

O FIM DA OBJETIVIDADE E DA NEUTRALIDADE NO JORNALISMO CÍVICO E AMBIENTAL

Copyright © 2008
SBP_{Jor} / Sociedade
Brasileira de Pesquisa
em Jornalismo

BEATRIZ DORNELLES
PUC-RS

RESUMO

Este artigo parte de um estudo bibliográfico em torno do jornalismo cívico norte-americano e de uma pesquisa exploratória, com análise de conteúdo e documental de dados levantados através de entrevista, questionário e exemplares de jornais de bairro e do interior, com características comunitárias, resultando numa análise comparativa entre os dois tipos de prática jornalística realizada nos anos 90 do século 20 e nos cinco primeiros anos do século 21. Este jornalismo, com marca participativa, também foi chamado de jornalismo comunitário, jornalismo engajado, jornalismo popular e jornalismo público. Em comum, todos têm o fato de centralizar os objetivos da prática da profissão no estímulo e esforço da cidadania, melhorando o debate público, revendo a vida pública e contribuindo para o aperfeiçoamento da democracia. A partir deste estudo, propomos para alguns temas que se fazem presentes na imprensa diária, especialmente o meio ambiente, o fim da prática jornalística que defende as "pseudos neutralidade, imparcialidade e objetividade".

Palavras-chave: jornalismo cívico, ambiental, objetividade, neutralidade.

INTRODUÇÃO

Estou convencida de que precisamos adotar um novo estilo de jornalismo, especialmente para o acompanhamento das questões ambientais no âmbito da sociedade. Primeiro, porque precisamos pensar não só em manter a população informada sobre os acontecimentos, especialmente sobre a ação dos homens na natureza e seus efeitos, mas porque também precisamos educá-la para que, vivendo em democracia, possa se organizar e se mobilizar para exigir ações que levem em consideração o futuro de nossos filhos e netos e de toda nossa geração.

O Rio Grande do Sul tem tradição na luta ecológica, que se iniciou nos primeiros anos da década de 70, do século passado, quando um

estudante da UFRGS impediu o governo, na época os militares, de derrubar uma árvore em uma das principais avenidas de Porto Alegre. E desde lá, com a ajuda de alguns ecologistas de destaque internacional, como, por exemplo, José Lutzemberg, a população gaúcha tem revelado especial sensibilidade em defesa do meio ambiente.

Destaco, por exemplo, que o maior número de movimentos sociais em Porto Alegre gira em torno da causa ambiental. É o assunto que possui maior divulgação dentre os 31 jornais de bairro que circulam na capital gaúcha. Também importantes reportagens premiadas nacionalmente denunciaram questões relativas ao meio ambiente.

Por isso, sobre jornalismo ambiental, nossa proposta, aliada a propostas muito semelhantes de jornalistas e pesquisadores paulistas e cariocas, é no sentido de acabar com a pseudo neutralidade e imparcialidade da imprensa. A questão não se encerra numa vertente meramente técnica, não se trata simplesmente de seguir (e reproduzir) os princípios estabelecidos pelos manuais de jornalismo, que se baseiam em conceitos discutíveis como os de objetividade, neutralidade, imparcialidade, etc., que já não nos servem mais, como também expressou Wilson da Costa Bueno, em sua proposta teórica e prática para a comunicação e o jornalismo ambiental.

Segundo Bueno (2007), a pauta ambiental surge como decorrência de uma militância cívica, não partidária. Ela sempre é complexa porque não se reduz a uma instância meramente técnica ou científica, mas agrega uma perspectiva econômica, uma vontade política, um componente sociocultural e assim por diante. “O erro está em não se perceber as conexões intrincadas entre meio ambiente, economia, cultura, política e sociedade, em reduzir, por ingenuidade ou falta de conhecimento, a pauta a uma instância particular, simplista, num reducionismo que favorece os grandes interesses”, avalia Bueno (p. 38).

O jornalismo fragmentado em editoriais, especializado, dificulta a adoção de uma perspectiva multidisciplinar, fundamental para produção de uma reportagem ambiental. Enxergar o meio ambiente sob uma perspectiva exclusiva ou majoritariamente econômica ou técnico-científica significa empobrecer a cobertura. Espera-se que os jornalistas convoquem fontes não-especializadas para o debate.

O que queremos dizer é que a pauta ambiental precisa fundamentalmente desempenhar uma função pedagógica, sistematizando conceitos, disseminando informações, conhecimentos e vivências, ou seja, dando condições para que o cidadão comum participe do debate. Estas fontes podem ser os representantes dos povos da floresta, os

agricultores familiares, os pescadores artesanais, os mateiros, os operários e trabalhadores em geral, os integrantes das nações indígenas, as ONGs ambientalistas e a vigilante dona de casa.

Para se praticar este tipo de reportagem, lembramos que vários modelos de jornalismo já foram experimentados em diversas partes do mundo, obedecendo às peculiaridades culturais. Todavia, observa-se que nos últimos 30 anos houve uma tendência para a prática do que se chamou “jornalismo participativo”, conhecido por diferentes nomes, como jornalismo comunitário, jornalismo engajado, jornalismo popular, jornalismo público, jornalismo cívico. Em comum, todos têm o fato de centralizar os objetivos da prática da profissão no estímulo e esforço da cidadania, melhorando o debate público, revendo a vida pública e contribuindo para o aperfeiçoamento da democracia.

A frustração de diferentes populações com as coberturas jornalísticas superficiais, baseadas na espetacularidade, na oportunidade de boas fotos, pela polêmica de questões secundárias, na dependência das fontes oficiais, no excesso de notícias policiais e na ausência de debates em torno de políticas públicas e de temas considerados vitais para os leitores, como é o caso das questões ambientais, levou grupos de jornalistas a quererem mudar o status quo, dividindo com a população o papel de ativista na tentativa de melhorar a qualidade de vida na comunidade e abandonando o tradicional papel de observador neutro, imparcial e objetivo.

Nos tempos atuais, não queremos mais ser neutros, observadores e, às vezes, críticos. Queremos ter um papel mais relevante; queremos contribuir para a dinamização da participação dos cidadãos nas questões que envolvem políticas públicas. Um dos melhores exemplos que temos para citar em relação a esse jornalismo é o experimentado nos Estados Unidos, chamado de “jornalismo cívico”.

Depois de aplicar diversas estratégias para uma cobertura de campanhas políticas com base na agenda dos cidadãos, em 1994, o Charlotte Observer, jornal da Carolina do Norte, lançou um projeto de jornalismo cívico em uma cidade com índices elevados de criminalidade. O jornal realizou uma série de reportagens sobre os bairros mais atingidos pelo problema da criminalidade, efetuou sondagens, contratou profissionais para coordenarem as relações com as comunidades e organizou encontros com os moradores. Entre outros resultados do projeto, houve uma queda significativa do número de crimes violentos.

Com o apoio de instituições de diferentes setores (público, privado e social), mais de 200 projetos de jornalismo cívico foram colocados em prática nos Estados Unidos procurando renovar o jornalismo norte-

americano e contribuir para dinamizar a participação dos cidadãos na vida pública. Para tanto, foram utilizadas várias técnicas de auscultação do público, objetivando identificar a “agenda dos cidadãos”. Em vários casos, os jornalistas tornaram-se parceiros ativos na procura de soluções para os problemas da comunidade.

Antes de aprofundarmos um pouco mais esse novo estilo de jornalismo, que se faz necessário nos grandes centros do Brasil, quero destacar que no Rio Grande do Sul, conforme pesquisas por mim realizadas¹, inclusive com estudo de recepção, já há diversos jornais no interior do Estado praticando um jornalismo semelhante ao cívico, bem como na capital gaúcha, através dos jornais de bairro com enfoque comunitário.

Um caminho semelhante vem sendo tratado pelo jornalista e pesquisador Wilson da Costa Bueno, ao abordar a questão da cobertura ambiental em palestras e em seus livros, o que acreditamos ser viável também para outros setores. Segundo Bueno,

o jornalismo ambiental precisa ter um caráter revolucionário, comprometido com a mudança de paradigmas, deve enxergar além das aparências e não ser complacente com aqueles que se apropriaram da temática ambiental para formar ou reforçar a imagem. Deve suspeitar sempre do discurso pretensamente preservacionista de governos e organizações, buscando contemplar, além de ações isoladas, quase sempre utilizadas como recursos mercadológicos ou propagandísticos (Idem, 2007, p. 17).

Entendemos que a proposta de Bueno pode ser aplicada em toda cobertura jornalística, especialmente na elaboração de grandes reportagens para as editorias de Política, Economia e temas sociais, constituindo-se, assim, em um redirecionamento do fazer jornalístico. Isso significa, como pontuou Bueno, “repudiar a neutralidade, tomar partido, investigar as causas e conseqüências da ação nefasta dos grupos econômicos que degradam o planeta. Consiste, sobretudo, em defender, com coragem, a necessidade premente de aumento da qualidade de vida dos cidadãos” (Ibid., p. 21).

Reconhecemos, no entanto, que não estamos propondo nenhuma novidade prática, pois a atual cobertura já é parcial, pois protege, defende e dissemina interesses empresariais, subsidiados por agências e assessorias de comunicação. O que queremos é que a imprensa passe a defender explicitamente os interesses do povo, da sociedade como um todo, e não apenas de sua elite.

Como assinala Bueno, é comum circularem relises da indústria

agroquímica com “a publicidade cínica de sua vinculação com a agricultura sustentável” (2007, p. 18), como, por exemplo, matérias sobre mineração e sobre a importância da “floresta” de eucaliptos.

Quase sempre estas matérias estão respaldadas no chamado saber técnico e têm como principal objetivo difundir os argumentos da lógica capitalista que busca relacionar aumento de lucros e produtividade com desenvolvimento. Subliminarmente, promove a apologia da padronização, da homogeneização, tentando a todo custo convencer-nos das desvantagens da diversidade, da ineficácia das soluções locais, do atraso dos conhecimentos das comunidades tradicionais, ao mesmo tempo em que deles se cercam e os patenteiam. (BUENO, 2007, p. 18)

Conforme parecer de Vandana Shiva² (Ibid.), a nova ideologia da modernização está travestida de conhecimento científico, que se dissemina pelo planeta e promove as monoculturas da mente, ou seja, a hegemonia de uma perspectiva que contempla os recursos naturais como commodities e que define como pragas tudo aquilo que não pode ser convertido rapidamente em capital.

Na prática, interpreta Bueno, a imprensa vem adotando um conceito de desenvolvimento sustentável que atende a interesses empresariais que refletem uma ideologia meramente reformista, que está mais associada ao aumento do PIB e das exportações que ao acesso à comida, à educação, à água portátil, ao saneamento básico ou a serviços de saúde. Ou seja, as matérias jornalísticas divulgadas pela imprensa, supostamente sob o paradigma da imparcialidade, neutralidade e objetividade, revelam uma visão empresarial que contempla a própria sobrevivência e trata o meio ambiente como algo que, se não for agenciado adequadamente, pode prejudicar o bom andamento dos negócios.

Esta visão, que tende a ser hegemônica mesmo entre profissionais que atuam na imprensa ambiental, reduz o meio ambiente e sua preservação a uma instância meramente econômica, desconectada de valores e princípios socioculturais e políticos. Para ela, o movimento da reforma agrária, a questão da segurança alimentar, a poluição genética, o impacto social das barragens, a ciranda financeira e mesmo as prioridades em termos de investimento em ciência e tecnologia são temas distantes e não incluídos no conceito. O conceito de desenvolvimento sustentável está contaminado, portanto, com a perspectiva econômico-financeira e é visto especialmente como um problema de gestão empresarial. Há empresários que acreditam que a sustentabilidade que interessa é aquela que garante a sobrevivência do seu próprio negócio. (BUENO, 2007, p. 20)

Entendemos, assim como Bueno, que a construção de uma vida sustentável passa pelo compromisso com a ética, o profissionalismo e a defesa irrestrita dos que passam fome, sede, não têm teto, emprego, educação, atendimento à saúde e estão submetidos a uma vida não digna.

A construção de uma vida sustentável exige a adesão imediata e permanente à pedagogia da indignação a que se referia Paulo Freire. O jornalista (ambiental)³ autêntico deve ter a capacidade e a disposição de indignar-se com as injustiças e de prover condições para que elas sejam no mínimo atenuadas (Idem, p. 22).

E por falar em Paulo Freire, há ainda um novo jornalismo, baseado na interface *Educação/Comunicação*, que nos últimos anos se dinamizou a tal ponto que se multiplicaram as pesquisas, os trabalhos teóricos, as proposições práticas envolvendo novas linhas de pesquisa nas universidades, cursos de capacitação e publicações especializadas.

Já temos um grande número de ações e reflexões voltadas à educação não-formal e informal; a leitura crítica dos meios; as experiências nas escolas de ensino médio e fundamental com produção de materiais jornalísticos impressos; as tecnologias baseadas na informática e que colocam novos desafios ao pensamento pedagógico; a formação dos chamados “educadores - expressão de Mário Kaplun que sintetiza num mesmo e neológico enunciado, a necessidade de se fazer surgir um novo tipo de profissional que consiga pensar de forma articulada duas áreas cada vez mais interdependentes na sociedade contemporânea” (CITTELI, 1999, pp. 136-7).

Vale ressaltar que Estudos da Recepção e Mediação, resultantes de interesses na cultura popular, deixam para trás o conceito do jornalismo como mero texto informativo e priorizam o enfoque da construção do significado por comunidades interpretativas, enfocando os produtos noticiosos como *agentes e fontes de construção do significado e do conhecimento*. Pode-se dizer que nesta relação entre veículo/canal e leitor/interpretante as relações que se estabelecem criam uma identidade mútua e aperfeiçoam o sentido e o significado das mensagens.

Não podemos deixar de citar, também, o sociólogo Castells, para quem surgiu uma nova economia nas últimas duas décadas, informacional e global ao mesmo tempo. Informacional porque os macro-organismos da sociedade (empresas, nações) dependem de suas capacidades de gerar, processar e distribuir informações. Global porque todas as atividades produtivas que envolvem o

consumo e a circulação de mercadorias estão organizadas em fluxos, em conectividade. Castells (1999) acredita que estamos vivendo um momento histórico que aponta a construção de uma organização humana em torno da informação e das tecnologias que geram conhecimento.

Estão em discussão as redefinições das relações entre homens, mulheres e crianças, da sexualidade e da personalidade; a consciência ambiental intrínseca às instituições com apoio político-estatal; sistemas políticos mergulhados em uma crise de legitimidade; movimentos sociais fragmentados, locais; diferenças de identidades primárias, religiosas, étnicas, territoriais, nacionais.

O papel social das mídias na atualidade deve ser entendido, então, dentro deste contexto, criado pelos sistemas de redes globais de comunicação. Estamos diante de um novo patamar de compreensão da realidade, onde nos deparamos com inúmeros atores e identidades culturais, num cenário econômico globalizado, permeado por políticas multidimensionais. Neste sentido, está evidente que as mídias ultrapassam as suas funções historicamente consideradas como “técnicas” e o trabalho realizado com as “informações” também ultrapassam os dados estatísticos (VERAS JÚNIOR, 2005, *Da informação ao conhecimento*, www.bocc.ubi.pt).

Embora os temas ligados à ciência sejam sempre vistos como “reservados” a uma elite intelectual, as publicações do gênero têm crescido de maneira significativa. Isto se explica por inúmeros fatores, entre eles, uma maior presença dos bens científicos e de alta tecnologia no cotidiano dos indivíduos; a informatização de inúmeras atividades sociais; a evolução técnica da medicina e dos medicamentos; da indústria da estética, dos cosméticos e dos eletrodomésticos, o aquecimento global, entre muitos outros fenômenos da natureza, todos impulsionando a necessidade de popularização das informações científicas.

Em Porto Alegre, por exemplo, em uma análise dos temas abordados pelos 32 jornais de bairro que circulam na capital gaúcha, verifica-se que dentre os três assuntos mais divulgados por essa imprensa está o meio ambiente. Infelizmente, as matérias apresentam as mesmas características da grande imprensa e pouco aprofundam as questões. No entanto, o tema possui cobertura permanente, estando presente em praticamente todas as edições do ano em todos os jornais de bairro.

Retornando à reflexão sobre uma nova proposta para a cobertura

do jornalismo ambiental, propomos as seguintes mudanças, tal qual o jornalismo cívico norte-americano (TRAQUINA, 2003, p. 13): ir além da missão de noticiar para uma missão mais ampla, a de ajudar a melhorar a vida pública; deixar para trás a noção do “observador desprendido” e assumir o papel de “participante justo”, conceber o público como ator na vida democrática, e não como consumidor, tornando prioritário para o jornalismo estabelecer ligações com os cidadãos.

Assim, para esse novo jornalismo, torna-se imperativo que o jornalista encoraje o envolvimento do cidadão na vida pública, desenvolvendo nos jornalistas uma nova perspectiva - a do participante justo, com a utilização de um novo conjunto de instrumentos de trabalho. Ou seja, um jornalismo mais ativo na construção de um espaço público mais vibrante e na resolução dos problemas da comunidade.

É praticamente consenso, pelo menos nos meios acadêmicos, que o jornalismo pode e deve ter um papel no reforço da cidadania, melhorando o debate público e ressuscitando a vida pública. Entendemos que deve haver, ainda, disponibilidade para quebrar velhas rotinas, um desejo de estar ligado de novo com os cidadãos e as suas preocupações, uma ênfase na discussão séria como atividade principal na política democrática e um foco nos cidadãos como atores do drama público em vez de espectadores (ROSEN, citado por TRAQUINA, 2003, p. 15).

Objetividade

Quanto ao conceito de objetividade, os pesquisadores norte-americanos, ligados a esse movimento, entendem que sua validade intelectual como epistemologia está gasta e corresponde hoje a um sentimento de justiça. Segundo eles, um outro entendimento do conceito de objetividade permanece crucial para a credibilidade do jornalismo e representa um ideal nobre e necessário em democracia. É a noção de uma verdade desinteressada, não objetiva. Mas esta credibilidade de que falam os pesquisadores está baseada numa nova teoria, baseada na preocupação e no interesse pelas questões que são importantes para a comunidade.

Entendemos que nos próximos anos será crucial para as pessoas no jornalismo declarar o fim da sua neutralidade no que diz respeito a certas questões. Segundo Rosen (Ibidem), “os jornalistas irão talvez ter dificuldades no caminho da sua própria filosofia, uma que possa substituir a objetividade por algo mais forte e, se posso formulá-lo assim, mais estimulante” (1993, p. 53).

No Brasil, Wilson da Costa Bueno, com sua proposta conceitual e

prática para o jornalismo ambiental, também aborda a questão da objetividade e neutralidade. Diz ele:

De imediato, nada de neutralidade, e a objetividade deve ser vista com restrições porque, na prática, toda reportagem, todo discurso implica uma trajetória, uma leitura e um compromisso (2007, p. 37).

Transformando a proposta de jornalismo ambiental de Bueno para o jornalismo em geral, com relação à reportagem teremos o seguinte: Uma reportagem representa um compromisso exercido a partir de uma visão particular do mundo e deve ser planejada e executada em função disso. Se a pauta, as fontes, o foco da entrevista não estiverem respaldados em um olhar multi e interdisciplinar, politicamente engajado, planetariamente comprometido, teremos uma reportagem que falseia os interesses da maioria, despossuída de poderes políticos e econômicos.

A pauta jornalística deve estar comprometida com a visão de que alguma coisa precisa ser feita, há problemas e desafios a serem enfrentados, há interesses em jogo, e o jornalismo e o jornalista podem desempenhar um papel fundamental na sua explicitação. Os fatos, em geral, não podem ser vistos de um ângulo meramente técnico ou científico, pois estão atrelados a questões econômicas, vontade política, componente sociocultural, entre outros componentes.

É considerando os diversos interesses em jogo que as propostas feitas para um novo tipo de jornalismo reafirmam as responsabilidades sociais da área numa sociedade mercantilista, onde mesmo nas redações das empresas jornalísticas os ditames do dinheiro influenciam cada vez mais as decisões editoriais. Alguns pesquisadores entusiasmados pedem uma ruptura completa com os valores dominantes e criam uma caricatura da imprensa tradicional, atacando-a como corrupta; e respondem aos críticos chamando-os de reacionários.

Destacamos, ainda, que esse tipo de jornalismo propõe-se a substituir a natureza fragmentária das práticas tradicionais da profissão por uma nova atitude baseada numa maior atenção concedida a cada tema. “Em vez de saltar de acontecimento em acontecimento, seria desejável aprofundar as matérias relevantes de modo a focar nelas a atenção da comunidade. Só assim os cidadãos poderiam deliberar com conhecimento de causa sobre as principais questões da vida comunitária” (MÁRIO MESQUITA, 2000, p. 32).

Conforme Mesquita, na origem da teorização em volta do

movimento do jornalismo cívico estiveram essencialmente três ordens de fatores: a influência das teorias do “comunitarismo”, no âmbito da filosofia política; a crítica ao comportamento dos jornalistas perante a política e os políticos, entendida como uma atitude de “ceticismo” sistemático, suscetível de contribuir para o desinteresse dos cidadãos pela vida pública; e crise de credibilidade da imprensa e, em geral, dos mídias, detectada através de estudos de opinião, efetuados de forma sistemática e subsidiados por empresas midiáticas norte-americanas.

O perfil do novo jornalista seria o de estar aberto a ver a democracia como algo que temos de criar, de reinventar, de re-imaginar. Nesse sentido, não poderão, nem deverão ser neutros em relação às questões relativas à participação das pessoas na vida política, à existência de debate político alargado e sério, ao funcionamento do sistema político e outras temáticas inerentes à existência de uma democracia política. O profissional de jornalismo não poderá ser indiferente à qualidade das práticas democráticas.

Resumidamente, estas são algumas questões que devem nortear a cobertura de questões que envolvem o meio ambiente. Pessoalmente, não acredito que no Brasil as grandes empresas de comunicação, detentoras dos principais veículos de comunicação de massa, realizem uma reforma no agir jornalístico. Mas acredito que uma imprensa paralela, alternativa à grande mídia, entre outras medidas, possa forçar importantes mudanças na prática usual do jornalismo brasileiro.

E para terminar, cito uma reflexão de Paulo Freire, em *Extensão e Comunicação* (1968, p. 52): “*A educação é comunicação e diálogo, na medida em que não é transferência de saber, mas um encontro de sujeitos interlocutores que buscam a significação dos significados*”.

| NOTAS

- 1 Venho realizando pesquisas científicas, com apoio do *CNPq* e *Fapergs*, com a imprensa interiorana e de bairro desde 1995.

- 2 Ver *Monoculturas da mente: perspectivas da biodiversidade e da biotecnologia*. São Paulo, Gaia, 2003.
- 3 O parêntese foi colocado por mim, já que Bueno apresenta sua proposta exclusivamente para os jornalistas ambientais; e eu defendo a mesma postura para todas as áreas de cobertura jornalística.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bueno, Wilson da Costa. *Comunicação, Jornalismo e Meio Ambiente: teoria e pesquisa*. São Paulo: Mojoara, 2007.

Castell, Manuel. *A sociedade em rede*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1999.

Citelli, Adilson. *Comunicação e Educação*. São Paulo: Senac, 1999.

Freire, Paulo. *Extensão ou Comunicação?* São Paulo: Paz e Terra, 12ª edição, 2002.

Mesquita, Mário. *As tendências comunitaristas no Jornalismo Cívico*. Comunicação apresentada no colóquio “Os desafios da Imprensa Regional”, promovido pelo Fórum Açoriano, na Câmara Municipal de Ponta Delgada, Portugal, 2000.

Shiva, Vandana. *Monoculturas da mente: perspectivas da biodiversidade e da biotecnologia*. São Paulo, Gaia, 2003.

Traquina, Nelson e Mesquita, Mário. *Jornalismo Cívico*. Lisbon: Livros Horizonte, 2003.

Veras Júnior, José Soares de. *Da informação ao conhecimento*. Site: www.bocc.ubi.pt. Accessed on 10/10/2007.

Beatriz Dornelles é jornalista e doutora em Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP). Desde 1993 é professora da PUC/RS.
E-mail: biacpd@pucrs.br.