



Autenticidade e responsabilidade: premissas para um jornalismo promotor de valores sociais

Clarissa Miranda

Universidade Federal de Santa Maria – miranda.clarissa@gmail.com

Ricardo Schaefer

Faculdade Antonio Meneghetti – ricardoschaefer@libero.it

Vicente Medeiros

Faculdade Antonio Meneghetti – vicentermedeiros@gmail.com

Eixo Temático: Humanismo & Complexidade

Resumo: Este artigo centra-se na análise da função do jornalismo na sociedade contemporânea tendo em vista a complexidade com a qual esta se apresenta e propõe a autenticação do jornalista como meio para refundação da atividade a serviço do humano e como instrumento de pedagogia social. Baseado em uma revisão bibliográfica e na visão ontopsicológica do jornalismo, delinea um perfil histórico da função e resgata o valor do humanismo ontológico como componente essencial do produto jornalístico.

Palavras-chave: jornalismo; pedagogia social; valores humanistas; autenticação do jornalista; Ontopsicologia.

Authenticity and responsibility: journalism premises for a promoter of social values

Abstract: This article focuses on the analyses of the function of journalism on the contemporaneous society having in view the complexity in which this one presents itself and proposes the authentication of the journalist as the means for the refoundation of this activity in service of human and as a tool of social pedagogy. Based on a bibliographic review and on the ontopsychological approach of the journalism, outlines a historical profile of the function and rescues the value of the ontological humanism as part of the journalistic product.

Keywords: journalism; social pedagogy; humanistic values; authentication of the journalist; Ontopsychology.

1 A função social do jornalismo

A importância social que o jornalismo exerce hoje é inegável, sendo tênue a linha entre informar a população e formar aquilo que é a opinião pública. Boa parte da realidade construída na mente de cada cidadão provém do que é notícia. Ribeiro e Fossá (2009) descrevem este poder expresso através da linguagem jornalística. “A linguagem jornalística é a normalizadora da sociedade, é ela que ameniza o caos social, e é uma forma de instaurar uma ideologia de um grupo que se verbaliza através da mídia e torna-se a ideologia dominante, que tem o poder sobre a informação” (RIBEIRO e FOSSÁ, 2009, p. 6).



Meneghetti (2011), ao analisar a situação do jornalismo contemporâneo e ressaltar a importância social da figura do jornalista, afirma que o jornalismo nunca teve, em toda a sua história, um protagonismo, uma importância, um ponto de valor tão alto.

Hoje qualquer coisa é filtrada pelo juízo jornalístico. Substancialmente, o novo pontificado, não tanto o quinto poder, mas o pontificado, a constituição cotidiana que faz a posição de um país, são os jornalistas. (...) Porque aquilo que o jornalista diz, em certo nível, faz ética, faz ideologia, faz mutação, faz sociedade. (MENEGETTI, 2011, informação verbal de curso¹).

Por meio das notícias, constitui-se uma visão de mundo absorvida, aceita e difundida pela sociedade. Uma visão que pode não necessariamente refletir a realidade, escopo originalmente apontado como um dos deveres do jornalismo. Se aquilo que vira notícia pode virar também a realidade construída no imaginário social acerca de diferentes aspectos do mundo, é possível dizer que os valores divulgados por estas notícias trarão vasto impacto no modo de vida da população, tanto para o bem, quanto para o mal. É possível, portanto, fazer questionamentos sobre qual realidade social vem sendo construída pelo discurso jornalístico. Na medida em que a informação jornalística é constituída por profissionais que têm preparação específica para tal função – os jornalistas –, está neles o critério de como deve ser esta construção da realidade.

380

Este artigo, fruto de uma revisão bibliográfica e baseado na visão do jornalismo sobre a ótica da Ontopsicologia, se coloca o desafio de expor o potencial da ação humanista do jornalismo como fusão entre valores e fatos, procurando compreender a situação atual do jornalismo, a função original da notícia, o papel humanista do jornalista na sociedade e uma proposta interdisciplinar de refundação autêntica do jornalismo como promotor de valores sociais.

2 Da pedagogia social ao jornalismo de mercado

Observar o processo de atuação de determinada atividade social de maneira distante, como a fotografia de uma realidade construída ao longo de certo período histórico, permite analisá-la criticamente e questionar se sua função radical mudou tanto quanto as

¹ Informação verbal de conferência “Jornalismo, Realidade e Sociedade” realizada no dia 3 de janeiro de 2011 na Faculdade Antonio Meneghetti, Distrito Recanto Maestro, São João do Polêsine-RS.



transformações técnicas e de valores que a humanidade vem assistindo ao longo de sua existência. No caso do jornalismo, que nasceu umbilicalmente ligado ao corpo social, a metamorfose técnica e estrutural é evidente e natural, porém, cabe questionar: sua função elementar também se alterou? Em algum momento se questionou o valor humanista do jornalismo? Isto é claro e compartilhado conscientemente por todos?

Marcondes Filho (2002) identifica cinco momentos no jornalismo que possibilitam um panorama histórico da atividade:

- *Pré-história* (1631-1789), do tipo artesanal, carrega valores jornalísticos como o espetacular e o singularmente novo (desastres, mortes, seres deformados, reis etc.). Seu meio ainda assemelhava-se ao livro e era produzido por um empreendedor isolado.

- *Primeiro Jornalismo* (1789-1830), do tipo político-literário, trazia a razão, o questionamento da autoridade, a crítica da política e a confiança no progresso. Era o jornalismo da “iluminação”. Seus agentes eram políticos, escritores, críticos e cientistas. Aqui, os fins econômicos ficavam em segundo plano e os jornais eram escritos com fins pedagógicos e de formação política.

- *Segundo Jornalismo* (1830 a aproximadamente 1900), tido como imprensa de massa, primava o “furo”, a atualidade, a “neutralidade”. Feito por jornalistas, criam-se as reportagens, as enquetes, as entrevistas, as manchetes e o investimento nas capas, logotipo e chamadas de primeira página. Neste momento, o jornalismo sofre seu primeiro grande impacto de natureza tecnológica que mudaria visivelmente sua atividade: a invenção da rotativa e dos processos de produção de jornais em massa. Também surge a mecânica por linotipos, o telégrafo e o telefone, a publicidade assume maior peso que editores e redatores e o jornal passa a ter que dar lucro. O valor pedagógico cede espaço para a imprensa sintonizada com as exigências do capital (imprensa como negócio).

- Entre 1900 e 1960, o autor aponta um *Terceiro Jornalismo*, do tipo imprensa monopolista. Surgem as grandes rubricas políticas ou literárias e as páginas-*magazines*: esporte, cinema, rádio, teatro, turismo, infantil, feminina etc., e verifica-se ainda mais influência da indústria publicitária e das relações públicas. Neste momento, a atividade era gerida por jornalistas, publicitários e relações públicas, que promovem a “indústria da consciência”, na qual a audácia e a criatividade jornalística perdem terreno para o conformismo e para a repetitividade mercadológica.



- Por último, identifica-se um *Quarto Jornalismo*, do tipo informação eletrônica e interativa, surgido por volta de 1970 e que perdura até o presente. Aqui, o jornalismo sofre sua segunda grande inovação: as tecnologias de comunicação e informação. Marcado por impactos visuais, velocidade e transparência, este momento é caracterizado pelas implantações tecnológicas com consecutivo barateamento da produção, alteração das funções do jornalista e toda a sociedade produzindo informação. Os agentes passam a ser redes e sistemas informatizados com pessoas em interface e jornalistas como prestadores de serviço.

A partir deste recorte, fica visível constatar que, de um fim pedagógico, filho legítimo da Revolução Francesa, constituído por intelectuais, a atividade jornalística passou por sucessivas transformações em direção a um “jornalismo de mercado” (PEREIRA, 2004). Torna-se, portanto premente que o profissional jornalista resgate os valores sociopedagógicos que a atividade, desde a sua origem, carrega. Constantemente situado entre polos que o reclamam – profissional liberal de consciência e trabalhador assalariado, criador e técnico, intelectual e operário, informador e propagandista, generalista e especialista (FIDALGO, 2004) –, é ele quem vai gerir a ética no seu espaço social.

Avançando as fronteiras do corpo social no que tange a função humanista do jornalismo, Meneghetti (2004) defende um formato da atividade e da notícia que sirvam de função ao humano, sobretudo pelo fato da produção de consciência. Para o autor, o jornalista é aquele que sabe colher aquela ação específica que poderia dar eficiência e profissionalismo ao indispensável serviço da imprensa. “O jornalista, quando revela os fatos, tendo ou não ciência ou intenção, *produz consciência*, portanto dentro de si é de qualquer modo *responsável*” (p. 157). Ao produzir consciência, o jornalista auxilia na formação do que é o indivíduo, mesmo sem que intencionalmente conscientize este efeito de seu trabalho. Portanto, assumindo esta responsabilidade e procurando atuar de forma a criar no indivíduo alvo da notícia uma consciência do real, das motivações que levam o mundo a ser como é – mais do que de transformar um mundo em um espetáculo com ingresso a preço do jornal do dia – o jornalista amplia a sua função social.



3 Debates éticos sobre o jornalismo contemporâneo

A produção de notícias com foco na atração de grandes audiências presente na atualidade parece apresentar um depoimento contrário à capacidade do jornalismo contemporâneo de cumprir suas originais funções. Conforme explica Coutinho (2004), corre-se um risco ao considerar a verdade jornalística como representação da realidade, pois é possível uma “transformação ou ‘desvelamento’ em uma distorção dos fatos, especialmente quando, no ritmo industrial de produção das notícias, há problemas na apuração das informações” (p. 16). Segundo Karam (1997), a ética jornalística só é possível de ser construída se considerarmos que, na particularidade do jornalismo, desdobra-se “a própria complexidade crescente da humanidade, que carrega consigo não apenas atos, fatos, versões e opiniões, mas igualmente, os valores embutidos na carga moral em que se configuram cotidianamente” (p. 42).

De fato, não nos parece mais que seja possível ao jornalista atuar à parte da complexidade de nosso tempo, uma complexidade que hoje já é vista como explicação para a sociedade em que vivemos – ótica possível para uma visão macro de nossa realidade. Em Mendes (2003), Morin explica que a cultura técnica e científica separa e compartimenta os conhecimentos, tornando difícil sua contextualização, e menciona outras problemáticas que perduraram até o século XX, como o reducionismo como método de conhecimento, o determinismo como conceito principal e a aplicação da lógica mecânica da máquina aos problemas vivos, humanos e sociais.

A complexidade se impõe primeiro como impossibilidade de simplificar; ela surge lá onde a unidade complexidade produz suas emergências, lá onde se perdem as distinções e clarezas nas identidades e causalidades, lá onde as desordens e as incertezas perturbam os fenômenos, lá onde o sujeito-observador surpreende seu próprio rosto no objeto de sua observação, lá onde as antinomias fazem divagar o curso das racionalizações (MORIN, 2005, p. 456).

Ao invés de simplificador, o jornalismo deve ser uma arena para exposição de quão complexa e plural é nossa sociedade de hoje. As reflexões de Morin (2006) sensibilizam as enormes carências de nosso pensamento e fazem compreender que um pensamento mutilador conduz a ações mutilantes. Trata-se da patologia moderna da mente que, com sua hipersimplificação, não permite ver a complexidade do real.



Na medida em que se pode assumir que os jornalistas escrevem os valores que uma sociedade carrega, a função contém em si uma responsabilidade a qual Marcondes Filho (2002) parece indicar que os jornalistas, em geral, não estão prontos para assumir. O autor aponta que a deficiência na própria formação do jornalista causa uma situação de difícil resolução entre os jovens que ingressam na profissão. Estes buscam por vezes o ideal de prestar um serviço social, mas acabam encontrando-se em um ambiente de trabalho onde se dá o predomínio de um frenético universo da comunicação com o mundo. “A instabilidade permanente de quem trata com as notícias, a eterna falta de tempo e, não raro, de competência” são fatores que tornam os jornalistas “frequentemente superficiais e incapazes de um tratamento mais denso das matérias cotidianas” (MARCONDES FILHO, 2002, p. 55).

Esta deficiência na formação pode ser complementada por outras questões que, segundo Traquina (2005), também vão cercear a produção da notícia, tais como: as forças de mercado, os constrangimentos organizacionais, as rotinas e acesso estruturado ao campo jornalístico. Souza (2005), ao estudar os fatores que influenciam a produção noticiosa, elenca as seguintes forças que interagem de forma sistemática: pessoal, das rotinas de produção, social, ideológica, cultural, do meio físico, dos dispositivos tecnológicos e histórica.

Sousa (2004) define ainda as notícias como uma construção, e não espelhos das realidades a que se referem, afirmando que “há sempre algum grau de distorção entre a realidade e as notícias” (p. 238). Com isto, torna-se compreensível por que Meneghetti (2004) sustenta que o jornalismo, hoje, só pode ser modificado por parte do jornalista. Protagonista desta mediação, para que o jornalista possa produzir uma ampliação de consciência em seu público e atuar uma forma de pedagogia social, precisa ser um operador responsável e exato.

4 A autenticação e responsabilização do jornalista

A partir dos estudos de Meneghetti (2004), que defende o jornalismo em função do homem, amplia-se o campo de estudo da atividade. Sempre ambientado no que tange o corpo social, o jornalismo pouco teve seu foco – e a análise de seus efeitos – no indivíduo enquanto humano.

Para Lucioli (2010), que pesquisou a produção da notícia com base na abordagem ontopsicológica, a refundação do jornalismo deve necessariamente partir do jornalista:



O ponto de partida é sempre o homem. A autenticação do operador é o método proposto pela escola ontopsicológica que se baseia em descobertas próprias e sobre a práxis clínica exitosa de muitos anos. Somente a exatidão e a responsabilidade do operador da informação podem tornar-se um verdadeiro estímulo ao desenvolvimento da sociedade (LUCIOLI, 2010, p. 65).

Cinaglia (2009) explica que esta exatidão pode ser alcançada a partir do método ontopsicológico pois este apresenta elementos “individuados por tantos pesquisadores, recolocando em ordem o quem, o que, a quem, como, por que, ou seja, os cinco W do jornalismo², o esquema técnico utilizado a nível internacional ao expor o fato em notícia, e sobretudo permitindo a coerência entre fato e notícia” (p. 6), ou seja, explica a autora, a “reversibilidade”.

A metodologia ontopsicológica pode contribuir com uma refundação do jornalismo, pois tem a capacidade científica demonstrada de autenticar a consciência dos seus operadores. Para Schaefer (2011), a Ontopsicologia, conhecendo o sujeito da produção da notícia, tem muito a contribuir com o jornalismo. “Restituindo ao jornalista a exatidão de consciência, a ciência ontopsicológica restitui também ao jornalismo a sua importante função social de ser mediador de realidade e ampliador de consciência dos seus destinatários” (SCHAEFER, 2011, p. 3).

5 O potencial da ação humanista do jornalismo como fusão entre valores e fatos

Mesmo ponderando acerca das problemáticas que cercam o exercício do jornalismo hoje, Marcondes Filho (2002) prevê que no futuro os jornalistas serão cada vez mais necessários: nem tanto pelo seu papel como conselheiros ou especialistas que sabem das coisas, mas sim como pessoas que terão “critério, discernimento e desenvoltura para pesquisar, localizar e utilizar toda a informação necessária à sua vida” (MARCONDES FILHO, 2002, p. 146), em meio ao crescente volume de dados circulantes. Este autor considera ainda que jornalistas, assim como filósofos, escritores, críticos e professores são o

² A autora, neste ponto, faz referência aos “5 Ws e 1 H” que norteiam o trabalho de jornalistas em todo o mundo. Em linhas bastante gerais, o “*lead*”, ou seja, o início da notícia, deve responder às questões “*who*” (quem), “*what*” (o que), “*when*” (quando), “*where*” (onde), “*why*” (por que) e “*how*” (como). Desta forma, a estrutura de uma notícia partirá de parágrafo iniciais em que, de alguma forma, se respondam estas questões. Esta estrutura de questionamentos é emprestada pelo jornalismo do paradigma proposto pelo orador romano Marco Túlio Cícero (CALDAS, 2002).



que sobrou de vivo em meio a toda maquinaria, a tecnificação oferecida pela indústria virtual do interativo e do tempo real, do universo de informações aos quais estamos submetidos, e complementa:

...não se trata hoje de lamentar processos extintos, mas, muito ao contrário, de avaliar como revitalizar os *valores decisivos* que estão sendo soterrados com toda a nova agitação social. E esses valores não são os mesmos do passado, mas aqueles que a nova época põe em risco: o trabalho atento, cuidadoso, criterioso, lento com o objeto, o componente do ser humano não redutível a *bit* (...) (MARCONDES FILHO, 2002, p. 37).

Uma vez que o jornalista é autêntico, pode ser operador eficiente da difusão das mensagens, com consequente incremento social:

[O jornalista] é invocado a ser o mediador entre o fato e a opinião do grupo ao qual dirige os seus artigos, e ao mesmo tempo o seu dever é expor os fatos do ponto de vista da objetividade, seja histórica que psicológica. Somente assim poderá contribuir não somente ao mais alto grau de conhecimento dos leitores, mas também ao mais alto grau da conscientização da objetividade histórica (LUCIOLI, 2010, p. 65).

Meneghetti (2004) expõe como o jornalista pode alcançar essa objetividade tanto histórica quanto psicológica. Para o autor, o jornalismo deve apresentar os fatos de maneira “extroversa”, ou seja, relatando-o com a já consagrada objetividade histórica, demonstrando o quanto urge historicamente aquele fato; porém também de maneira “introversa”, no sentido de que o próprio jornalista tenha clara a objetividade psicológica, que procure refletir sobre quanto ganho de consciência produz aquela notícia ao público a respeito da realidade dos fatos que ele conhece e procura mediar. Deste modo, o jornalista pode consentir, além da ampliação da informação, uma ampliação de consciência do consumidor da notícia.

Aprofundando a relevância da informação e do jornalismo na atualidade e o que deve fundamentá-lo, Karam (1997) expõe:

...é necessário que o indivíduo tenha relação com o todo, no sentido de construir tanto a humanidade quanto a si mesmo nesse processo. Para isso, precisa saber e viver relacionado à totalidade. É a forma possível de construir seu presente e seu futuro, realizando, ao mesmo tempo, sua individualidade e o gênero que integra, da maneira menos arbitrária e menos manipuladora possível. Assim, é necessário construir e fundamentar as bases ontológicas, epistemológicas, morais e éticas para a profissão do jornalista, que tem, em seu trabalho, uma perspectiva revolucionária e humanizadora (KARAM, 1997, p. 49).



A Ontopsicologia, enquanto Ontologia do homem, pode contribuir com a construção e fundamentação destas bases indicadas por Karam. Na busca da humanização e do resgate dos valores do jornalismo como atividade que preste real serviço à sociedade, Meneghetti (2011) traz proposições e expõe a necessidade dos profissionais das notícias conhecerem e buscarem o valor do humanismo perene, do humanismo ontológico.

Dirigindo-se a jovens jornalistas, expõe:

Se escrevo, falo a tantas pessoas que vão me ler, devo colocar no meu artigo uma palavra do humanismo ontológico, uma palavra do humanismo perene, do homem de sempre. Este homem que é infinito nos seus males, mas é também maravilhoso na sua criatividade. Uma responsabilidade de fundo justamente porque caíram os mitos, todos do ensinamento reconhecido. Hoje não existem mais mitos para desfazer, tudo foi nivelado. Aquilo que dizem, aquilo que sentenciam os jornalistas, este é o novo dogma social. Portanto, responsabilidade para aqueles jornalistas que querem entrar nesta extraordinária tarefa de serviço social (MENEGETTI, 2011, informação verbal de curso³).

Portanto, a partir desta refundação do jornalismo, baseada na autenticação do protagonista da produção noticiosa, poderemos produzir novamente algo que há muito tempo vem se perdendo no fazer jornalístico: uma notícia em função do humano que sirva como real instrumento de pedagogia social. A visão ontopsicológica, ao propor a autenticidade do profissional produtor da notícia como premissa do jornalismo, pode contribuir para a qualificação dos valores divulgados pelas notícias e, como consequência, para uma real evolução do humano em sociedade.

Referências

CALDAS, Álvaro (Org.). **Deu no jornal**: o jornalismo impresso na era da Internet. Coleção Ciências Sociais. São Paulo: Loyola, 2002.

CINAGLIA, Barbara. **Notícia de sistema e notícia de natureza**: a escolha do jovem. 2009. Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização Profissional em Ontopsicologia) - Departamento de Psicologia, Cátedra de Ontopsicologia. Universidade Estatal de São Petersburgo, São Petersburgo, Rússia.

COUTINHO, Iluska. O conceito de verdade e sua utilização no Jornalismo. **Revista Acadêmica do Grupo Comunicacional de São Bernardo**, São Bernardo do Campo, ano 1, nº 1, 2004. Disponível em: <<http://www2.metodista.br/unesco/GCSB/conceito.pdf>>. Acesso em: 04 set. 2011.

FIDALGO, Joaquim. Jornalistas: um perfil socioprofissional em mudança. **Comunicação e Sociedade**, Aveiro (Portugal), vol. 5, 2004.

³ Informação verbal de conferência “Jornalismo, Realidade e Sociedade” realizada no dia 3 de janeiro de 2011 na Antonio Meneghetti Faculdade, distrito Recanto Maestro – São João do Polêsine (RS).



RESPONSABILIDADE E RECIPROCIDADE

Valores Sociais para uma Economia Sustentável

KARAN, Francisco José. **Jornalismo, ética e liberdade**. São Paulo: Summus, 1997.

LUCIOLI, Tiziana. **A influência das características pessoais de um jornalista no trabalho com informação**. 2010. Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização Profissional em Ontopsicologia) - Departamento de Psicologia, Cátedra de Ontopsicologia. Universidade Estatal de São Petersburgo, São Petersburgo, Rússia.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Comunicação e jornalismo: A saga dos cães perdidos**. São Paulo: Hacker, 2002.

MENDES, Candido (Org.). **Representação e complexidade**. Rio de Janeiro: Garamond, 2003.

MENEGHETTI, Antonio. **Jornalismo, Realidade e Sociedade**. Conferência realizada na Faculdade Antonio Meneghetti. Recanto Maestro, jan. 2011.

MENEGHETTI, Antonio. **Sistema e personalidade**. Recanto Maestro: Ontopsicologica Editrice, 2004(a).

MORIN, Edgar. **Introdução ao pensamento complexo**. Porto Alegre: Sulina, 2006.

MORIN, Edgar. **O método 1: a natureza da natureza**. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2005.

RIBEIRO, Daine Bertasso; FOSSÁ, Maria Ivete Trevisan. O poder da informação na midiatização: reflexões sobre o mito da objetividade na linguagem jornalística e o contexto de produção de sentido do seu discurso. **Revista Elementa**, Comunicação e Cultura, Sorocaba, v.1, n.2, 2009. Disponível em: <http://comunicacaoecultura.uniso.br/elementa/v1_n2_04.pdf>. Acessado em: 04 set. 2011.

SCHAEFER, Ricardo. **O processo de gatekeeping na produção e percepção da notícia**. 2010. Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização Profissional em Ontopsicologia) - Departamento de Psicologia, Cátedra de Ontopsicologia, Universidade Estatal de São Petersburgo, São Petersburgo, 2010.

SOUSA, Jorge Pedro. Construindo uma Teoria Multifactorial da Notícia como uma Teoria do Jornalismo. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v.II, n.1, 1º semestre de 2005. Disponível em: <<http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/2090>>. Acesso em: 25 ago. 2011.

SOUSA, Jorge Pedro. **Elementos de teoria e pesquisa da comunicação e da mídia**. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2004.