



As finalidades do jornalismo: percepções de veículos, jornalistas e leitores

Gisele Dotto Reginato¹
Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Resumo: O objetivo do artigo é discutir as finalidades do jornalismo, a partir da percepção de veículos, jornalistas e leitores, que considero os principais sujeitos participantes do contrato de comunicação jornalístico. A metodologia utilizada é a Análise de Discurso. Foram analisados os discursos dos veículos Folha de S.Paulo, O Globo e O Estado de S. Paulo, de 85 jornalistas brasileiros e de 250 leitores. O artigo trata das principais finalidades apontadas pelos sujeitos e problematiza as aproximações e as distinções entre os seus discursos. O trabalho traz ainda uma proposta de relação de finalidades do jornalismo, sistematizada a partir dos resultados da pesquisa.

Palavras-chave: Função do Jornalismo; Discurso; Jornais; Jornalistas; Leitores.

1. Introdução

O jornalismo é tomado como objeto de reflexão em diversas áreas – como Direito, Medicina, Enfermagem e Economia – para debater questões que afetam a vida em sociedade, já que ele é historicamente legitimado por apresentar o que haveria 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,

¹ Doutora em Comunicação e Informação pela UFRGS. Jornalista na Fundação de Economia e Estatística. Integrante do Núcleo de Pesquisa em Jornalismo - UFRGS/CNPq.

com as mudanças tecnológicas, a função do jornalismo se alterou. Mas é necessário fazer uma pergunta “anterior”: afinal, **qual é a finalidade do jornalismo?**

Para responder a essa pergunta², optei pela análise das percepções³ sobre as finalidades do jornalismo. Ao selecionar que sujeitos deveriam ser analisados, usei como critério aqueles que estão envolvidos no contrato de comunicação jornalístico, a partir da condição de identidade (“quem diz e para quem”)⁴: veículos, jornalistas e leitores.

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)⁵. 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 Figura 1 resume a construção metodológica.

² As conclusões aqui apresentadas são resultado de minha tese de doutorado (REGINATO, 2016).

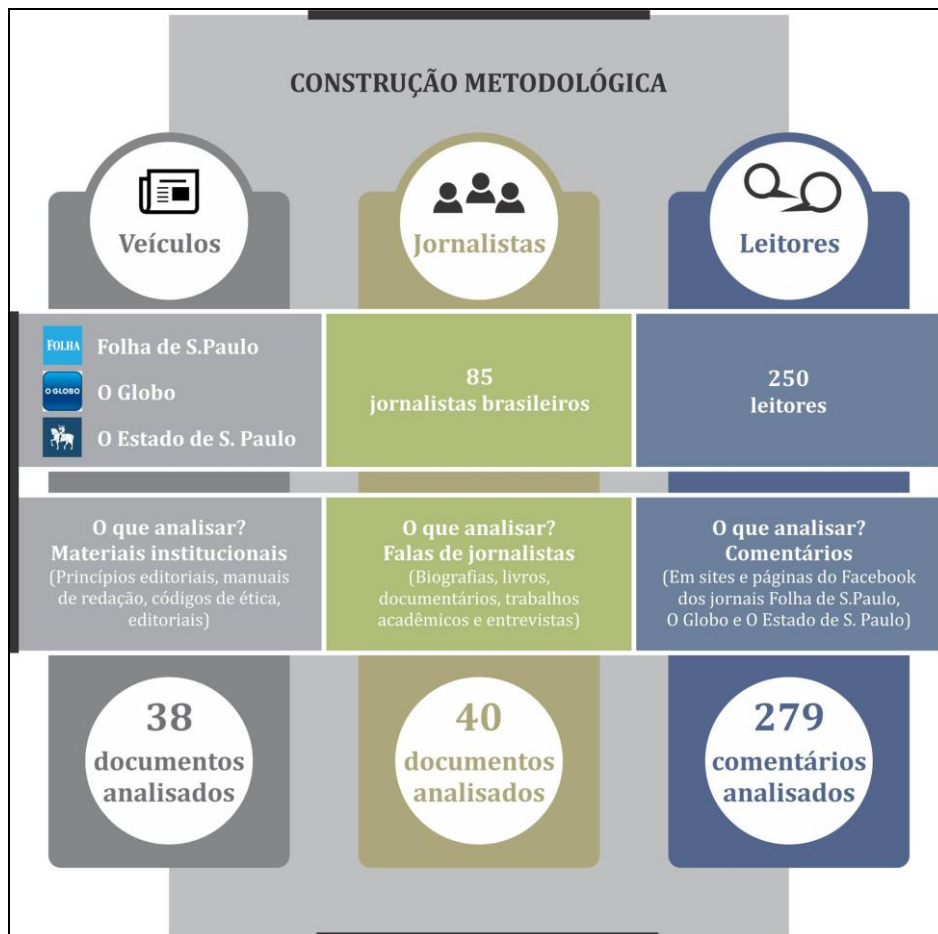
³ A percepção diz respeito à capacidade do sujeito de associar as sensações à memória e à cognição, formando conceitos sobre o mundo. Essa perspectiva da neurociência, que posiciona o sujeito como ser que conhece (e então é capaz de enunciar aquilo que percebe), é a que adoto. Percepção e cognição estão intimamente relacionadas, e, avançando para o cruzamento com as teorias do discurso, o sujeito percebe e conhece a partir de um lugar discursivo. 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 são examinados por meio do discurso verbal.

⁴ É claro que outros agentes do campo jornalístico – como organizações científicas e entidades profissionais representativas – também têm interessantes contribuições sobre o tema. No entanto, o critério de “quem diz e para quem” indica os sujeitos mais relevantes para o contrato e o reconhecimento do que é ou deve ser o jornalismo: quem enuncia (os veículos e os jornalistas) e para quem enuncia (os leitores).

⁵ As falas analisadas na pesquisa são dos seguintes **jornalistas**, listados em ordem alfabética: 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, Márión Strecker, Mauri König, Mino Carta, Miriam Leitão, Natália Viana, Nelson Blecher, Núbia Silveira, Otávio 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.

Para analisar o material advindo dos três sujeitos, utilizo o aporte teórico-metodológico da Análise do Discurso, 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 diversas maneiras (ORLANDI, 2007b). Assim, é a reiteração de sentidos, na operação do conceito de paráfrase, 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.

Figura 1 - Sistematização do corpus de análise dos sujeitos



Fonte: a autora

Compreendo que o jornalismo, como discurso, só existe na relação entre os sujeitos da interlocução (ORLANDI, 2007a) e 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, 2008). Sendo o jornalismo um gênero discursivo particular (BENETTI, 2008), este discurso só acontece se os interlocutores reconhecerem as permissões e restrições que definem esse 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**⁶. 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 move os sentidos construídos por veículos e jornalistas e que faz com que o leitor crie expectativas e faça exigências sobre o jornalismo. Benetti (2008) entende que a condição de finalidade (*para quê se diz*) rege as demais condições do contrato⁷.

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, para posicionar o lugar de onde falo e analiso as finalidades do jornalismo, parto de alguns pressupostos. Entendo que o jornalismo implica reciprocidade, ainda que assimétrica, das relações entre jornalistas, veículos e leitores; que os aspectos tecnológicos têm relação com o papel social que as notícias desempenham em cada época e

⁶ Apesar dessa escolha, que é teórica, também utilizo outros termos, como papel, função e dever. Ainda que essas palavras tenham particularidades de significado, tomo-as como sinônimos de finalidade.

⁷ As demais condições do contrato são: de propósito (*o que se diz*), de identidade (*quem diz e para quem*), de dispositivo (*em que condições se diz*) e textual (*como se diz*). O contrato de comunicação implica a existência de três elementos: a) de pelo menos dois sujeitos em relação de intersubjetividade; b) de convenções, normas e acordos que regulamentam as trocas discursivas; c) de saberes comuns que permitem que se estabeleça uma intercompreensão do todo em certa situação de comunicação (CHARAUDEAU, 2007).

que, num contexto de jornalismo em rede (HEINRICH, 2011), interações com novos sujeitos tensionam o campo jornalístico. Também penso 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.

2. O que dizem veículos, jornalistas e leitores

Na análise da percepção dos sujeitos, interessa a compreensão que eles têm das finalidades do jornalismo. O mais relevante é que o sujeito fala *estando em* uma posição de sujeito específica, que é a de veículo, de jornalista ou de leitor.

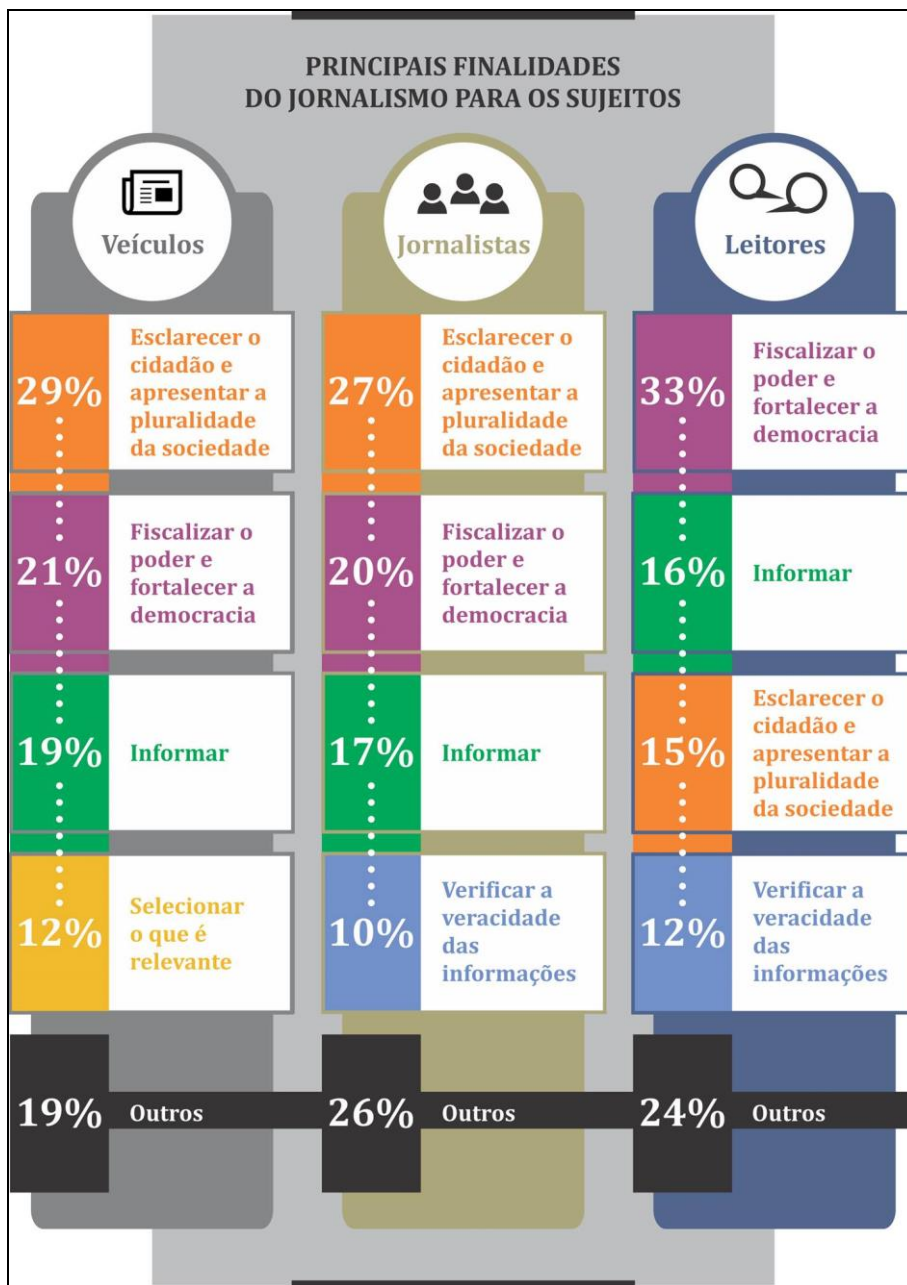
Após a sistematização dos sentidos mapeados no discurso dos três sujeitos, constatei que estão presentes as seguintes finalidades: a) fiscalizar o poder e fortalecer a democracia; b) informar; c) esclarecer o cidadão e apresentar a pluralidade da sociedade; d) verificar a veracidade das informações; 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). Abaixo, apresento algumas reflexões sobre o cruzamento das percepções entre os sujeitos, ilustrando-as com alguns exemplos de trechos e identificando em negrito as marcas que lhes dão sentido.

A pesquisa 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**. Vemos, assim, 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 desse consenso sobre as três principais finalidades, também há divergências significativas entre os discursos dos sujeitos que dão indícios para se pensar a expectativa sobre as funções do campo. Uma delas é a diferença de percepção entre as finalida-

des de verificar a veracidade das informações e de selecionar o que é relevante. 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 com os veículos enquanto organização (Figura 2).

Figura 2 – Principais finalidades do jornalismo para veículos, jornalistas e leitores



Fonte: a autora

Veículos e jornalistas consideram que **esclarecer o cidadão e apresentar a pluralidade da sociedade** é a finalidade mais importante. 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. 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.

“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?” – Jornalista Ricardo Noblat.

“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” – Jornalista Eleonora de Lucena.

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.

“O **papel social, educacional e de utilidade pública** desempenhado pelo Estadão ao longo de tantos anos se reforça a cada edição. [...] 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 Estadão⁸.

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 e deve estar ligado ao interesse público e não aos interesses individuais. O jornalismo serve para fiscalizar o Estado e fortalecer o sistema democrático: é esse o compromisso público reconhecido pelo público.

⁸ Optei por preservar a grafia dos comentários dos leitores como no original, ou seja, os eventuais erros de digitação ou gramática nos trechos foram mantidos.

“A imprensa no (B)rasil faz um **papel importante principalmente de fiscalização e vigilância...**, com a imprensa completamente ativa nossos dignísimos fazem todos os tipos de maracutaias e falcatruas..., **imaginem se não tivéssemos a imprensa..., tudo passaria despercebido, às escondidas**” – Leitor Folha.

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 que ao jornalismo cabe denunciar e também cobrar a tomada de providência por parte das autoridades cabíveis.

“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” - Estadão.

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.).

“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 **de ficar pressionando governo** e [...] **não é só governo, são poderes. Governos, empresas, organizações, movimentos e ONGs. Quem tem poder deve ser monitorado**” – Jornalista Natália Viana.

A contribuição que o jornalismo dá à democracia é destaque na fala dos três sujeitos. Para veículos, jornalistas e leitores, sem o jornalismo a democracia não existiria da mesma forma no Brasil hoje.

Os sujeitos também percebem que o jornalismo serve para **informar**. Na análise, observei que há dois níveis de compreensão 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 informa-

ção. Os veículos não apontaram essa compreensão meramente finalística sobre o papel de informar.

“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. [...] O jornalista é um pegador de notícia e um transmissor de notícia” – Jornalista Miriam Leitão.

“Jornalismo é relatar os fatos e deixar as pessoas pensarem sobre eles” – Leitor Estadão.

“JORNAL NÃO PENSA, INFORMA, RELATA OS FATOS!!!” – Leitor Folha.

O segundo nível, como um processo qualificado – que é como entendo este “dever-ser” –, está presente no 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 e com originalidade. Para os leitores, a informação deve ser imparcial, objetiva, antecipada, em tempo, completa, isenta, clara, correta e verdadeira.

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 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.

“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” – Jornalista Alice-Maria.

“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” – Jornalista Paulo Moreira Leite.

Se esse sentido é esperado do discurso dos jornalistas, já que faz parte de sua rotina profissional a 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.

“Hoje, tanto quanto ontem, precisamos de uma imprensa independente e escrava da verdade e do fato que se torna notícia” – Leitor Estadão.

“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.

A verdade, valor inestimável ao jornalismo e bastante discutido na teoria, é inexpressiva no discurso dos jornais: somente um trecho da Folha e um 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? Penso que essa lacuna é resultado do apagamento da figura do jornalista no discurso dos veículos. Considerar essa finalidade como relevante 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. Para os veículos, o jornalista é apenas aquele que deve aprender ou ser treinado para cumprir as diretrizes da linha editorial.

Além disso, os jornais parecem supor que a verdade é intrínseca a eles mesmos: se jornalismo é verdade, e se os veículos são o jornalismo, então eles são a verdade. Ao

mesmo tempo, é uma estratégia: 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.

Merece ressalva a diferença 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 lugar, mas muito próxima do quarto). 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 discurso dos jornais de referência brasileiros – cumpram eles essa finalidade ou não, faz parte do “dever-ser” que buscam construir. Ao se posicionar sobre essa função, o leitor discute a relevância das pautas, criticando os critérios para a escolha dos temas e também os enquadramentos utilizados.

“Folha de S.Paulo :’Vanessa Gerbelli está namorando protagonista de 'Milhação', 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.

“**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 Globo.

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 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 para decidir a relevância dos assuntos.

“**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.

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 nessa finalidade. Embora o jornalismo deva investigar todos os tipos de pauta, ao compreender o papel do jornalismo todos os veículos e grande parte dos jornalistas relacionam a investigação à vigilância do governo. Os leitores também acionam esse sentido como fundamental, mas vão além e percebem o investigar como necessário em diferentes pautas – 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.

“**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.

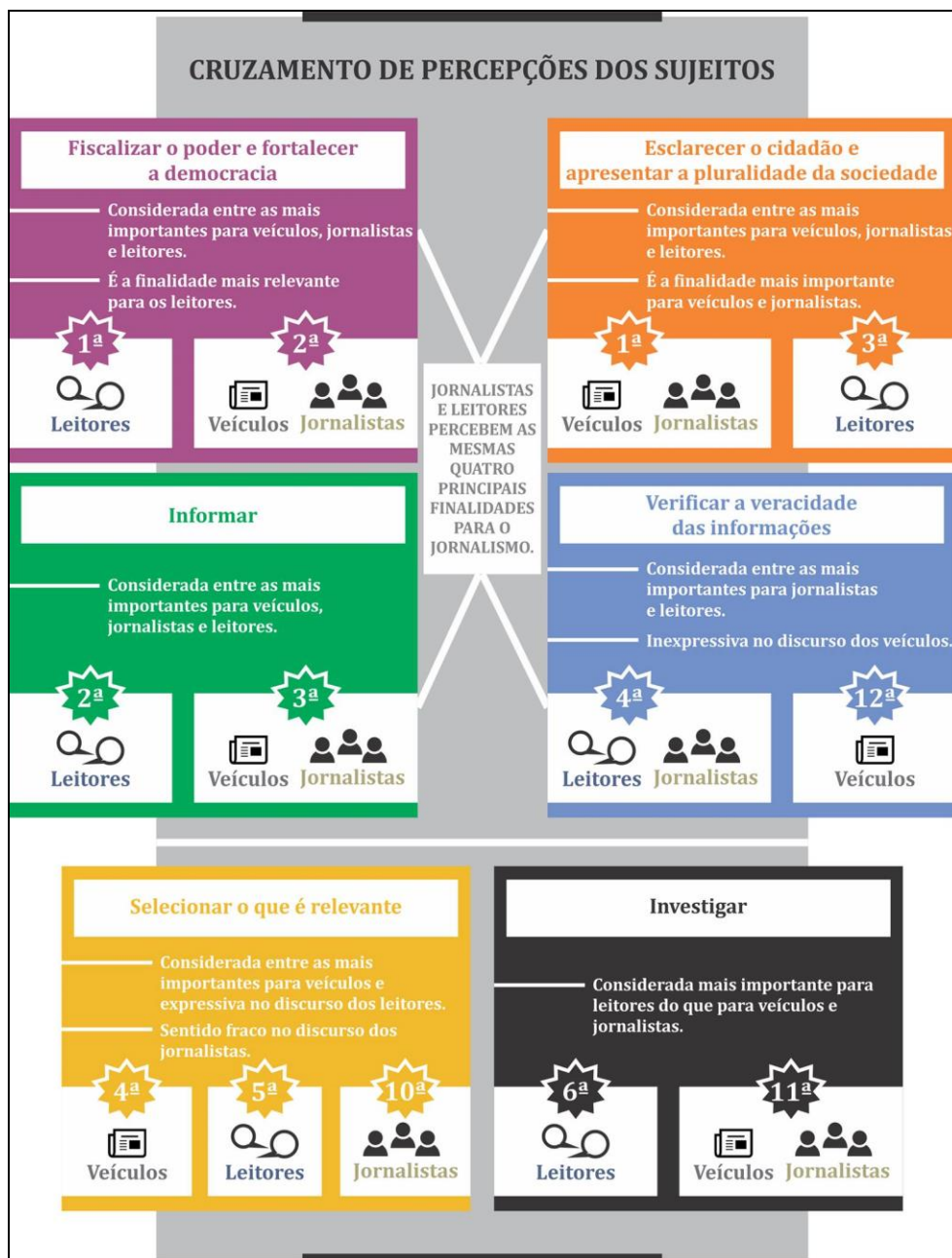
“JORNALISMO CLASSE ‘A’. Continuem assim, **corajosos, independentes e investigativos**” – Leitor Folha.

A Figura 3 resume esse cruzamento dos sentidos das finalidades mais representativas do discurso dos sujeitos.

A finalidade de **fazer a mediação entre os fatos e o leitor** é bastante discutida nas reflexões teóricas sobre o jornalismo, mas não é expressiva no discurso dos sujeitos. Quando mencionada, a mediação aparece de forma pragmática, ligada à 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, percebendo-a também no sentido de vinculação com a cidadania. A análise indica que, no geral, a mediação não é considerada pelos sujeitos da forma como a analisamos teoricamente.

O papel de **interpretar e analisar a realidade** é percebido praticamente da mesma maneira entre os três sujeitos, sendo necessário destacar que ele não aparece no discurso do Estadão. Os sujeitos apontam que o jornalismo deve explicar a realidade, contextualizando as informações e tornando-as mais compreensíveis ao público.

Figura 3 - Principais cruzamentos das percepções dos sujeitos



Fonte: a autora

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 desenvolver a sociedade e 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. Veículos e jornalistas indicam que o jornalismo pode ajudar a escrever um período e vai auxiliar no entendimento do que se passou no tempo que estamos vivendo.

O papel de **defender o cidadão** também é percebido praticamente da mesma forma no discurso dos sujeitos, os quais se referem ao papel do jornalismo de ajudar o cidadão no dia a dia, contribuindo para a “proteção” da sociedade. Eles dizem que o jornalismo é o “porta-voz” da sociedade, o “representante” dos interesses da maioria da população.

A função de **divertir** não apareceu nenhuma vez no discurso dos leitores e surgiu somente na fala de um jornalista, sendo nula ou insignificante nesses sujeitos. No entanto, é apontada nos veículos. Dois jornais de referência brasileiros (Folha de S.Paulo e O Globo) consideram que o jornal deve divertir, 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 dos demais sujeitos. A Folha de S.Paulo inclusive posiciona o leitor num lugar privilegiado em relação à informação, dizendo que ele sabe avaliar “melhor do que os jornalistas”. Outra conclusão da análise diz respeito ao avanço da tecnologia. O leitor praticamente não faz referência à correlação entre alterações tecnológicas e finalidades do jornalismo, ainda que ela esteja presente na fala de veículos e jornalistas. Para esses sujeitos, 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 aponta-

das por veículos e jornalistas – finalidades que recebem grande destaque também na teoria (REGINATO, 2016). 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. 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, temos rastros também do lugar que esses sujeitos constroem para si mesmos enquanto veículos “responsáveis”, jornalistas “compromissados” e leitores “exigentes e críticos”.

3. As finalidades do jornalismo

Após a sistematização dos discursos dos três sujeitos, elaborei uma proposta sobre as finalidades do jornalismo. A partir da reflexão teórica e da análise do que dizem veículos, jornalistas e leitores, entendo 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.

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 um papel que ele *deva* cumprir na sociedade. O jornalismo pode ser utilizado pelo leitor como uma forma de entretenimento, mas não é sua finalidade. Tanto isso é verdade, que não aparece no discurso dos leitores.

Inseri a finalidade de ajudar a entender o mundo contemporâneo porque considero que o jornalismo deve ajudar o leitor a entender sua época. Não basta mostrar tendências do que é “moderno” e de como o sujeito deve viver para estar de acordo com o “espírito do tempo” – não é disso que 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.

Essa proposta não supõe 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. Essa atividade acarreta questões para a vida prática das pessoas e para a compreensão de mundo que elas têm, então precisa estar comprometida com a vida pública.

Além disso, considero que as finalidades estão entrelaçadas. Por exemplo, 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. Já que o discurso não é estanque, mas sim uma teia em que os significados vão sendo elaborados, a separação das finalidades é um esforço de sistematização.

Penso que o bom jornalismo é aquele que cumpre as finalidades. É a finalidade que faz o jornalismo ser jornalismo. A democracia depende da qualidade desse campo, pois o jornalismo seleciona o que é relevante, visibiliza ou oculta problemas sociais e indica os enquadramentos a partir dos quais o mundo deve ser interpretado.

4. Considerações finais

A pesquisa indica que o jornalismo tem muitas finalidades a cumprir, contrariando a ideia de que o papel do jornalismo estaria reduzido na atualidade. Aliás, é isso que os leitores não só querem, como de fato exigem e tem o direito de exigir-lo. Se os veículos e os jornalistas efetivamente cumprem as finalidades aqui propostas é um questionamento que fica para ser respondido por pesquisas específicas. Minha intenção é pensar no “dever-ser” do jornalismo. As finalidades do jornalismo são o eixo definidor de uma

atividade que tem um compromisso ético e um papel social que não pode ser substituído por outra instituição.

O jornalismo não precisa sempre, em todas as pautas, cumprir todas essas finalidades. Mas ele precisa 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.

Referências

- BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e filosofia da linguagem**. São Paulo: Hucitec, 1996.
- BENETTI, Marcia. O jornalismo como gênero discursivo. **Galáxia**. N. 14. São Paulo: PUC-SP, 2008.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2007.
- 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.
- GOMIS, Lorenzo. **Teoría del periodismo**: cómo se forma el presente. Barcelona: Paidós, 1991.
- HEINRICH, Ansgard. **Network journalism**: journalistic practice in interactive spheres. London: Routledge, 2011.
- MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de textos de comunicação**. São Paulo: Cortez, 2008.
- MIGUEL, Luis Felipe. O jornalismo como sistema perito. **Tempo Social**. Revista de Sociologia da USP. V. 11, n. 1. São Paulo: USP, 1999.
- ORLANDI, Eni. **Análise de discurso**: princípios e procedimentos. Campinas: Pontes, 2007a.
- ORLANDI, Eni. **Interpretação**: autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico. Campinas: Pontes, 2007b.
- 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.
- REGINATO, Gisele Dotto. **As finalidades do jornalismo**: o que pensam veículos, jornalistas e leitores. Tese de Doutorado: UFRGS, 2016. Disponível em: <<http://goo.gl/gLYBDo>>.

SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo
14º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo
Palhoça – Unisul – Novembro de 2016

SERRA, Paulo. A credibilidade da informação na web. **BOCC**. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2006.