios da atuação profissional**. Entrevista concedida a Rodrigo Seco. Quintal Virtual, 07 out. 2009. Disponível em: <<http://www.quintalvirtual.blog.br/?p=1309>>. Acesso em 05 set. 2015.
- BOND, Fraser. **Introdução ao jornalismo**. Rio de Janeiro: Agir, 1959.
- BONNEWITZ, Patrice. **Primeiras lições sobre a sociologia de P. Bourdieu**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2003.
- BOURDIEU, Pierre. **Questões de sociologia**. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.
- BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. 3.ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2000.
- BRASIL. Pesquisa brasileira de mídia 2015: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. Brasília: Presidência da República – Secretaria de Comunicação Social, 2014.
- BREED, Warren. Controlo social na redação. Uma análise funcional. In: TRAQUINA, Nelson (org.). **Jornalismo**: questões, teorias e “estórias”. Lisboa: Vega, 1999.
- BROSSARD, Dominique; SCHEUFELE, Dietram. O efeito da baixaria. São Paulo: Redação Link - Estadão, 2013. Disponível em: <<http://blogs.estadao.com.br/link/o-efeito-da-baixaria/>>. Acesso em: 10 jan. 2016.

BRUNS, Axel. Gatekeeping, Gatewatching, realimentação em tempo real: novos desafios para o Jornalismo. **Brazilian Journalism Research**. Vol. 7, N. 2. Brasília: SBPJor, 2011.

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

BUCCI, Eugênio. “**A democracia precisa de redações independentes**”, diz Eugênio Bucci sobre a função do Jornalismo. Portal Imprensa, 28 set. 2010. Entrevista concedida a Eduardo Neco. Disponível em: <http://portalimprensa.com.br/noticias/ultimas_noticias/35869/a+democracia+precis+a+de+redacoes+independentes+diz+eugenio+bucci+sobre+a+funcao+do+jornalismo>. Acesso em: 31 jan. 2016.

BUCCI, Eugênio. O papel da mídia na sociedade digital. In: BUCCI, Eugênio; BASILE, Sidnei. **Jornalismo sitiado**. Livro. Log On Editora Multimídia: São Paulo, 2006.

BUCCI, Eugênio; BASILE, Sidnei. **Jornalismo sitiado**. Livro. Log On Editora Multimídia: São Paulo, 2006.

CAMARGO, Andréia Vieira Abdelnur. **Cartografias midiáticas: o corpomídia na construção da memória da dança**. Tese de Doutorado. São Paulo: PUC-SP, 2012.

CARTA, Mino. **O castelo de âmbar**. Rio de Janeiro: Record, 2000.

CASTILHO, Carlos. **Qual a função do jornalismo em momentos de crise?** Observatório da Imprensa, 18 jul. 2013. Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/codigo-aberto/qual-a-funcao-do-jornalismo-em-momentos-de-crise/>>. Acesso em: 01. set. 2015.

CASTILHO, Carlos. **Watchblogs, a nova patrulha da imprensa**. Observatório da Imprensa, 24 fev. 2004. Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/e-noticias/watchblogs-a-novapatrulha-da-imprensa/>>. Acesso em: 01. set. 2015.

CASTILHO, Carlos. **O estado “crítico” da imprensa**. Observatório da Imprensa, 23 mar. 2004. Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/saidas-para-a-midia/o-estado-critico-da-imprensa/>>. Acesso em: 01. set. 2015.

CASTILHO, Carlos. **O desafio de interagir com o público**. Observatório da Imprensa, 15 out. 2015. Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/o-desafio-de-interagir-com-o-publico/>>. Acesso em: 17 out. 2015.

CHAPARRO, Manuel. **Linguagem dos conflitos**. Coimbra: Minerva Coimbra, 2001.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2007.

CHARAUDEAU, Patrick. Contrato de comunicação. In: CHARAUDEAU, Patrick; MAINGUENEAU, Dominique (org.). **Dicionário de Análise de Discurso**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2008a.

CHARAUDEAU, Patrick. Sujeito do discurso. In: CHARAUDEAU, Patrick; MAINGUENEAU, Dominique (org.). **Dicionário de Análise de Discurso**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2008b.

CHARAUDEAU, Patrick; MAINGUENEAU, Dominique (org.). **Dicionário de Análise de Discurso**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2008.

CHILDHOOD. **Para Marcelo Canellas, seu papel de jornalista e cidadão é quebrar tabus**. São Paulo, Childhood Brasil, 10 jan. 2013. Disponível em: <<http://www.childhood.org.br/para-jornalista-marcelo-canellas-seu-papel-de-jornalista-e-cidadao-e-quebrar-tabus>>. Acesso em 27 set. 2015.

CLEMENTE, Ana Tereza (editora). **Marília Gabriela entrevista: 10 anos**. São Paulo: Globo, 2006.

COELHO, Marja Pfeifer. **O acontecimento público Satiagraha, entre o Estado e a mídia**. Tese de Doutorado. Porto Alegre: UFRGS, 2013.

CONDE, Maria Rosa Berganza. A contribuição de Robert Park, o jornalista que se converteu em sociólogo, à teoria da informação. In: MAROCCO, Beatriz; BERGER, Christa (org.). **A era glacial do jornalismo: teorias sociais da imprensa**. Vol. 2. Porto Alegre: Sulina, 2008.

CONTI, Mario Sergio. **Notícias do Planalto: A imprensa e o poder nos anos Collor**. São Paulo: Companhia das Letras, 2012.

CORNU, Daniel. **Jornalismo e verdade: para uma ética da informação**. Lisboa: Instituto Piaget, 1994.

CORNU, Daniel. **Ética da informação**. Bauru: EDUSC, 1998.

COSTA, Márcia Rodrigues da. **Jornalismo cultural: a produção de Patrícia Galvão no jornal A Tribuna**. Dissertação de Mestrado. São Paulo: UMESP, 2008.

DALMASO, Silvana Copetti. **Percepções dos leitores sobre a relevância do jornalismo: o discurso das audiências nas páginas dos jornais no Facebook**. Projeto de Tese de Doutorado. Porto Alegre: UFRGS, 2015.

DANTAS, Audálio. **Jornalista fala sobre a diversidade e o papel da imprensa**. Entrevista concedida a Heródoto Barbeiro. Portal R7, 2012. Disponível em: <<http://noticias.r7.com/record-news/jornal-da-record-news/videos/jornalista-fala-sobre-a-diversidade-e-o-papel-da-imprensa-10022014>>. Acesso em 01 ago. 2012.

DARDE, Vicente William da Silva. **As representações sobre cidadania de gays, lésbicas, bissexuais, travestis e transexuais no discurso jornalístico da Folha e do Estadão**. Tese de Doutorado. Porto Alegre: UFRGS, 2012.

DE CARLI, Ruvana. **Deficiente versus pessoa portadora de deficiência: uma análise discursiva dos jornais Zero Hora e Correio do Povo.** Dissertação de Mestrado. Porto Alegre: UFRGS, 2003.

DEUS, Sandra de. **O rádio como espaço de visibilidade política: governo da Frente Popular em Porto Alegre 1989/1990.** Tese de Doutorado. Porto Alegre: UFRGS, 2005.

DEUZE, Mark; WITSCHGE, Tamara. Além do jornalismo. **Leituras do Jornalismo.** Ano 2, Vol. 2, N. 4. Jul./Dez., 2015.

DINES, Alberto. **O papel do jornal e a profissão de jornalista.** 9. ed. São Paulo: Summus, 2009.

DINES, Alberto. **Alberto Dines fala sobre o papel social do jornalista.** Entrevista concedida ao Jornal Grande Bahia, 24 jan. 2011. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=6r9yQ9GIFhg>>. Acesso em 10 set. 2015.

DURAND, Gilbert. **As estruturas antropológicas do imaginário: introdução à arquetipologia geral.** São Paulo: Martins Fontes, 1997.

ESSENFELDER, Renato. **O editor e seus labirintos: reflexos da crise de paradigmas do jornal impresso.** Tese de Doutorado. São Paulo: USP, 2012.

ESTADÃO. Acervo – anos 1870. Disponível em: <http://acervo.estadao.com.br/historia-do-grupo/decada_1870.shtm>. Acesso em 15 dez. 2015.

ESTADÃO. Assine Estadão. Disponível em: <<http://www.assineestadao.com.br/>>. Acesso em: 21 dez. 2015.

ESTADÃO. Campanha Estadão 140 anos. Disponível em: <<https://www.facebook.com/estadao/videos/1233035720044821/>>. Acesso em 10 dez. 2015.

ESTADÃO. Grupo Estado: Código de Conduta e Ética. Disponível em: <http://www.estadao.com.br/ext/codigoetica/codigo_de_etica_miolo.pdf>. Acesso em 8 abr. 2014.

ESTADÃO. Política de anticorrupção – Grupo Estado. Disponível em: <http://www.estadao.com.br/ext/codigoetica/politica_anti_corrupcao.pdf>. Acesso em 19 dez. 2015.

ESTADÃO. Publicidade. Disponível em: <<http://publicidade.estadao.com.br/estadao/>>. Acesso em 10 dez. 2015.

ESTADÃO. Quem somos. Disponível em: <<https://www.linkedin.com/company/estadao/careers>>. Acesso em 10 dez. 2015.

FERNANDES, Márcio. **Civic Journalism: haverá um modelo brasileiro?** Guarapuava: UNICENTRO, 2008.

FERREIRA, Maria Cristina L. (Org.). **Glossário de termos do discurso**. Porto Alegre: UFRGS, 2001. Disponível em: <<http://www.discurso.ufrgs.br/glossario.html>>. Acesso em: 15 ago 2009.

FERREIRA, Sonia Maria. **A mídia e o discurso globalizado**: um caminho para refletir sobre a sociedade. Dissertação de Mestrado. Rio de Janeiro: UERJ, 2008.

FERREIRA, Gil Baptista. Jornalismo Público e Deliberação: Funções e Limites do jornalismo nas democracias contemporâneas. **Estudos em Comunicação**. N. 9. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2011.

FIGARO, Roseli. **As mudanças no mundo do trabalho do jornalista**. São Paulo: Atlas, 2013.

FISCHER, Rosa Maria Bueno. **Adolescência em discurso**: mídia e produção de subjetividade. Tese de Doutorado. Porto Alegre: UFRGS, 1996.

FOLHA. Campanhas da Folha: Assinaturas 2007 - Motivos. 2007a. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/institucional/memorias_assinaturas_2007_motivos.shtml>. Acesso em 23 fev. 2014.

FOLHA. Campanhas da Folha: Assinaturas 2007– Jornal do futuro. 2007b. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/institucional/memorias_assinaturas_2007_jornal_do_futuro.shtml>. Acesso em 23 fev. 2014.

FOLHA. Campanhas da Folha: Assinaturas 2009 – Manifesto. 2009. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/institucional/memorias_assinaturas_2009_manifesto.shtml>. Acesso em: 23 fev. 2014.

FOLHA. Campanhas da Folha: Assinaturas 2009 – Linhas. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/institucional/memorias_assinaturas_2009_linhas.shtml>. Acesso em: 20 nov. 2015.

FOLHA. Conheça a Folha de S.Paulo. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/institucional/cadernos_diarios.shtml>. Acesso em 21 dez. 2015.

FOLHA. Jornal todo dia, cor, tempo real? A Folha fez primeiro. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha90anos/877615-jornal-todo-dia-cor-tempo-real-a-folha-fez-primeiro.shtml>>. Acesso em 17 dez. 2015.

FOLHA. Linha editorial - 1981. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/institucional/projeto-1981.shtml>>.

FOLHA. Linha editorial – 1984. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/institucional/projeto-1984.shtml>>.

FOLHA. Linha editorial – 1985. Disponível em:

< <http://www1.folha.uol.com.br/institucional/projeto-1985.shtml>>.

FOLHA. Linha editorial – 1986. Disponível em:

< <http://www1.folha.uol.com.br/institucional/projeto-1986.shtml>>.

FOLHA. Linha editorial – 1988. Disponível em:

< <http://www1.folha.uol.com.br/institucional/projeto-1988.shtml>>.

FOLHA. Linha editorial – 1997. Disponível em:

< <http://www1.folha.uol.com.br/institucional/projeto-1997.shtml>>.

FOLHA. Manual da redação: Folha de S.Paulo. 20.ed. São Paulo: Publifolha, 2015.

FOLHA. Missão, princípio e valores. Disponível em:

< <http://www1.folha.uol.com.br/institucional/missao.shtml>>. Acesso em 10 abr. 2015.

FOLHA. O jornalismo como crise permanente. Disponível em:

< <http://www1.folha.uol.com.br/folha/80anos/futuro.shtml>>. Acesso em: 21 jul. 2015.

FOLHA. O que a Folha pensa. Disponível em:

< <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/poder/152882-o-que-a-folha-pensa.shtml>>.

Acesso em: 21 jul. 2015.

FONSECA, Virgínia. **O jornalismo no conglomerado de mídia**: reestruturação produtiva sob o capitalismo global. Tese de Doutorado. Porto Alegre: UFRGS, 2005.

FONSECA, Virgínia. **Indústria de notícias**: capitalismo e novas tecnologias no jornalismo contemporâneo. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2008.

FONTCUBERTA, Mar de. **La noticia**: pistas para percibir el mundo. Barcelona: Paidós, 1993.

FORTES, Leandro. **Os segredos das redações**: o que os jornalistas só descobrem no dia a dia. São Paulo: Contexto, 2008.

FOUHY, Edward M. Civic Journalism: rebuilding the foundations of democracy. **Civic Practices Network**, 1996. Disponível em:

<<http://www.cpn.org/topics/communication/civicjournal.html>>. Acesso em 15 jul. 2014.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. **A atualidade no jornalismo**: bases para sua delimitação teórica. Tese de Doutorado. Salvador: UFBA, 2003.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. **A fabricação do presente**: como o jornalismo reformulou a experiência do tempo nas sociedades ocidentais. São Cristóvão: Editora UFS/Fundação Oviedo Teixeira, 2005.

FRANZONI, Sabrina. **A função enunciativa do ombudsman da Folha de S. Paulo**. Tese de Doutorado. Porto Alegre: UFRGS, 2013.

FREITAS, Ana Laura Colombo de. **A formação do gosto musical na crítica jornalística de Herbert Caro no Correio do Povo (1968-1980)**: da torre de marfim ao rés do chão. Dissertação de Mestrado. Porto Alegre: UFRGS, 2011.

FRIAS FILHO, Otavio. **“O jornalismo é o reino da precariedade”**. Entrevista concedida a Alberto Dines. Observatório da Imprensa, 22 mai. 2013. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/ldquo_o_jornalismo_e_o_reino_da_precariedade_rdquo/>. Acesso em: 20 jun. 2015.

FURTADO, Jorge. **O mercado de notícias**: um documentário sobre jornalismo. Entrevistas com jornalistas. 2014. Disponível em: <<http://www.omercadodenoticias.com.br/entrevistas/>>. Acesso em 10 jul. 2015.

GAILLARD, Philippe. **O jornalismo**. Lisboa: Europa-América, 1971.

GARTON, Laura *et al.* Studying online social networks. **Journal of Computer-Mediated Communication**. Vol. 1, n. 3, 1997. Disponível em: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.1997.tb00062.x/full?sms_ss=facebook&at_xt=4da62ce480237b90,0>. Acesso em 05 jul. 2013.

GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide**: para uma teoria marxista do jornalismo. Porto Alegre: Tchê, 1987.

GOMIS, Lorenzo. **Teoría del periodismo**: cómo se forma el presente. Barcelona: Paidós, 1991.

GRIMES, Charlotte. **Whiter the Civic Journalism bandwagon?** Cambridge: Harvard University, 1999.

GROTH, Otto. Tarefas da pesquisa da ciência da cultura. In: BERGER, Christa; MAROCCO, Beatriz (org.). **A era glacial do jornalismo**: teorias sociais da imprensa. Vol. 1. Porto Alegre: Sulina, 2006.

HABIB, Lia. **Jornalista**: profissão mulher. São Paulo: Sapienza Editora, 2005.

HAGEN, Sean. **A emoção como estratégia de fidelização ao telejornal**: um estudo de recepção sobre os laços entre apresentadores e telespectadores do Jornal Nacional. Tese de Doutorado. Porto Alegre: UFRGS, 2009.

HAGEN, Sean. A web 2.0 como ambiente de recepção jornalística: os sentidos produzidos pelos leitores em *sites*, blogs e redes sociais. In: GOMES, Itania (org.). **Análise de telejornalismo**: desafios teórico-metodológicos. Salvador: EDUFBA, 2012.

HALL, Stuart *et al.* A produção social das notícias: o *mugging* nos media. In: TRAQUINA, Nelson (org.). **Jornalismo**: questões, teorias e “estórias”. Lisboa: Vega, 1999.

HALLIN, Daniel; MANCINI, Paolo. Falando do Presidente: a estrutura política e a forma representacional nas notícias televisivas dos Estados Unidos e da Itália. In: TRAQUINA, Nelson (org.). **Jornalismo**: Questões, Teorias e “Estórias”. Lisboa: Vega, 1999.

HANITZSCH, Thomas. Deconstructing journalism culture: toward a universal theory. **Communication Theory**. 2007. N. 17.

HEINRICH, Ansgard. **Network journalism**: journalistic practice in interactive spheres. London: Routledge, 2011.

HIMELBOIM, Itai; LIMOR, Yehiel. Media perception of freedom of the press: a comparative international analysis of 242 codes of ethics. **Journalism**. Vol. 9, N. 3. London: Sage, 2008.

JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. **Spreadable Media**: creating value and meaning in a networked culture. New York: New York University Press, 2013.

JOBIM, Danton. **Espírito do jornalismo**. Rio de Janeiro: Livraria São José, 1957.

JORNALISTAS & CIA. Especial Dia do Jornalista 2007. Edição Especial 01. Jornalistas Editora, 2007. Disponível em: <<http://www.jornalistasecia.com.br/edicoespecial01.htm>>. Acesso em: 20 abr. 2015.

JORNALISTAS & CIA. Especial Dia do Jornalista 2010. Edição 738. Jornalistas Editora, 2010. Disponível em: <<http://www.jornalistasecia.com.br/EspecialDiadoJornalista.pdf>>. Acesso em: 20 abr. 2015.

JORNALISTAS & CIA. Especial dia do Jornalista 2011. Edição 789A. Jornalistas Editora, 2011. Disponível em: <<http://www.jornalistasecia.com.br/edicoes/jornalistasecia789A.pdf>>. Acesso em 20 abr. 2015.

JORNALISTAS & CIA. Especial Dia do Jornalista 2012. Edição 840A. Jornalistas Editora, 2012. Disponível em: <<http://www.jornalistasecia.com.br/edicoes/jornalistasecia840a.pdf>>. Acesso em: 20 abr. 2015.

JORNALISTAS & CIA. Especial Dia do Jornalista 2013. Edição 891. Jornalistas Editora, 2013. Disponível em: <<http://www.jornalistasecia.com.br/edicoes/jornalistasecia891dj03.pdf>>. Acesso em: 20 abr. 2015.

JORNALISTAS & CIA. Especial Dia da Imprensa 2014. Edição 950B. Jornalistas Editora, 2014. Disponível em: <<http://www.jornalistasecia.com.br/edicoes/jornalistasecia950b.pdf>>. Acesso em: 20 abr. 2015.

JORNALISTAS & CIA. Especial dia do Jornalista 2015. Edição 994. Jornalistas Editora, 2011. Disponível em:
<<http://www.jornalistasecia.com.br/edicoes/jornalistasecia994dj08.pdf>>. Acesso em: 20 abr. 2015.

KARAM, Francisco. **Jornalismo, ética e liberdade**. São Paulo: Summus, 1997.
KATZ, Elihu. Os acontecimentos mediáticos: o sentido de ocasião. In: TRAQUINA, Nelson (org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega, 1999.

KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine. Negociação. In: CHARAUDEAU, Patrick; MAINGUENEAU, Dominique (org.). **Dicionário de Análise de Discurso**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2008.

KOTSCHO, Ricardo. **O DNA do repórter**. Entrevista concedida a Eugênio Araujo. Portal da Comunicação, 2012. Disponível em:
<<http://portaldacomunicacao.uol.com.br/graficas-livros/59/artigo272655-1.asp>>. Acesso em: 20 jun. 2015.

KOTSCHO, Ricardo. **Repórter não é polícia, imprensa não é justiça**. Observatório da Imprensa, 29 ago. 2011. Disponível em:
<<http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/reporter-nao-e-policia-imprensa-nao-e-justica/>>. Acesso em 01 set. 2015.

KOVACH; Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo: o que os profissionais do jornalismo devem saber e o público deve exigir**. Porto: Porto Editora, 2004.

KUNCZIK, Michael. **Conceitos de jornalismo: norte e sul – Manual de Comunicação**. São Paulo: EDUSP, 1997.

LACERDA, Carlos. **A missão da imprensa**. São Paulo: Com arte/EDUSP, 1949.

LAGO, Cláudia. **Românticos e burocráticos: pontos para uma etnografia do campo jornalístico paulistano**. Dissertação de Mestrado. Florianópolis: UFSC, 1995.

LAGO, Cláudia. **O romântico no jornalismo - uma proposta de análise do campo jornalístico**. Anais do XXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Manaus: Intercom, 2000.

LAGO, Cláudia. **O Romantismo morreu? Viva o Romantismo!** Ethos Romântico no Jornalismo. Tese de Doutorado. São Paulo: USP, 2002.

LAGO, Cláudia. **De romântico e de louco...** reflexões sobre o romantismo jornalístico. Anais do XII Encontro Anual da Compós. Recife: UFPE/Compós, 2003.

LAGO, Cláudia. **Possíveis critérios metodológicos e a reconstituição da pesquisa sobre o Ethos Romântico no Jornalismo**. Anais do IV Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Porto Alegre: SBPJor, 2006.

LAGO, Cláudia. **Nós e o diploma**: representações no campo jornalístico. Anais do VII Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. São Paulo: USP, 2009.

LAGO, Cláudia. Ensinamentos antropológicos: a possibilidade de apreensão do Outro no jornalismo. **Brazilian Journalism Research**. V. 6, N. 1. Brasília: SBPjor, 2010.

LEVY, Clayton. **A política de CT&I no Jornal da Ciência**: a visão da comunidade científica. Dissertação de Mestrado. Campinas: Unicamp, 2010.

LIMA, Edvaldo Pereira. **Páginas ampliadas**: o livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura. Campinas: Ed. da UNICAMP, 1993.

LINS DA SILVA, Carlos Eduardo. **Mil dias**: seis mil dias depois. 2.ed. São Paulo: Publifolha, 2005.

LISBOA, Sílvia. **Jornalismo e a credibilidade percebida pelo leitor**: independência, imparcialidade, honestidade, objetividade e coerência. Dissertação de Mestrado. Porto Alegre: UFRGS, 2012.

LIPPMANN, Walter. O público comprador. In: MAROCCO, Beatriz; BERGER, Christa (org.). **A era glacial do jornalismo**: teorias sociais da imprensa. Vol. 2. Porto Alegre: Sulina, 2008a.

LIPPMANN, Walter. Notícia, verdade e uma conclusão. In: MAROCCO, Beatriz; BERGER, Christa (org.). **A era glacial do jornalismo**: teorias sociais da imprensa. Vol. 2. Porto Alegre: Sulina, 2008b.

LIPPMANN, Walter. **Opinião pública**. Rio de Janeiro: Vozes, 2010.

LOBO, Tiago. **Sobre o papel social do jornalismo**. Observatório da Imprensa, 23 abr. 2013. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/feitos-desfeitos/ed743_sobre_o_papel_social_do_jornalismo/>. Acesso em: 10 jul. 2015.

MACHADO, Elias. **La estructura de la noticia em las redes digitales**: un estudio de las consecuencias de las metamorfosis tecnológicas en el periodismo. Tese de Doutorado. Barcelona: UAB, 2000a.

MACHADO, Elias. Os novos conceitos de edição no jornalismo digital. **Comunicação e Sociedade**. Vol. 14. Braga: Universidade do Minho, 2000b.

MACHADO, Elias. O ciberespaço como fonte para os jornalistas. **BOCC**. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2002.

MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de textos de comunicação**. São Paulo: Cortez, 2008a.

MAINGUENEAU, Dominique. **Cenas da enunciação**. São Paulo: Parábola Editorial, 2008b.

MAINGUENEAU, Dominique. A propósito do ethos. In: MOTTA, Ana Raquel; SALGADO, Luciana (org.). **Ethos discursivo**. São Paulo: Contexto, 2008c.

MARCOLINO, Eliana Martins. Mário Erbolato – Jornalismo como serviço público. In: MELO, José Marques de (org.). **Imprensa brasileira: personagens que fizeram história**. Vol. 2. São Paulo: Universidade Metodista de São Paulo/Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2005.

MARCONDES, Dal. **Que perguntas o jornalista deve responder?** Carta Capital. São Paulo, 07 abr. 2015. Sociedade. Disponível em: <<http://www.cartacapital.com.br/sociedade/que-perguntas-o-jornalista-deve-responder-2456.html>>. Acesso em: 01 set. 2015.

MARCONDES FILHO, Ciro. **O capital da notícia: jornalismo como produção social da segunda natureza**. São Paulo: Ática, 1986.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Ser jornalista: o desafio das tecnologias e o fim das ilusões**. São Paulo: Paulus, 2009.

MARINHO, José Roberto. **Depoimento**. Memória O Globo, 2013. Disponível em: <<http://memoria.oglobo.globo.com/perfis-e-depoimentos/joseacute-roberto-marinho-9257710>>. Acesso em: 10 jun. 2014.

MARINHO, João Roberto. **“Somos criticados diariamente. É um dado da nossa realidade”**. Observatório da Imprensa, 25 jun. 2013. Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/ed752-somos-criticados-diariamente-e-um-dado-da-nossa-realidade/>>. Acesso em: 01. set. 2015.

MAROCCO, Beatriz; ZAMIN, Angela; BOFF, Felipe. **Os jornais e o acontecimento Obama**. Anais do VII Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. São Paulo: SBPJor, 2009.

MAROCCO, Beatriz (org.). **Entrevista na prática jornalística e na pesquisa**. Porto Alegre: Libretos, 2012a.

MAROCCO, Beatriz. **O jornalista e a prática**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2012b.

MAROCCO, Beatriz. A contribuição dos repórteres para uma compreensão dos discursos jornalísticos sobre marginalidade. **Comunicação e Sociedade**. São Bernardo do Campo. V. 34, n. 1, jul.dez. 2012c.

MARTINS FILHO, Eduardo Lopes. **Manual de redação e estilo de O Estado de S. Paulo**. 3. ed. São Paulo: O Estado de S. Paulo, 1997.

MASTROIANNI, Fábio de Carvalho. **As drogas psicotrópicas e a imprensa brasileira: análise do material publicado e do discurso dos profissionais da área de jornalismo**. Dissertação de Mestrado. São Paulo: USP, 2006.

MATTOSO, Diego. **A prática cotidiana como limite às possibilidades teóricas do jornalismo**: um estudo sobre a relação entre jornalismo e política nas eleições de 2008 na capital paulista. Dissertação de Mestrado. São Paulo: USP, 2010.

McCOMBS, Maxwell. **A Teoria da Agenda**: a mídia e a opinião pública. Petrópolis: Vozes, 2009.

MEDINA, Cremilda. **El rol del periodista**. Ecuador: Editores Asociados Cia Ltda, 1980.

MEDINA, Cremilda. **Profissão jornalista**: responsabilidade social. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1982.

MEDINA, Cremilda. Lugar do jornalista: no centro das tensões. In: SEABRA, Roberto; SOUSA, Vivaldo de (org.). **Jornalismo político**: teoria, história e técnicas. Rio de Janeiro: Record, 2006.

MELO, José Marques de (org.). **Imprensa brasileira: personagens que fizeram história**. Vol. 1. São Paulo: Universidade Metodista de São Paulo/Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2005a.

MELO, José Marques de. **Imprensa brasileira: Personagens que fizeram história**. Vol. 2. São Paulo: Universidade Metodista de São Paulo/Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2005b.

MELO, José Marques de. **História do jornalismo**: itinerário crítico, mosaico contextual. São Paulo: Paulus, 2012.

MELLO, Vanessa Scalei de. **Daiane dos Santos, a gauchinha de ouro**: articulações entre jornalismo esportivo e identidade gaúcha. Dissertação de Mestrado. Porto Alegre: UFRGS, 2007.

MENDES, Larissa de Moraes Ribeiro. **O lugar complexo do leitor no jornalismo contemporâneo**: potencialidades, limites, dilemas e o caso do jornal *O Globo*. Tese de Doutorado. Niterói: UFF, 2012.

MESQUITA, Rodrigo Lara. “**O papel do jornal sempre será o de articulador da sociedade**”. Entrevista concedida a Eduardo Magossi. Observatório da Imprensa. 16 jul. 2013. Disponível em: < http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/ed755_o_papel_do_jornal_sempre_sera_o_de_articulador_da_sociedade/>. Acesso em: 10 jan. 2015.

MIGUEL, Luis Felipe. O jornalismo como sistema perito. **Tempo Social**. Revista de Sociologia da USP. V. 11, n. 1. São Paulo: USP, 1999.

MIGUEL, Luis Felipe. Um ponto cego nas teorias da democracia: os meios de comunicação. **Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais**. V. 49. Rio de Janeiro: BIB - ANPOCS, 2000.

MOLOTCH, Harvey; LESTER, Marilyn. As notícias como procedimento intencional: acerca do uso estratégico de acontecimentos de rotina, acidentes e escândalos. In: TRAQUINA, Nelson (org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega, 1999.

MONTEIRO, Silvana Rodrigues. **Educação, mídia e política: a educação em Goiás sob a perspectiva do jornal O Popular no período 1995-2002**. Dissertação de Mestrado. Goiânia: UFGO, 2011.

MONTIPÓ, Criselli; FARAH, Ângela. **Relato humanizado no jornalismo: a importância da humanização na narrativa para um jornalismo transformador**. In: V Conferência Brasileira de Mídia Cidadã. Anais. Guarapuava: UNICENTRO, 2009.

MORETZSOHN, Sylvia. **Jornalismo em “tempo real”**: o fetiche da velocidade. Rio de Janeiro: Revan, 2002.

MORETZSOHN, Sylvia. **Pensando contra os fatos**. Rio de Janeiro: Revan, 2007.

MORETZSOHN, Sylvia. O “Jornalismo cidadão” e o mito da tecnologia redentora. **Brazilian Journalism Research**. V. 11, N. 2. Brasília: SBPJor, 2014.

MORETZSOHN, Sylvia. **O suicídio do jornalismo**. Observatório da imprensa, 21 abr. 2015. Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/o-suicidio-do-jornalismo/>>. Acesso em 22 abr. 2015.

MOTTA, Luiz Gonzaga (org.). **Imprensa e poder**. Brasília: EDUnB/São Paulo: Imprensa Oficial do Estado, 2002.

MOTTA, Luiz Gonzaga. **Análise Crítica da Narrativa**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2013.

MOUILLAUD, Maurice. O nome do jornal. In: MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sergio (org.). **O jornal da forma ao sentido**. Brasília: Paralelo 15, 2012a.

MOUILLAUD, Maurice. Posturas do leitor. In: MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sergio (org.). **O jornal da forma ao sentido**. Brasília: Paralelo 15, 2012b.

MÜHLAUS, Carla. **Por trás da entrevista**. Rio de Janeiro: Record, 2007.

NAH, Seungahn; CHUNG, Deborah. When citizens meet both professional and citizen journalists: social trust, media credibility, and perceived journalistic roles among online community news readers. **Journalism**. V. 13, n. 6. Londres: Sage: 2012.

NASSIF, Luis. **Sobre o maniqueísmo nas discussões da Internet**. GGN: Blog Luiz Nassif Online, 9 dez. 2012. Disponível em: <<http://jornalgggn.com.br/blog/luisnassif/sobre-o-maniqueismo-nas-discussoes-da-internet>>. Acesso em 10 abr. 2015.

NEVEU, Érik. **Sociologia do jornalismo**. Porto: Porto Editora, 2003.

NOBLAT, Ricardo. **O que é ser jornalista**: memórias profissionais de Ricardo Noblat. Rio de Janeiro: Record, 2004.

NOBLAT, Ricardo. **A arte de fazer um jornal diário**. São Paulo: Contexto, 2012.

NONATO, Alexandre Ferreira. **Jornalismo, história e memória**: análise da cobertura jornalística do incidente na Pacheco Fernandes em Brasília no governo JK. Dissertação de Mestrado. Florianópolis: UFSC, 2010.

O GLOBO. Ampliar o compromisso. 2003. Disponível em: < <http://memoria.oglobo.globo.com/linha-do-tempo/morre-roberto-marinho-9199412>>. Acesso em: 01 jul. 2014.

O GLOBO. Eu-Repórter: veja como transformar o seu flagrante em notícia. 2012. Disponível em: < <http://oglobo.globo.com/eu-reporter/eu-reporter-veja-como-transformar-seu-flagrante-em-noticia-3214613>>. Acesso em: 18 fev. 2014.

O GLOBO. Evolução no ritmo da interatividade. 2014. Disponível em: < <http://acervo.oglobo.globo.com/propaganda/institucional/evolucao-no-ritmo-da-interatividade-14806853>>. Acesso em 22 mar. 2015.

O GLOBO. Grupo Globo. Disponível em: < <http://www.grupoglobo.globo.com/>>. Acesso em: 20 dez. 2015.

O GLOBO. Memória O Globo: 23 de outubro de 1957 - Em defesa da democracia. 2013. Disponível em: < <http://memoria.oglobo.globo.com/institucional/premios/em-defesa-da-democracia-8888474>>. Acesso em 10 mar 2014.

O GLOBO. Memória O Globo: 25 de março de 1980 - Veículo do ano. 2013. Disponível em: < <http://memoria.oglobo.globo.com/institucional/premios/veiacuteculo-do-ano-8888764>>. Acesso em 10 mar 2014.

O GLOBO. Metamorfose gráfica em nome da excelência editorial. Disponível em: < <http://oglobo.globo.com/sociedade/metamorfose-grafica-em-nome-da-excelencia-editorial-17005361>>. Acesso em: 21 dez. 2015.

O GLOBO. O dever de um jornal. 2014. Disponível em: < <http://oglobo.globo.com/opiniao/o-dever-de-um-jornal-11624277>>. Acesso em: 18 fev. 2014.

O GLOBO. O dever de um jornal II. 2014. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/opiniao/o-dever-de-um-jornal-ii-11645522>>. Acesso em: 20 fev. 2014.

O GLOBO. Pela cidadania, além do papel de um jornal. 2009. Disponível em: < <http://acervo.oglobo.globo.com/propaganda/institucional/evolucao-no-ritmo-da-interatividade-14806853>>. Acesso em 22 dez. 2015.

O GLOBO. Princípios editoriais das Organizações Globo. 2011. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/principios-editoriais/>>. Acesso em 11 mar. 2014.

O GLOBO. Propaganda institucional: opinião - 5 de julho de 1989. Disponível em: <<http://acervo.oglobo.globo.com/propaganda/institucional/um-jornal-de-opiniao-14808152>>. Acesso em 22 dez. 2015.

O GLOBO. Sob o impacto de grandes reportagens. Contribuição jornalística - 24 de novembro de 2000. Disponível em: <<http://acervo.oglobo.globo.com/propaganda/institucional/sob-impacto-de-grandes-reportagens-14797835>>. Acesso em 22 dez. 2015.

O GLOBO. Sobre a Infoglobo. Disponível em: <<https://www.infoglobo.com.br/anuncie/institucional.aspx>>. Acesso em 21 dez. 2015.

OLIVEIRA, Andréa; MOURÃO-JÚNIOR, Carlos Alberto. Estudo teórico sobre percepção na filosofia e nas neurociências. **Revista Neuropsicologia Latinoamericana**. V. 5, N. 1, 2013. Disponível em: <http://www.neuropsicolatina.org/index.php/Neuropsicologia_Latinoamericana/artic/e/view/83/97>. Acesso em: 21 mar. 2016.

ORLANDI, Eni. Discurso e argumentação: um observatório do político. **Fórum Linguístico**. Florianópolis: n.1, 1998. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/forum/article/view/6915/6378>>. Acesso em 22 nov. 2015.

ORLANDI, Eni. **Análise de discurso: princípios e procedimentos**. 7. ed. Campinas: Pontes, 2007a.

ORLANDI, Eni. **Interpretação: autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico**. 5.ed. Campinas: Pontes, 2007b.

PAIXÃO, Patrícia (org). **Jornalismo policial: histórias de quem faz**. Jundiaí: Editora In House, 2010.

PAIXÃO, Patrícia (org.). **Mestres da reportagem: alunos de Jornalismo da FASP**. Jundiaí: Editora In House, 2012.

PALACIOS, Marcos. Jornalismo online, informação e memória: apontamentos para debate. **Revista PJ:Br**. Ed. 4, 2004. Disponível em: <http://www2.eca.usp.br/pjbr/arquivos/artigos4_f.htm>. Acesso em: 05 mai. 2014.

PAULA, Aldenora Moraes de Oliveira. **Discurso, mídia, representação: a abordagem do Correio Braziliense sobre o abuso sexual de crianças e adolescentes**. Dissertação de Mestrado. Brasília: UCB, 2012.

PARK, Robert. A história natural do jornal. In: MAROCCO, Beatriz; BERGER, Christa (org.). **A era glacial do jornalismo: teorias sociais da imprensa**. Vol. 2. Porto Alegre: Sulina, 2008a.

PARK, Robert. A notícia como forma de conhecimento: um capítulo dentro da sociologia do conhecimento. In: MAROCCO, Beatriz; BERGER, Christa (org.). **A era glacial do jornalismo: teorias sociais da imprensa**. Vol. 2. Porto Alegre: Sulina, 2008b.

PAVLIK, John V. A tecnologia digital e o jornalismo: as implicações para a democracia. **Brazilian Journalism Research**. V. 7, N. 2. Brasília: SBPJor, 2011.

PÊCHEUX, Michel. Análise automática do discurso. In: GADET, Françoise; HAK, Tony (org.). **Por uma análise automática do discurso: uma Introdução à obra de Michel Pêcheux**. Campinas: Editora da Unicamp, 1993.

PÊCHEUX, Michel. **Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio**. 4.ed. Campinas: Editora da Unicamp, 2009.

PEREIRA, Fábio. **Jornalistas-intelectuais no Brasil**. São Paulo: Summus Editorial, 2011.

PEREIRA, Fábio. Conversando com jornalistas: a perspectiva do interacionismo simbólico. In: MAROCCO, Beatriz (org.). **Entrevista: na prática jornalística e na pesquisa**. Porto Alegre: Libretos, 2012.

PEREIRA, Carmem. Rui Barbosa – Jornalista emblemático de tradição republicana. In: MELO, José Marques de (org.). **Imprensa brasileira: personagens que fizeram história**. Vol. 1. São Paulo: Universidade Metodista de São Paulo/Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2005.

PETIT, Gérard. *Corpus* (pl. *corpora*). In: CHARAUDEAU, Patrick; MAINGUENEAU, Dominique (org.). **Dicionário de Análise de Discurso**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2008.

PEUCER, Tobias. Os relatos jornalísticos. **Estudos em Jornalismo e Mídia**. V. 1, n. 2, Florianópolis: UFSC, 2004.

PHILLIPS, E. Barbara. Novidade sem mudança. In: TRAQUINA, Nelson (org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega, 1999.

PINTO, Ana Estela de Sousa. **Folha explica Folha**. São Paulo: Publifolha, 2012.

PONTE, Cristina. **Leituras das notícias: contributos para uma análise do discurso jornalístico**. Lisboa: Horizonte, 2004.

PONTE, Cristina. Contributos do realismo para o discurso jornalístico. Caleidoscópio: Revista de Comunicação e Cultura. Territórios do Jornalismo. N.5/6, 2005.

PRADO, José Luiz Aidar. Experiência e receituário performativo na mídia impressa. **Intexto**. V.1, n. 20. Porto Alegre: UFRGS, 2009.

PREVEDELLO, Carine Felkl. **Representações no jornalismo popular: a cidadania no discurso do Extra (RJ)**. Dissertação de Mestrado. Santa Maria: UFSM, 2008.

PULITZER, Joseph. **A escola de jornalismo na Universidade de Columbia**: a opinião pública. Florianópolis: Insular, 2009.

RAMONET, Ignacio. **A explosão do jornalismo**: das mídias de massa à massa de mídias. São Paulo: Publisher Brasil, 2012.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2010.

REGINATO, Gisele Dotto. **Em busca da complexa simplicidade**: o consumo no discurso jornalístico da revista Vida Simples. Dissertação de Mestrado. Santa Maria: UFSM, 2011.

RESENDE, Fernando. O jornalismo e suas narrativas: as brechas do discurso e as possibilidades do encontro. **Galáxia**. N. 18. São Paulo: PUC-SP, 2009.

RIBEIRO, José Hamilton. **O gosto da guerra**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2005.

RITO, Lúcia; ARAÚJO, Maria Elisa de; ALMEIDA, Candido José Mendes de (org.). **Imprensa ao vivo**. Rio de Janeiro: Rocco, 1989.

RODRIGUES, Adriano Duarte. O acontecimento. In: TRAQUINA, Nelson (org.). **Jornalismo**: questões, teorias e “estórias”. Lisboa: Vega, 1999.

RODRIGUES, Adriano Duarte. Delimitação, natureza e funções do discurso midiático. In: MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sergio (org.). **O jornal da forma ao sentido**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2012.

RODRIGUES, Malena Rehbein. **O papel da imprensa na qualidade democrática**: uma análise de possibilidades nos principais jornais nacionais. Tese de Doutorado. Rio de Janeiro: UERJ, 2011.

ROSEN, Jay. Tornar a vida pública mais pública: sobre a responsabilidade política dos intelectuais dos media. In: TRAQUINA, Nelson; MESQUITA, Mário (org.). **Jornalismo Cívico**. Lisboa: Livros Horizonte, 2003.

ROSS, Edward. A supressão das notícias importantes. In: MAROCCO, Beatriz; BERGER, Christa (org.). **A era glacial do jornalismo**: teorias sociais da imprensa. Vol. 2. Porto Alegre: Sulina, 2008.

ROSSI, Clóvis. **Enviado especial**: 25 anos ao redor do mundo. São Paulo: SENAC São Paulo, 1999.

ROTHBERG, Danilo. Jornalismo e informação para democracia: parâmetros de crítica de mídia. In: Rogério Christofolletti (org.). **Vitrine e vidraça**: crítica de mídia e qualidade no jornalismo. Vol. 1. Covilhã: LabCom Books - Universidade de Beira Interior, 2010.

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

SANSEVERINO, Gabriela Gruszynski. **As representações do jornalismo na ficção de Harry Potter transmídia**: a função social e o ethos profissional. Dissertação de Mestrado. Porto Alegre: UFRGS, 2015.

SANTAELLA, Lucia. **Navegar no ciberespaço**: o perfil cognitivo do leitor imersivo. São Paulo: Paulus, 2004.

SANTAELLA, Lucia; LEMOS, Renata. **Redes sociais digitais**: a cognição conectiva do Twitter. São Paulo: Paulus, 2010.

SANT'ANNA, Lourival. **O jornal na sociedade da informação**: como a Folha, o Globo e o Estado respondem às inovações tecnológicas, à queda de leitura e à concorrência com novos meios. Dissertação de Mestrado. São Paulo: USP, 2007.

SANTIAGO, Adriana. **Para que serve o jornalismo?** Um caminho para estudar as funções da instituição jornalística no Brasil. Anais do XXII Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Santa Cruz do Sul: SBPJor, 2014.

SANZ, Bruna. **"Temos que militar no jornalismo", avalia criador do site Ponte**. Portal Comunique-se. 23 de outubro de 2014. Disponível em: <<http://portal.comunique-se.com.br/index.php/jo-com/75489-temos-que-militar-no-jornalismo-avalia-criador-do-site-ponte>>. Acesso em 05 nov. 2014.

SCHLESINGER, Philip. Os jornalistas e a sua máquina do tempo. In: TRAQUINA, Nelson (org.). **Jornalismo**: questões, teorias e "estórias". Lisboa: Vega, 1999.

SCHUDSON, Michael. A política da forma narrativa: a emergência das convenções noticiosas na imprensa e na televisão. In: TRAQUINA, Nelson (org.). **Jornalismo**: questões, teorias e "estórias". Lisboa: Vega, 1999.

SCHUDSON, Michael. Entrevista a Michael Schudson. **Comunicação e Cultura**. N. 5. Lisboa: Universidade Católica Portuguesa, 2008.

SCHUDSON, Michael. **Descobrimo a notícia**: uma história social dos jornais nos Estados Unidos. Petrópolis: Vozes, 2010.

SEABRA, Roberto; SOUSA, Vivaldo de (org.). **Jornalismo político**: teoria, história e técnicas. Rio de Janeiro: Record, 2006.

SEREZA, Haroldo Ceravolo. **Jornalismo independente** [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por: marcia.benetti@gmail.com em 15 jul. 2014.

SERRA, Paulo. A transmissão da informação e os novos mediadores. In: FIDALGO, Antonio; SERRA, Paulo (org.). **Informação e Comunicação online 1**. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2003.

SERRA, Paulo. A credibilidade da informação na web. **BOCC**. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2006.

SHOEMAKER, Pamela; VOS, Tim. **Gatekeeping theory**. New York: Routledge, 2009.

SILVA, Luiz Martins da. O jornalismo como teoria democrática. In: Rogério Christofolletti (org.). **Vitrine e vidraça**: crítica de mídia e qualidade no jornalismo. Vol. 1. Covilhã: LabCom Books - Universidade de Beira Interior, 2010.

SINGER, André *et al* (org). **No Planalto com a imprensa**. Entrevistas de secretários de Imprensa e porta-vozes: de JK a Lula. Recife: Fundação Joaquim Nabuco, Ed. Massangana/ Brasília: Secretaria de Imprensa – SECOM, Presidência da República, 2010. Volume 1.

SINGER, Jane. User-generated visibility: secondary gatekeeping in a shared media space. **new media & society**. Vol. 16, N. 1. London: Sage, 2014.

SINGER, Jane. Leaning Conservative: innovation and presidential campaign coverage. **International Symposium on Online Journalism**. Vol. 5, N. 1. 2015. Disponível em: <<https://isojournal.wordpress.com/2015/04/15/leaning-conservative-innovation-and-presidential-campaign-coverage-by-u-s-newspaper-websites-in-the-digital-age/>>. Acesso em: 12 jan. 2016.

SOUSA, Jorge Pedro. **Teorias da notícia e do jornalismo**. Chapecó: Argos, 2002.

SOUSA, Jorge Pedro. Tobias Peucer: progenitor da Teoria do Jornalismo. **Estudos em Jornalismo e Mídia**. Vol 1, n. 2. Florianópolis: UFSC, 2004.

SPECHT, Patrícia. Provedores de internet e empresas de tecnologia, que também lucram com a notícia, deveriam ajudar a financiá-la. Entrevista com João Canavilhas. **Revista Famecos**: mídia, cultura e tecnologia. V. 22, n. 3. Porto Alegre: PUC-RS, 2015.

STORCH, Laura. **Atividades de leitura no jornalismo online**: a reformulação do discurso jornalístico a partir da participação de leitores escritores. Dissertação de Mestrado. Porto Alegre: UFRGS, 2009.

STORCH, Laura. **O leitor imaginado no jornalismo de revista**: uma proposta metodológica. Tese de Doutorado. Porto Alegre: UFRGS, 2012.

TEIXEIRA, Tattiana. O Segredo da Pirâmide: 20 anos depois. In: AMARAL, Márcia (org.). **Olhares sobre o jornalismo**: a contribuição de Adelmo Genro Filho. Santa Maria: FACOS, 2007.

TÖNNIES, Ferdinand. Opinião pública e “a” opinião pública. In: BERGER, Christa; MAROCCO, Beatriz (org.). **A era glacial do jornalismo**: teorias sociais da imprensa. Vol. 1. Porto Alegre: Sulina, 2006.

TORTURRA, Bruno. **Olho da rua**. Revista Piauí, dez. 2013. Disponível em: <<http://revistapiaui.estadao.com.br/edicao-87/questoes-de-midia-e-politica/olho-da-rua>>. Acesso em 10 ago. 2015.

TRAQUINA, Nelson. As notícias. In: TRAQUINA, Nelson (org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega, 1999.

TRAQUINA, Nelson. A redescoberta do poder do jornalismo: análise da teoria do agendamento. In: TRAQUINA, Nelson (org.). **O poder do jornalismo: análise e textos da Teoria do Agendamento**. Coimbra: Minerva, 2000.

TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2001.

TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo**. Lisboa: Quimera, 2002.

TRAQUINA, Nelson. Jornalismo Cívico: reforma ou revolução? In: TRAQUINA, Nelson; MESQUITA, Mário (org.). **Jornalismo Cívico**. Lisboa: Livros Horizonte, 2003.

TRAUMANN, Thomas. **O jornalismo, o joio e o trigo**. Observatório da Imprensa, 07. set. 2014. Disponível em: < http://observatoriodaimprensa.com.br/interesse-publico/_ed819_o_jornalismo_o_joio_e_o_trigo/>. Acesso em: 10 jul. 2015.

TRÄSEL, Marcelo. **A pluralização no webjornalismo participativo: uma análise das intervenções no Wikinews e no Kuro5hin**. Dissertação de Mestrado. Porto Alegre: UFRGS, 2007.

TRAVANCAS, Isabel. **O mundo dos jornalistas**. São Paulo: Summus, 1993.

TRAVANCAS, Isabel. Etnografia da produção jornalística – estudos de caso da imprensa brasileira. **Brazilian Journalism Research**. Vol. 6, N. 2. Brasília: SBPJor, 2010.

TRIGUEIRO, André. **Literatura & Sustentabilidade**: André Trigueiro fala sobre o papel do jornalista. Belém: XVII Feira Pan Amazônica do Livro, 2013. Bate-papo com o pesquisador Beto Veríssimo. Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=NNUzSzP7wrU>>. Acesso em 01 set. 2015.

VAN DER WURFF, Richard; SCHOENBACH, Klaus. Civic and citizen demands of news media and journalists: what does the audience expect from good journalism? **Journalism & Mass Communication Quarterly**. London: Sage, 20 jun. 2014.

VAUGHN, Stephen. **Encyclopedia of American Journalism**. New York: Routledge, 2008.

VIANA, Natália. **Iniciativas jornalísticas inovadoras**. Observatório da Imprensa. TV Brasil. Brasília, 29 mai. 2012. Entrevista concedida a Alberto Dines. Disponível em: <<http://tvbrasil.ebc.com.br/observatorio/episodio/entrevista-com-natalia-viana#video>>. Acesso em: 10 ago. 2015.

VIANNA, Maria Daniela de Araujo. **A cobertura jornalística sobre poluição do solo por resíduos: uma análise da produção dos jornais O Estado de S.Paulo e Folha de S.Paulo da Rio-92 a 2007**. Tese de Doutorado. São Paulo: USP, 2012.

VIDAL, Delcia Maria de Mattos. **Imprensa, jornalismo e interesse público: perspectivas de renovação - a notícia cidadã.** Tese de Doutorado. Brasília: UnB, 2009.

VIEIRA, Geraldinho. **Complexo de Clark Kent.** São super-homens os jornalistas? São Paulo: Summus, 1991.

VIEIRA, Livia. **Parâmetros éticos para uma política de correção de erros no jornalismo online.** Dissertação de Mestrado. Florianópolis: UFSC, 2014.

XAVIER, Kmillia Moreira. **O rural na Veja: linguagem, imagem e poder.** Dissertação de Mestrado. Viçosa: UFV, 2007.

ZAGO, Gabriela. **Recirculação jornalística no Twitter: filtro e comentário de notícias por interagentes como uma forma de potencialização da circulação.** Dissertação de Mestrado. Porto Alegre: UFRGS, 2011.

ZAGO, Gabriela da Silva. Da circulação à recirculação jornalística: filtro e comentário de notícias por interagentes no Twitter. In: PRIMO, Alex (org.). **Interações em rede.** Porto Alegre: Sulina, 2013.

ZAGO, Gabriela. **Circulação e recirculação de narrativas do acontecimento no jornalismo em rede: a Copa do Mundo de 2014 no Twitter.** Tese de Doutorado. Porto Alegre: UFRGS, 2014.

ZAGO, Gabriela; RECUERO, Raquel. Jornalismo em microblogs: um estudo das apropriações jornalísticas do Twitter. In: SILVA, Gislene; KÜNSCH, Dimas; BERGER, Christa; ALBUQUERQUE, Afonso (org.). **Jornalismo contemporâneo: figuras, impasses e perspectivas.** Salvador: EDUFBA, 2011.

ZASK, Jöelle. Lippmann: jornalista ou filósofo? In: MAROCCO, Beatriz; BERGER, Christa (org.). **A era glacial do jornalismo: teorias sociais da imprensa.** Vol. 2. Porto Alegre: Sulina, 2008.

ZELIZER, Barbie. Memory as foreground, journalism as background. In: ZELIZER, Barbie; TENENBOIM-WEINBLATT, Karen (org.) **Journalism and memory.** London: Palgrave Macmillan, 2014.

WAGNER, Carlos. **Jornalismo e experiência profissional.** Entrevista concedida a Nilson Mariano, Julio Ribeiro e Marco Antonio Poli, com mediação de Vitor Dalla Rosa. Frente a Frente TVE. Porto Alegre, 5 ago. 2015. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=QWFToAis9Fk&feature=youtu.be>> Acesso em 10 ago. 2015.

WAINER, Samuel. **Samuel Wainer I (depoimento, 1996).** Rio de Janeiro, CPDOC/ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE IMPRENSA (ABI), 2010. Disponível em: <<http://www.fgv.br/cpdoc/historal/arq/Entrevista1015.pdf>>. Acesso em 15 jul. 2015.

WEBER, Max. Sociologia da imprensa: um programa de pesquisa. In: BERGER, Christa; MAROCCO, Beatriz (org.). **A era glacial do jornalismo**: teorias sociais da imprensa. Vol. 1. Porto Alegre: Sulina, 2006.

WHITE, David Manning. *O gatekeeper*: uma análise de caso na selecção de notícias. In: TRAQUINA, Nelson (org.). **Jornalismo**: questões, teorias e “estórias”. Lisboa: Vega, 1999.

WILLIAMS, Andy; WARDLE, Claire; WAHL-JORGENSEN, Karin. “Have they got news for us?” Audience revolution or business as usual at the BBC? **Journalism Practice**. Vol. 5, N. 1. London: Taylor & Francis Ltd., 2011.