



Informar de modo qualificado: a finalidade central do jornalismo

Gisele Dotto Reginato¹

Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)

Resumo: Este artigo teórico discute a finalidade central do jornalismo, que é informar de modo qualificado. O trabalho traz um mapeamento de autores sobre o papel do jornalismo de informar, desde a primeira tese conhecida sobre jornalismo em 1690. Além disso, aponta que o papel de informar é primordial no discurso de veículos, jornalistas e leitores quando apontam o dever do jornalismo na sociedade. A partir do entendimento de que não se pode compreender a finalidade de informar como um processo finalístico, aponta-se que é preciso diferenciar informação de informação jornalística. Conclui-se que a informação deve ter alguns atributos, sem os quais se invalidaria classificar uma informação como jornalística. Para ser qualificada, a informação deve ser verificada, relevante, contextualizada, plural e envolvente.

Palavras-chave: jornalismo; finalidade do jornalismo; informar; informar de modo qualificado.

1. Introdução

Informar é uma das principais finalidades do jornalismo para veículos, jornalistas e leitores, conforme pesquisa realizada a partir do discurso dos três jornais de referência brasileiros (Folha de S.Paulo, O Globo e Estadão), de 85 jornalistas e de 250 leitores (REGINATO, 2016). Também é uma das finalidades centrais trazida na teoria do

¹ Doutora em Comunicação e Informação pela UFRGS, jornalista e mestre em Comunicação pela UFSM. Pesquisadora do NUPEJOR (Núcleo de Pesquisa em Jornalismo – UFRGS/CNPq). E-mail: giselereginato@gmail.com

campo historicamente, desde a primeira tese sobre jornalismo, sendo destaque em discussões clássicas das teorias do jornalismo no mundo e no Brasil, bem como em produções contemporâneas. Ao estudar essa finalidade do jornalismo, no entanto, observei que existem 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 de *informação jornalística*.

No primeiro nível, a informação é tomada como *transmissão*, como ação operacional, indicando que a realidade disponibiliza “claramente” o que deve ser noticiado e cabe ao jornalismo “apenas” relatar. A jornalista Miriam Leitão, por exemplo, diz que a função do jornalista é “pegar” e “transmitir” notícia. “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”; “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”.²

Já no segundo nível, o “informar” é construído 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, precisão, consistência, apuração, originalidade. Para os veículos analisados, a informação deve ser exclusiva, útil, completa, confiável, profunda e bem redigida. O leitor também avalia que a informação requer atributos: deve ser imparcial, objetiva, antecipada, completa, clara e verdadeira (REGINATO, 2016).

A partir disso, considero que não é suficiente afirmar que “informar” é papel do jornalismo, mas sim que o jornalismo deve “informar *de modo qualificado*”. O conceito de informar, por si só, não tem dado conta de demarcar essas distinções existentes ou de indicar que por vezes há uma naturalização do processo de transmissão da notícia, como se pudesse ser um espelho da realidade. Discordo dessa concepção de informar como processo finalístico porque “os jornalistas não são meramente fornecedores de fatos” e seu papel não pode ser reduzido e substituído por outros sistemas sociais (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2014, *on-line*). Portanto, o objetivo deste artigo teórico é discutir a

² Entrevista de Miriam Leitão concedida a Abreu e Rocha (2006).

finalidade central do jornalismo, que é informar de modo qualificado. Considero ser preciso explicitar no conceito que se trata de uma informação que, para ser jornalística, necessita de alguns atributos. E quais atributos são esses? É o que veremos ao longo deste trabalho, depois do resgate sobre o que os autores entendem pela noção de informar como papel do jornalismo. O mapeamento dos autores tem como objetivo revisar parte da literatura sobre o assunto e é cronológico, sendo que a periodização vai desde a primeira tese conhecida sobre jornalismo, de 1690.

Ressalto a compreensão que norteia este trabalho de que o jornalismo é um gênero discursivo particular (BENETTI, 2008) e esse discurso só acontece se os interlocutores reconhecerem as permissões e restrições que definem o gênero, de forma que entendendo que os sujeitos estão ligados por um contrato de comunicação (CHARAUDEAU, 2007). Um dos elementos do contrato é a condição de finalidade (para quem se diz), a partir da qual decidi escolher o termo “finalidade” para definir o recorte do trabalho³.

Além de informar de modo qualificado, as outras finalidades do jornalismo elencadas em pesquisa anterior são: 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 (REGINATO, 2016).

2. Informar: mapeamento teórico

“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 Alemanha. Em 29 parágrafos que relacionam jornalismo e história, Peucer faz um apanhado sobre como foi se construindo a ideia de “colocar por escrito a memó-

³ Apesar dessa escolha, que é teórica, também utilizo outros termos, como papel, função, obrigação e dever. Ainda que essas palavras tenham particularidades de significado, tomo-as como sinônimos de finalidade.

ria dos acontecimentos” (PEUCER, 2004, p.16). 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 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). Peucer 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.

Em 1910, Max Weber estuda a Sociologia da Imprensa e entende que ela desempenha um papel na formação da opinião pública, informando objetivamente e instruindo o público no que se refere à política e outros âmbitos (WEBER, 2006). Walter Lippmann, por volta de 1920, também trata do papel da imprensa de formação da opinião pública nas sociedades democráticas. O autor aponta 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 a “democracia primitiva imaginava que cada um de nós pudesse fazer por si mesmo” (LIPPMANN, 2008a, p.152).

Por volta de 1930, Otto Groth entende que o que é veiculado no jornalismo tem valor por causa de suas finalidades e uma delas é informar o ser humano 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).

Mais tarde, em 1954, Fraser Bond estabelece que informar é a função básica do jornalismo desde o princípio e que, além dessa função, a imprensa desenvolveu com o passar dos anos também os papéis de interpretar, servir (a comunidade, o leitor e o anunciante) e divertir. Para o teórico, essas seriam as “quatro razões de ser fundamentais” do jornalismo e, para cumpri-las, a obrigação do jornalismo é adotar os seguintes valores: 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 (em notícias e anúncios); responsabilidade (manter-se livre da influência de qualquer interesse) e decência (na linguagem e maneira de obter as notícias) (BOND, 1959).

É dessa época também, de 1956, a teoria da responsabilidade social, resgatada por Michael Kunczik (1997) para pensar as “funções da comunicação de massa”. A ideia do autor é de uma imprensa livre cujos atos são socialmente responsáveis porque dependem de certas obrigações com a sociedade. Nessa teoria, foram postuladas seis funções para os meios e uma delas seria a de “informar ao público para que este possa adotar uma ação autodeterminada” (SIEBERT *et al apud* KUNCZIC, 1997, p.7).

Em 1971, num capítulo intitulado “A função da imprensa”, Philippe Gaillard define o jornalista como um técnico da informação, que deve dar resposta às necessidades (conscientes ou não) do seu público. Segundo o autor, o jornalista deve dar ao público as informações que lhe interessam e as explicações que lhe podem ser úteis, com uma informação “completa” e “exata” (GAILLARD, 1971, p.10).

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. Já que o jornalismo deve 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, 1980, p.14).

Nelson Traquina, em 1988, aponta que o papel central do jornalismo é informar o público sem censura e “fornecer relatos dos acontecimentos julgados significativos e interessantes” (TRAQUINA, 1999, p.167). Num capítulo chamado “Para que serve o jornalismo”, de 1993, Mar de Fontcuberta considera que informar está entre as três finalidades clássicas do jornalismo, ao lado de formar (interpretar a realidade) e entreter (ocupar o ócio). A pesquisadora entende que a informação é uma condição básica para

uma sociedade livre porque uma pessoa desinformada é incapaz de tomar decisões adequadas nos diversos âmbitos da vida. Mas essa informação deve ser qualitativa e não quantitativa, já que o excesso de notícias sem nenhum filtro pode incapacitar qualquer operação de análise. Fontcuberta reforça também que as táticas empregadas para incrementar as audiências não podem implicar uma perda das responsabilidades do jornalismo nem o uso de estratégias comerciais para captar o público a qualquer preço: “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” (1993, p.147-148, tradução minha).

Também em 1993, Edvaldo Pereira Lima afirma que informar e orientar são as finalidades que delimitam o jornalismo em relação a 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 a imprensa tem o dever de informar o 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 (CORNU, 1994).

Em 2002, Jorge Pedro Sousa enfatiza a função de informar que o jornalismo possui na sociedade e que é a informação que pode permitir aos cidadãos agirem responsabilmente (SOUSA, 2002). Patrick Charaudeau, em 2005, afirma que o jornalista tem por função transmitir informação e que essa informação é composta por um conjunto de acontecimentos e saberes. Portanto, dois papéis são fundamentais ao jornalista: fornecer a informação (o que implica testemunhar, revelar, contextualizar) e explicar a informação (CHARAUDEAU, 2007).

Em 2008, Michael Schudson resume como sete as finalidades do jornalismo, a partir de uma perspectiva de que a notícia pode fortalecer a democracia. A primeira trazida pelo autor é “fornecer informação”, permitindo que os cidadãos construam a opinião dotados do maior número possível de ferramentas e, assim, o jornalismo permitiria potencializar a participação cívica. As outras finalidades trazidas pelo autor são: inves-

tigação; análise; mobilização; fórum público; empatia social; promover e divulgar a própria democracia.

Em 2010, Isabel Travancas aponta que informar é uma das finalidades da imprensa, ao lado de opinar, prestar serviços, divertir e mediar. A pesquisadora avalia que, ao analisar a rotina de jornalistas, percebe que essas finalidades variam de importância conforme os veículos (TRAVANCAS, 2010).

Ao discutir que informar é papel central do jornalismo, os autores mais contemporâneos destacam qualificações que a informação deve ter, como é ressaltado a seguir, juntamente como a proposta de quais atributos a informação qualificada deve ter.

3. Informar de modo qualificado

Está claro que informar o público é o principal objetivo do jornalismo (FONTCUBERTA, 1993) e que se trata de um objetivo nobre (TRAQUINA, 2000). Mas é preciso problematizar: que informação é essa? Defendo que se aponte a finalidade do jornalismo como informar *de modo qualificado* porque é preciso diferenciar informação de *informação jornalística*. Entender a finalidade de informar como um processo finalístico de transmissão de informação é reduzir o papel do jornalismo. Portanto, para afirmarmos que se trata de uma informação jornalística, é preciso que ela cumpra determinadas exigências. Informar de modo qualificado significa fornecer para a sociedade a síntese dos principais acontecimentos, garantindo o acesso de diferentes públicos a essa informação. Para ser qualificada, a informação deve ser: verificada, relevante, contextualizada, plural e envolvente.

Para informar de modo qualificado, um dos requisitos é que a informação seja **verificada**. Cornu (1994) diz que o jornalista é um “observador do notável” e “dizador de verdade”, por isso tem o dever de procurar, verificar, confirmar, destacar o sentido e contar os fatos dignos de serem conhecidos, apoiado num trabalho de verificação. É o mesmo que destacam Kovach e Rosenstiel (2004): para contribuir com a cultura democrática, a informação deve ser independente, fiável, rigorosa e abrangente. E, como os cidadãos são confrontados com um fluxo de dados cada vez maior, há hoje ainda mais

necessidade de fontes identificáveis dedicadas à verificação dessas informações. Fica claro, com isso, o quanto as finalidades do jornalismo estão interligadas: o papel de verificar a veracidade das informações é fundamental para informar de modo qualificado (REGINATO, 2016).

Lisboa e Benetti (2015) destacam que o leitor pressupõe a credibilidade do jornalismo justamente porque tem a expectativa de que o conteúdo seja verdadeiro e tenha sido submetido aos processos de verificação e edição. Franciscato (2003) também resalta que a apuração rigorosa da informação é tarefa fundamental do jornalismo que não deve ser secundarizada. Isso significa que o método – e não o jornalista – deve ser objetivo e o mais transparente possível. Kovach e Rosenstiel (2004, p.126) apontam a transparência como uma das chaves para a credibilidade porque a única maneira prática de dizer ao público o quanto o jornalista sabe é revelar o máximo possível sobre suas fontes e métodos. “Como sabemos o que sabemos? Quais são nossas fontes? Que tanto sabem elas? Que preconceitos mostram? Existem relatos conflitantes? O que não sabemos?”⁴.

A informação verificada leva à precisão, à redação correta de termos, nomes, datas, siglas, locais - elementos que não podem ser menosprezados, pois são fundamentais para a credibilidade jornalística. Kovach e Rosenstiel desenvolvem uma lista da exatidão, que é uma técnica de verificação: “O lide da matéria tem consistência? Alguém recheou, telefonou ou visitou todos os números, endereços e e-mails na matéria? E quanto aos nomes e títulos?” Além disso, “todos os que aparecem na matéria estão identificados e tiveram oportunidade de emitir seus pontos de vista? Todas as declarações são exatas e bem atribuídas, captando com precisão o que disseram os entrevistados?” (KOVACH; ROSENSTIEL, 2004, p.137-138).

Além de verificada, a informação deve ser **relevante**. A noção de relevância abarca a compreensão sobre o que é importante, mas também sobre o que é atual e útil. O jornalismo tanto seleciona o que é relevante (dever-ser, a priori) como dá relevância

⁴ Um dos leitores estudados na pesquisa demonstra exatamente essa percepção. Um leitor da Folha diz: “Que reportagem esquisita, parece roteiro de ficção: quem são as fontes? E 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” (REGINATO, 2016).

àquilo que seleciona (efeito/ atributo da informação qualificada). “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). Ou seja, o jornalismo deve cumprir uma de suas finalidades, de selecionar o que é relevante (REGINATO, 2016), e, a partir do que é relevante, enquadrar a matéria pela relevância do assunto em si, ampliando o conhecimento do leitor sobre algum tema específico e sobre o mundo para que ele possa atribuir sentido aos acontecimentos. E é importante destacar que um dos aspectos que fazem o leitor crer no jornalismo é justamente a ideia de que o jornalista fez a correta seleção dos elementos que compõem a notícia, não deixando de fora aspectos relevantes para compreender o fato (MIGUEL, 1999).

A justificativa da relevância no jornalismo surge atrelada às mudanças tecnológicas. “Numa sociedade de indivíduos dispersos e abarrotados com informação descontextualizada, uma vida pública efectiva precisa de ter uma informação relevante” (MERRITT *apud* TRAQUINA, 2003, p.12). Moretzsohn (2015) também destaca que o imediatismo e a cacofonia das redes tornam o jornalismo ainda mais necessário para filtrar o que é informação relevante e confiável, em meio à profusão de banalidades, boatos, falsidades e incorreções que circulam a todo instante. Para a pesquisadora, nesse contexto o jornalismo não precisa se reinventar, precisa sim corresponder ao ideal que o justifica e legitima socialmente: “Mudam as tecnologias, não os fundamentos. [...] Ética pressupõe autonomia e liberdade. Exige, portanto, uma luta permanente, sobretudo quando as empresas escancaram seu desrespeito a esses pressupostos” (MORRETZSOHN, 2015, *on-line*).

É preciso apontar, no entanto, que o conceito de relevância pode variar conforme o tempo e as plataformas - afinal, pode ser facilmente relativizado pela pergunta “isso é relevante para quem?” (DALMASO, 2017, p.25). Então, a atividade jornalística deverá recorrer a “parâmetros de relevância”, os quais vão depender de uma série de condições, “sejam elas culturais, institucionais, organizacionais ou qualquer outra, que se combinam numa determinada forma, a dos valores-notícia de referência” (GUERRA, 2014, p.47). O fato é que a relevância é um dos parâmetros de qualidade e desempenho do jornalismo e, para os leitores, alguns sentidos que orientam a relevância são: interesse

peçoal; novidade; assuntos públicos com importância para o interesse geral, comunitário e coletivo (DALMASO, 2017).

A informação qualificada também deve ser **contextualizada**. Anderson, Bell e Shirky (2014) apontam que os jornalistas não devem se limitar a disponibilizar informação, mas sim precisam contextualizá-la de modo que chegue ao público e nele repercuta. Para Hall *et al* (1999), inserir o acontecimento em um contexto significa colocá-lo em um quadro de significados familiares ao público: “A identificação social, classificação e contextualização de acontecimentos noticiosos em termos deste quadro de referência de fundo constitui o processo fundamental através do qual os media tornam o mundo a que eles fazem referência inteligível a leitores e espectadores” (p.226).

Dines (2009) afirma que, sem contextualização, desorganizado e fragmentado, o conhecimento pouco vale. E a contextualização da informação é ainda mais necessária quando há muita circulação de informações. Não basta recolher a informação das fontes e transformá-la em notícia; o jornalista tem hoje o trabalho da curadoria das informações e de contextualizar e explicar essas informações (CANAVILHAS *apud* SPECHT, 2015). A contextualização também vai sendo potencializada a cada matéria nova quando se trata de uma cobertura de um acontecimento e em matérias mais importantes e complexas, nas quais vão sendo acrescentadas contribuições subsequentes através de páginas editoriais, programas de entrevistas, páginas de opinião (KOVACH; ROSENSTIEL, 2004).

Lückmann e Fonseca (2017) reiteram que a importância de explicar e contextualizar se torna mais relevante na medida em que amplia a discussão em torno dos desafios impostos ao jornalismo pelo desenvolvimento das novas mídias. Para as pesquisadoras, toda informação tem sentido somente em relação a uma situação contextualizada e, no jornalismo, contextualizar é: 1) fornecer um *background* o mais detalhado possível dos acontecimentos já noticiados a respeito do mesmo tema gerador da notícia, dentro dos limites de espaço ou tecnologia disponíveis; 2) oferecer ao leitor o máximo possível de informações relevantes relacionadas aos antecedentes históricos e sociais do acontecimento transformado em notícia, que o ajude a compreender esse acontecimento.

Além disso, para ser qualificada a informação deve ser **plural**. O jornalismo deve incluir a pluralidade de fontes para expressar a diversidade de significação do mundo, o que é um direito social à informação (KARAM, 1997). Rothberg (2011, p.199) acrescenta que 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”. Quando Schudson (2008) denomina de empatia social uma das finalidades do jornalismo, a descrição que o autor utiliza fortalece essa noção de que a informação deve ser plural, pois ele aponta que o jornalismo deve revelar pontos de vista diferentes. 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).

Ao destacar o papel determinante que o jornalismo exerce na construção e ampliação da democracia e cidadania, Lago (2010, p.167) afirma que o jornalismo tem a obrigação moral de “deixar antever a multiplicidade de opiniões na sociedade”. Isso pode ser alcançado com uma informação plural que, segundo a autora, consiga incorporar a alteridade como referente, 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).

Outro atributo da informação qualificada é ser **envolvente**. Isso significa dizer que, além dos outros princípios destacados neste trabalho, o jornalista também deve ter preocupação com as técnicas narrativas para a construção da matéria, tanto no que diz respeito ao texto quanto aos aspectos visuais que ajudem a contar o fato (como fotografias, infográficos, ilustrações). A informação deve ser redigida de forma clara e original a fim de atrair atenção do leitor mesmo em temas mais complexos ou áridos. Afinal, como apontam Kovach e Rosenstiel (2004, p.243), “não existe assunto que não precise de um jornalismo envolvente e relevante”.

É claro que não se trata de contar de forma envolvente um assunto sem qualificação jornalística, sem relevância, sem interesse público, sem contexto. No entanto, o contrário também é verdadeiro: se um assunto relevante for contado de uma maneira

desinteressante pode não atrair a atenção devida do público. Isso mostra que a responsabilidade do jornalista não é só fornecer informação, mas fornecê-la de uma maneira que as pessoas se sintam inclinadas a ouvi-la, que lhe prestem atenção (KOVACH; ROSENSTIEL, 2004). Para os autores, o aspecto de envolver o leitor se encaixa no compromisso do jornalista com a população.

É por isso que, para fornecer informação às pessoas para que estas sejam livres e capazes de se autogovernar, um dos princípios trazidos por Kovach e Rosenstiel (2004, p.225) é que “os jornalistas devem apresentar o que é significativo de forma interessante e relevante”. Os pesquisadores apontam que a discussão dialética de “envolvente x relevante”/“o que as pessoas precisam versus o que as pessoas querem” não é produtiva, mas que vários problemas impedem que as notícias cheguem aos leitores de forma impactante: pressa, ignorância, clichês, preconceitos, limitações culturais. E, além disso, tempo – necessário para que o jornalista entenda bem o assunto e faça uma reportagem sólida, profunda, unindo numa única peça detalhe e contexto: “Uma matéria bem escrita, fora do clássico esquema da pirâmide invertida, exige tempo. É, no final das contas, um exercício estratégico que envolve muito mais que juntar fatos em frases curtas, declaratórias. E tempo é um luxo que os jornalistas sentem ter cada vez menos” (p.227).

Para cumprir a finalidade de informar de modo qualificado, os jornalistas teriam então dois desafios: “O primeiro desafio é encontrar a informação de que as pessoas precisam para tocar suas vidas. O segundo desafio é tornar essa informação significativa, relevante e envolvente” (KOVACH; ROSENSTIEL, 2004, p.226). Tendo em vista que a informação deve captar o leitor, em meio a tantas informações circulando, as matérias devem ser atrativas e interessantes e os títulos, por exemplo, tão importantes para o acesso dos leitores às matérias via redes sociais, devem ser exatos e conter a informação necessária para a compreensão daquele fato. Na qualificação da informação 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 (REGINATO, 2016).

4. Considerações finais

Informar os cidadãos dos assuntos do momento é uma necessidade prática e democrática de uma imprensa livre e responsável (BREED, 1999) e o jornalismo deve prover à população a informação exata, honesta e completa à qual ela tem direito (CORNU, 1998). E não é só teoricamente que se aponta isso. O leitor afirma que informar é uma finalidade importante do jornalismo e demonstra que “depende” do jornalismo para ter acesso às informações (REGINATO, 2016). O leitor difere informação de opinião e interpela o jornalista para que cumpra essa finalidade: “jornalista, trabalhe direito”. Portanto, o jornalismo deve prestar este serviço: dar ao leitor a possibilidade de ficar bem informado. Se o jornalismo não cumpre a finalidade de informar de modo qualificado, não está sendo cumprida a expectativa do leitor e o leitor tenderia a cancelar a assinatura, suspender a compra, parar de curtir/seguir a página dos veículos nas redes sociais no Facebook etc. A punição por não cumprir os valores esperados se materializa com a explicitação da ruptura do contrato (BENETTI; REGINATO, 2013).

Considero que, dentre as finalidades que o jornalismo deve cumprir na sociedade, a de “informar de modo qualificado” é a mais central. Por que é a mais central? Porque avalio que, para cumprir as outras finalidades do jornalismo, é preciso informar de modo qualificado. Como cumprir a finalidade de fiscalizar o poder e fortalecer a democracia se não for apresentada ao leitor uma informação contextualizada? Como ajudar o leitor a entender o mundo contemporâneo sem dar as informações relevantes que o ajudem a dar sentido ao tempo presente? Informar de modo qualificado é a finalidade que, se não cumprida, inviabiliza o cumprimento das demais. 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 informar de modo qualificado, o que significa que deve produzir e veicular uma informação verificada, relevante, contextualizada, plural e envolvente.

As finalidades do jornalismo são 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. É o cumprimento das finalidades do jornalismo – no caso a de informar de modo qualificado – que singulariza o jornalismo enquanto gênero discursivo e

que permite ao leitor dizer: isto não é propaganda, não é ficção, não é romance; isto é jornalismo.

Referências

- ABREU, A.; ROCHA, D. (org.). **Elas ocuparam as redações**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.
- ANDERSON, C.; BELL, E.; SHIRKY, C. **Post industrial journalism: adapting to the present**. Columbia University: Tow Center for Digital Journalism, 2014.
- BELTRÃO, L. **Jornalismo interpretativo**. Porto Alegre: Sulina, 1980.
- BENETTI, M. O jornalismo como gênero discursivo. **Galáxia**. N. 14. São Paulo: PUC-SP, 2008.
- BENETTI, M; REGINATO, G. D. **A adesão do leitor ao contrato de comunicação proposto pelo jornalismo: estudo da revista Veja no Facebook**. Brasília: SBPJor, 2013.
- BOND, F. **Introdução ao jornalismo**. Rio de Janeiro: Agir, 1959.
- BREED, W. Controlo social na redação. In: TRAQUINA, N. (org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega, 1999.
- CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2007.
- CORNU, D. **Jornalismo e verdade**. Lisboa: Instituto Piaget, 1994.
- CORNU, D. **Ética da informação**. Bauru: EDUSC, 1998.
- DALMASO, S. **Jornalismo e relevância: o discurso dos leitores dos jornais de referência no Facebook**. Tese de doutorado. Porto Alegre: UFRGS, 2017.
- DINES, A. **O papel do jornal e a profissão de jornalista**. São Paulo: Summus, 2009.
- FONTCUBERTA, M. de. **La noticia: pistas para percibir el mundo**. Barcelona: Paidós, 1993.
- FRANCISCATO, C. **A fabricação do presente: como o jornalismo reformulou a experiência do tempo nas sociedades ocidentais**. São Cristóvão: Editora UFS, 2005.
- GAILLARD, P. **O jornalismo**. Lisboa: Europa-América, 1971.
- GROTH, O. Tarefas da pesquisa da ciência da cultura. In: BERGER, C.; MAROCCO, B. (org.). **A era glacial do jornalismo: teorias sociais da imprensa**. Porto Alegre: Sulina, 2006.

GUERRA, J. Uma discussão sobre o conceito de valor-notícia. In: SILVA, G.; SILVA, M.; FERNANDES, M. (Orgs.). **Crítérios de noticiabilidade**. Florianópolis: Insular, 2014.

HALL, S. *et al.* A produção social das notícias: o *mugging* nos media. In: TRAQUINA, N. (org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega, 1999.

KARAM, F. **Jornalismo, ética e liberdade**. São Paulo: Summus, 1997.

KOVACH; B.; ROSENSTIEL, T. **Os elementos do jornalismo**. Porto: Porto Editora, 2004.

KUNCZIK, M. **Conceitos de jornalismo: norte e sul**. São Paulo: EDUSP, 1997.

LAGO, C. Ensinamentos antropológicos: a possibilidade de apreensão do Outro no jornalismo. **Brazilian Journalism Research**. V. 6, N. 1. Brasília: SBPJor, 2010.

LIMA, E. **Páginas ampliadas**. Campinas: Ed. da UNICAMP, 1993.

LIPPMANN, W. O público comprador. In: MAROCCO, B.; BERGER, C. (org.). **A era glacial do jornalismo: teorias sociais da imprensa**. Porto Alegre: Sulina, 2008.

LISBOA, S; BENETTI, M. O jornalismo como crença verdadeira justificada. **Brazilian Journalism Research**. Vol. 11, n. 2. Brasília: SBPJor, 2015.

LÜCKMANN, A.; FONSECA, V. Contexto e contextualização no jornalismo: uma proposta conceitual. **Estudos em jornalismo e mídia**. Jul – Dez 2017.

MIGUEL, L. F. O jornalismo como sistema perito. **Tempo Social**. Revista de Sociologia da USP. V. 11, n. 1. São Paulo: USP, 1999.

MORETZSOHN, S. **O suicídio do jornalismo**. Observatório da imprensa, 21 abr. 2015.

PEUCER, T. Os relatos jornalísticos. **Estudos em Jornalismo e Mídia**. V. 1, n. 2, Florianópolis: UFSC, 2004.

REGINATO, G. D. **As finalidades do jornalismo: o que pensam veículos, jornalistas e leitores**. Tese de Doutorado: UFRGS, 2016.

ROTHBERG, D. **Jornalismo público**. São Paulo: Editora Unesp, 2011.

SCHUDSON, M. Entrevista a Michael Schudson. **Comunicação e Cultura**. N. 5. Lisboa: Universidade Católica Portuguesa, 2008.

SOUSA, J. **Teorias da notícia e do jornalismo**. Chapecó: Argos, 2002.

SPECHT, P. Entrevista com João Canavilhas. **Revista Famecos**. V. 22, n. 3. Porto Alegre: PUC-RS, 2015.

TRAQUINA, N. A redescoberta do poder do jornalismo: análise da teoria do agendamento. In: TRAQUINA, N. (org.). **O poder do jornalismo**. Coimbra: Minerva, 2000.

TRAQUINA, N. **Jornalismo**. Lisboa: Quimera, 2002.

TRAQUINA, N. Jornalismo Cívico: reforma ou revolução? In: TRAQUINA, N.; MESQUITA, M. (org.). **Jornalismo Cívico**. Lisboa: Livros Horizonte, 2003.

TRAVANCAS, I. Etnografia da produção jornalística. **Brazilian Journalism Research**. Vol. 6, N. 2. Brasília: SBPJor, 2010.

WEBER, M. Sociologia da imprensa: um programa de pesquisa. In: BERGER, C.; MAROCCO, B. (org.). **A era glacial do jornalismo**: teorias sociais da imprensa. Porto Alegre: Sulina, 2006.