

A REGRA DA TRANSPARÊNCIA COMO ELEMENTO DEMOCRATIZADOR NO PROCESSO DA PRODUÇÃO JORNALÍSTICA

Copyright © 2008
SBPJor / Sociedade
Brasileira de Pesquisa
em Jornalismo

MARTA REGINA MAIA
Metrocamp

RESUMO

A proposta deste artigo é discutir a necessidade de se ampliar o conhecimento dos leitores, ouvintes, telespectadores e internautas sobre o processo de produção da informação dos meios de comunicação no Brasil. Dentre as possibilidades está a importância dos jornalistas em revelar os bastidores da produção da informação, o qual é possível com a *Regra da Transparência*, um dos princípios intelectuais da ciência da reportagem, denominada de "Disciplina da verificação" pelos jornalistas Bill Kovach e Tom Rosenstiel. A existência de um espaço formal de relato dos métodos utilizados para a produção das matérias, que pode ocorrer por intermédio de livros ou blogs, entre outros, contribui para a democratização do acesso aos procedimentos utilizados pelos jornalistas, que, muitas vezes, não podem transmitir certos fatos e idéias por causa da linha editorial do veículo de comunicação ou ainda pela falta de tempo e espaço.

Palavras-chave: jornalismo, *Regra da Transparência*, *making of*; direito de acesso, receptores

INTRODUÇÃO

O grande fluxo de informações, disseminado pelas novas tecnologias associadas ao processo de industrialização e comercialização do jornalismo, coloca uma nova questão não só para os jornalistas, que devem ser gestores deste novo processo, mas especialmente para o público receptor¹ que, muitas vezes, é obrigado a acreditar naquilo que ouve, vê e lê sem ter uma noção mais precisa sobre o processo de produção destas mesmas informações.

Se o espírito público deve nortear a produção da informação, nada mais salutar que evidenciar quais mecanismos balizam este processo. A transparência dos recursos utilizados pelos profissionais da comunicação pode ser uma peça-chave para a compreensão dos próprios receptores sobre o resultado final veiculado nas páginas de jornais, revistas, sites, emissoras de rádio e televisão, entre outros.

Concepção da pauta, fontes utilizadas, pesquisa realizada e a edição podem ser explicitadas, colaborando assim para uma maior assimilação por parte dos receptores. O jornalismo saindo de sua redoma de vidro e estilizando informações que outrora seriam de domínio privado.

Recente pesquisa realizada pelo International Center for Media and The Public Agenda (ICMPA)² aponta que a mídia mundial não é muito transparente em sua atividade informativa. Este estudo avaliou os sites dos 25 maiores veículos do mundo utilizando cinco critérios transcritos a seguir:

1. Quais ferramentas postam correções às matérias já publicadas?
2. Quais delas fornecem detalhes sobre seus proprietários e oferecem informações sobre quaisquer outros meios e negócios destes responsáveis?
3. Quais delas publicam guias internos para repórteres (bem como são conduzidos os conflitos de interesses dos repórteres e editores)?
4. Quais delas publicam suas regras internas para matérias (bem como as fontes anônimas são utilizadas ou como a linguagem politizada é identificada)?
5. Quais delas buscam ativamente por comentários e colocações de leitores?³

O resultado deste estudo, a partir das questões expostas acima, é, no mínimo, preocupante. Apenas sete dos 25 grupos pesquisados têm ombudsman ou equivalente e nove sites das empresas pesquisadas não mantêm nenhum espaço de comunicação entre receptores e empresas. Outro dado surpreendente é que somente 11 dão destaque para as correções dos erros cometidos.

O estudo apontou os jornais *The Guardian* (inglês) e *The New York Times* (norte-americano) como os mais transparentes e indicou a revista *Time* (norte-americana) e o canal britânico de TV *Sky News* como os últimos colocados. Em uma época de concorrência tão intensa a transparência editorial e administrativa pode representar um fator diferencial no momento da decisão, pelo receptor, do seu veículo habitual de informação. No texto conclusivo da pesquisa, Sydney Schanberg, vencedor do Prêmio Pulitzer de 1976, levanta uma questão bastante pertinente:

A imprensa clama por transparência do governo, corporações, dentre outros. Mas aqui os repórteres rejeitam transparência para eles próprios, e ainda dizem que praticam o bom jornalismo. O público necessita de mais explicação, e ela somente pode vir dos próprios repórteres.⁴

O questionamento por parte dos receptores sobre a origem das informações veiculadas pelos meios de comunicação não é uma atitude usual no Brasil. Quando se trata da televisão, que detém maior índice de audiência, ainda é muito incipiente a discussão sobre os procedimentos utilizados para a hierarquização das informações, assim como sua veiculação ou não. O caso “Homer Simpson”⁵ é emblemático. Independente das visões apresentadas, o que vale ressaltar sobre o acontecimento é que ele possibilitou a discussão sobre o poder de decisão de um editor e quais são de fato os critérios utilizados para a escolha das matérias que são transmitidas para o público.

Inúmeros exemplos poderiam ser arrolados nesta introdução com o intuito de mostrar a pouca transparência dos meios de comunicação, que mantêm uma postura arrogante e tentam se afirmar como instituição isenta. De todo modo, muitos profissionais de jornalismo, mesmo com muitos limites em seu campo de atuação, tentam realizar o seu trabalho de maneira ética e responsável. Mostrar esta contradição é reconhecer que o jornalismo brasileiro, mesmo sendo construído sob bases capitalistas e portanto participante do processo de produção do capital, ainda mantém algumas brechas que, bem utilizadas, poderiam contribuir para a democratização do acesso dos receptores ao processo de produção da informação.

O objetivo deste trabalho, tendo clara a complexidade do tema, é identificar alguns sites, nacionais e estrangeiros, além de livros e blogs que oferecem mecanismos de transparência em sua consecução, já que as novas tecnologias ampliam, ao menos potencialmente, as possibilidades de compartilhamento e interação dos usuários na rede. A partir deste diagnóstico, sugere-se a utilização da chamada *Regra da transparência* no processo de produção da notícia, com o uso de alguns recursos que podem servir para o incremento de práticas jornalísticas mais democráticas e plurais como o *making of*, usado especialmente quando da participação em concursos ou blogs que possam detalhar o processo de produção da informação ou ainda livros-reportagem que acrescentem informações complementares dos mecanismos de apuração para os leitores.

Vale destacar que o profissional da área tem um papel relevante, pois independente do cerceamento que o mesmo possa sofrer em seu cotidiano, especialmente na chamada grande imprensa, ele pode encontrar algumas brechas para atuar. A produção de livros-reportagem ou a criação de blogs que demonstrem, de maneira pública, os procedimentos adotados na produção de determinadas reportagens,

que possibilitem ao receptor o conhecimento do *making of* das próprias reportagens produzidas, podem representar atitudes de comunicação condizentes com o próprio desenvolvimento tecnológico alcançado pela sociedade nas últimas décadas, que contribuiu para a disseminação da prática colaborativa na internet, por exemplo, e ainda para o crescimento do chamado jornalismo cidadão, que possibilita a entrada no campo da comunicação dos “narradores anônimos do contemporâneo” (CUNHA FILHO, 2007: 101).

O jornalismo também poderia iniciar um movimento concomitante à indústria cinematográfica que começa a tornar recorrente o recurso de mostrar o *making of* dos filmes produzidos. As inúmeras facilidades possibilitadas pelas tecnologias da informação poderiam ser mais bem aproveitadas, já que o crescimento vertiginoso do fluxo informativo apresenta uma nova perspectiva em que os leitores, ouvintes, telespectadores e internautas devem ter direito de acesso não só à informação, mas também aos mecanismos de produção da mesma.

Direito de acesso

Alguns direitos são sobejamente conhecidos e, de certa forma, consensuais. Os direitos à vida, à educação, à saúde, entre outros, representam mecanismos de defesa da própria existência humana. Entretanto, outros direitos, menos concretos, merecem atenção especial, pois fazem parte da esfera pública. O direito de comunicar é um deles, visto que na base de uma sociedade democrática está o fluxo livre e amplo de informações.

De acordo com Desmond Fischer (1982), o direito de comunicar é próprio do ser humano que tem na comunicação algo inerente à sua vida. A formulação deste autor expressa uma visão mais abrangente, que não está relacionada somente ao conteúdo a ser veiculado, mas sobretudo ao papel inter-relacional do sujeito:

Este conceito (...) enfatiza o processo de comunicar mais do que o conteúdo da mensagem. Implica participação. Sugere uma transferência interativa de informação. E, subjacente ao conceito, há uma sugestão ética ou humanitária sobre a responsabilidade de assegurar uma distribuição global mais justa dos recursos necessários para que a comunicação se torne possível. (1982: 16)

Participar do processo da comunicação, entretanto, não significa ter somente o direito de receber ou transmitir informações, mas também o direito legítimo de conhecer os caminhos que foram percorridos para

se chegar a determinada notícia ou reportagem. Inclusive, se o receptor conseguir dominar este percurso terá um olhar mais crítico, tendo assim maior capacidade de discernimento em suas escolhas, além de se gabaritar, se necessário for, a contribuir com a divulgação de informações⁶.

O desenvolvimento de novas tecnologias de informação, associadas diretamente às pesquisas na área da informática e das telecomunicações, estampa uma realidade em constante evolução, cuja noção de tempo e espaço sofre constantes alterações. Se antes havia a necessidade do deslocamento geográfico de equipes jornalísticas para a cobertura de um acontecimento, hoje por intermédio de um aparelho celular é possível fazer a captação e envio da imagem. Cria-se assim, de certa maneira, redes de informação que, organizadas ou não, tangenciam todo o fluxo comunicativo da sociedade.

No Brasil, a abertura dos meios de comunicação convencionais para a participação da sociedade ainda é recente. Algumas experiências abrem espaço para o cidadão também veicular informações e imagens, como o “FotoRepórter” do jornal *O Estado de S. Paulo*. Neste caso, os receptores podem enviar fotos jornalísticas para o site do jornal, que poderão até ser remuneradas desde que publicadas no impresso ou enviadas para agências de notícias⁷. Com mesmo intuito, o jornal *O Globo* também lançou o projeto “Eu-Repórter”, cujo conteúdo, enviado por leitores cadastrados que cedem seus direitos autorais, poderá ser publicado não só no site *O Globo Online*, mas também nos jornais *O Globo*, *Extra*, *Expresso* e *Diário de São Paulo*⁸. Outro projeto, com o diferencial por usar o *Creative Commons*⁹, é o Radar Cultura, mantido pela Fundação Padre Anchieta, de São Paulo, pretendendo ser um ambiente de relacionamento e de abertura para os ouvintes, por exemplo, ajudarem a definir parte da programação da Rádio Cultura AM, com a perspectiva de ampliação para os demais veículos da Rede¹⁰.

Esta abertura para os receptores, de todo modo, demonstra a centralidade dos meios de comunicação na contemporaneidade. Não se pode desconsiderar que novas formas de organização social advindas do processo de globalização, como a desterritorialização do trabalho, alterações no ambiente familiar, nas formas de lazer, na religião (COSTA, 2004; PAIVA, 1998) levam a criação de relações no entorno das mídias. Raquel Paiva, ao discutir aspectos da formação das comunidades tradicionais na sociedade, afirma que “ao supor um tipo comum de indivíduo (a massa), o discurso dos *mass media* se consolida no esquema de falar o tempo todo, simulando uma intimidade inexistente, propiciando ainda uma impressão de apropriação do real

e formulando parâmetro de relação e comportamento” (1998: 18). O processo de identificação deixa de ocorrer por meio do contato pessoal, condição *sine qua non* das comunidades tradicionais, organizadas pela lógica do espaço local, regional, e passa agora a ser articulado pelos meios de comunicação. São falas de chamamento à participação, de uma espécie de sensação de pertencimento àquela mídia que convoca, que conclama, e que está amparada especialmente no avanço da informática e das telecomunicações.

O que pode ser considerado importante avanço democrático concernente à emissão da informação, entretanto deve ser sempre questionado, pois é preciso considerar o avanço das fusões de grandes corporações midiáticas nas últimas décadas, que tentam centralizar esse processo. No caso do Brasil, percebe-se um movimento no sentido inclusive da entrada do capital estrangeiro que antes de 2002¹¹ não era permitido pela legislação.

Se o novo século surgiu com seis dos dez velhos grupos tradicionais de mídia ainda sob o comando das respectivas famílias (Abravanel, Civita, Frias, Marinho, Saad e Sirotsky), três entre esses sobreviventes passaram a dividir parte de seu capital com empresas estrangeiras. O grupo Abril vendeu 13,8% de suas ações a fundos norte-americanos de investimento administrados pela Capital International Inc. O Grupo *Globo* virou sócio minoritário de Rupert Murdoch na Sky Brasil e vendeu 36,5% do capital votante da NET (distribuição de TV paga) para a Telmex, grupo mexicano de telecomunicações. O Grupo Folha cedeu 20% de todo o seu capital para a Portugal Telecom, a PT, que era sua sócia, anteriormente, apenas na operação de internet, o UOL. (COSTA, 2005: 181)

Traduzindo o aspecto econômico para o campo da legislação brasileira pode se afirmar que a Constituição revela-se ampla e democrática. No Capítulo V, Da Comunicação Social, artigo 220, parágrafo 5º, assegura que “os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio”. O direito à comunicação, extremamente atual, também é garantido, mesmo de maneira genérica (embora passível de jurisprudência), pelo Capítulo dos Direitos e Deveres Individuais e Coletivos da Constituição, que em seu artigo 5º garante: “IX – é livre a expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independentemente de censura ou licença”.

Se a imprensa tem o dever de informar e a população o direito de ser informada, é preciso que novos mecanismos contribuam para que esta possibilidade acabe ocorrendo na prática, afinal o parágrafo

5º, citado anteriormente, acaba não tendo reflexo na estrutura econômica brasileira.

O aprimoramento da democracia passa também pelo direito de acesso à informação pública, assegurado pela Constituição. O inciso 33 do artigo 5º define que “todos têm direito a receber dos órgãos públicos informações de seu interesse particular, ou de interesse coletivo ou geral”. Na prática, o que ocorre é que não há uma lei que assegure de fato este direito, que inclusive somente há pouco tempo começa a ser levantado no Brasil¹². O jornalista Fernando Rodrigues, ao lançar o livro “Políticos do Brasil”, alimenta esta discussão, pois além de fornecer dados sistematizados sobre o patrimônio dos políticos em duas eleições (1998 e 2002), apresenta as dificuldades que encontrou para obter os dados junto a alguns Tribunais Regionais Eleitorais.

Outro jornalista sensível ao problema da falta de acesso à informação pública é o diretor do Centro Knight para o Jornalismo nas Américas, Rosental Calmon Alves. Ele cita como exemplo de legislação o FOIA (Freedom of Information Act), dos Estados Unidos, e a Lei de Transparência no México, países que conseguiram avançar neste aspecto e que possibilitam aos profissionais, e também a qualquer cidadão, que entrem com algum tipo de requerimento junto aos órgãos públicos com o intuito de solicitar informações que julgarem importantes. Ele ainda problematiza a questão ao alegar “que falta também no Brasil uma cultura do direito de acesso à informação ou aquilo que nos Estados Unidos se chama ‘the right to know’ (o direito de saber)”. (PONTO FINAL, 2006: 11).

O diagnóstico da esfera jornalística não é muito alentador: legislação desatualizada, já que o Código Brasileiro de Telecomunicações data de 1962, ausência de mecanismos mais efetivos de acompanhamento de suas produções e ainda um forte acento na competição de mercado. A reflexão sobre estas questões entretanto podem ser um bom sinal de maturidade, pois como alerta Caio Túlio Costa “o jornalismo tem que ser mais transparente, trazer mais *expertise* e alargar o campo de seu farol. (2005: 188).

Objetividade e captação

Conhecer a metodologia empregada pelo jornalista em seu trabalho deveria ser uma prerrogativa do receptor, já que o intenso fluxo de informações, muitas vezes, mais confunde do que esclarece. Para compreender melhor é preciso refletir, mesmo que de maneira breve, sobre o conceito de objetividade nesse campo.

Muitos veículos de comunicação sequer tomam alguns cuidados

específicos no fazer jornalístico, como a checagem das informações, equilíbrio e diversificação das fontes, além da objetividade. Objetividade compreendida não como neutralidade ou imparcialidade, já que é importante a interpretação dos fatos, mas como um método de apresentar a realidade que, por ser muito complexa, não tem como ser mostrada de maneira unívoca. O jornalista Perseu Abramo ajuda a elucidar esta discussão:

O reino da *objetividade* é a informação, a notícia, a cobertura, a reportagem, a análise, assim como o reino da *tomada de posição* é a opinião, o comentário, o artigo, o editorial. É fundamental separar e distinguir informação de opinião, indicar as diferenças de conteúdo e forma dos gêneros jornalísticos, e apresentar toda a produção jornalística ao leitor/telespectador de forma que ele perceba imediatamente o que é exposição da realidade e o que é ajuizamento de valor (2003: 41).

Como afirma Felipe Pena (2005), a objetividade não pode ser definida em oposição à subjetividade, ao contrário, ela representa um método que pode assegurar um rigor científico ao se reportar à realidade. É válido, entretanto, ressaltar um aspecto que antecede a intervenção do repórter em seu trabalho cotidiano, que é sua capacidade de observação. Este aspecto é relevante na medida em que a objetividade não existe em absoluto, tanto ela como a subjetividade ocorrem somente em um processo relacional. Se o jornalista tem um olhar atento ao que ocorre em seu redor, se tem consciência inclusive dos limites de sua atividade profissional, ao sistematizar sua experiência terá mais condições de refletir sobre sua atividade e até tomar atitudes diferentes em situações semelhantes. A sua capacidade de autocrítica poderá contribuir para uma maior precisão em seus métodos de trabalho.

Nesta discussão aparece a dimensão ética, já que a tensão entre fontes, empresas, jornalistas e público é fato incontestável. Os interesses particulares tentam se sobrepor aos interesses coletivos na atualidade. E como diz Michael Kunczik, os “métodos inescrupulosos de coletar informações põem em perigo os direitos e a privacidade pessoais” (2002: 48). Ao relatar informações antes restritas somente aos profissionais da área, pode-se contribuir para a constituição de uma cultura democrática de interesse público.

A “disciplina da verificação” e a Regra da Transparência

Preocupados com os rumos tomados pelo jornalismo nos EUA, um grupo de jornalistas, a partir de 1997, que se autodenominou “Comitê dos Jornalistas Preocupados”, elaborou um amplo diagnóstico, durante três anos, a partir de 21 discussões públicas, com cerca de três mil depoimentos de cidadãos, além de testemunhos de 300 jornalistas. O próprio nome do livro que resultou desse trabalho, “*Os elementos do jornalismo*”, sintetiza alguns princípios que devem nortear esta atividade. Um destaque deve ser dado ao que os autores denominam como “disciplina da verificação”¹³, que representaria os princípios essenciais de uma ciência da reportagem.

Ao definir a prática jornalística como científica, portanto portadora de métodos particulares de verificação, os autores estão discutindo, no fundo, quais mecanismos devem ser utilizados pelos profissionais para que possam exercer com mais precisão a sua atividade diária.

A proliferação das mídias radicais e independentes – reforçadas pelo advento de novas tecnologias – abre novos campos de atuação, entretanto esse fenômeno não elimina a força dos grandes meios no interior da sociedade. Mesmo com os limites da prática profissional, em grande medida delineados pela grande concentração econômica dos meios de comunicação, é possível dizer que ainda há alternativas de atuação no interior destes mesmos conglomerados, mesmo porque estes ainda mantêm uma grande influência sobre o poder de decisão dos receptores. Dentre as possibilidades que se podem enumerar está a importância de se revelar os bastidores da produção da informação, o que se denomina *making of* de uma matéria¹⁴.

A existência de um espaço, formal ou não, de relato dos métodos utilizados para a produção das matérias permite ao receptor o conhecimento de certos fatos e idéias que não puderam ser veiculados por causa da linha editorial do veículo de comunicação ou ainda pela falta de tempo e espaço. Como garantem os autores de “*Os elementos do jornalismo*”:

A única maneira prática de dizer ao público o quanto sabemos é revelar o máximo possível sobre nossas 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? Chamamos isso de *Regra da Transparência*. Consideramos essa regra o mais importante elemento (grifo nosso) na criação de uma melhor disciplina da verificação. (KOVACH; ROSENSTIEL, 2003: 126)

Esta *Regra da Transparência*, muitas vezes, é difícil de ser

implementada na prática profissional por uma série de motivos, entretanto ela poderia ser implementada por intermédio do *making of*, que poderia revelar os bastidores de uma reportagem, que passa pela definição da pauta, pela pesquisa e captação até a edição, permitindo assim identificar aspectos interessantes da trajetória relatada pelo repórter. Se há uma crítica muito acentuada ao que poderia denominar de jornalismo burocrático, aquele que depende mais de telefone e Internet do que do contato com as pessoas, a revelação dos procedimentos adotados pode facilitar a identificação da presença ou ausência deste tipo de jornalismo.

A Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji) tem hoje, como uma de suas bandeiras, a proposta de inclusão de uma cláusula nos regulamentos dos concursos na área de jornalismo que incorpore o *making of* das reportagens como mais um item necessário para as inscrições. O intuito dessa proposta é criar mais um suporte para a formação dos jornalistas, ao permitir a socialização do conhecimento sobre os procedimentos utilizados na produção das matérias, além de possibilitar a transparência desta atividade.

Ao mostrar que um outro jornalismo é possível, muitos poderão argumentar que a base econômica não sustenta literalmente esta possibilidade, entretanto pode-se exemplificar esta discussão com alguns casos. É possível vislumbrar pelo menos duas perspectivas interessantes ao se relacionar jornalismo e mecanismos de transparência na prática profissional. Uma delas pode ser gerada pela transmissão direta dos acontecimentos, pois quanto menor o índice de intermediação – em especial do editor – mais próxima do real situa-se a informação. A outra é a formação de um público receptor mais crítico e consciente.

Inúmeros sites de empresas jornalísticas em todo o mundo começam a abrir espaços para a participação do leitor, como o caso do *Wisconsin State Journal*¹⁵, jornal norte-americano que utiliza a chamada “Democracy Starts Here” ao oferecer cinco matérias para que o leitor escolha qual delas deve sair na primeira página do jornal impresso no dia seguinte.

Outro exemplo bem interessante é o do *The Wall Street Journal*, jornal norte-americano, que em alguns acontecimentos relevantes mantém uma espécie de diário em tempo real, o que torna mais visível para o internauta o processo de produção da informação¹⁶.

O caso da *BBC* de Londres também é pertinente. A rede pública britânica criou um espaço¹⁷, denominado “Reporter’s Log”, em que os repórteres transmitem informações em forma de diário, o que corrobora a idéia de que a informação em estado bruto reduz o nível de interferência

e de mediação de outras pessoas.

No Brasil, um exemplo qualificado é o livro da jornalista Elvira Lobato, “Instinto de repórter” (2005). O livro descreve, de maneira minuciosa, todo o processo de produção de 11 reportagens de cunho investigativo. Esse *making of* de suas reportagens permite ao leitor saber, segundo a própria autora, qual a origem das fontes, como se desenvolve uma apuração e como se chega às fontes de informação.

O jornalista Fernando Morais, com mais de 40 anos de carreira, reuniu 12 reportagens produzidas ao longo de sua carreira no livro “Cem quilos de ouro – E outras histórias de um repórter”. Todas elas são precedidas de um breve *making of* produzido pelo autor, que expõe publicamente o processo de produção de cada reportagem. Experiências desse tipo, além de contribuir para a formação de um leitor mais proficiente na área, também são bastante importantes, por exemplo, para os estudantes e ainda para os iniciantes da carreira.

As autobiografias de jornalistas também podem ser outro importante espaço para a visualização dos bastidores de algumas reportagens. O livro de Ricardo Kotscho, “Do golpe ao Planalto: uma vida de repórter” (2006), apresenta a história recente do país e mostra os bastidores de reportagens tão importantes como a da campanha das “Diretas Já”, que ocorreu em 1984. Um livro no formato autobiográfico é fruto de observações mais autorais e por isso pode ser um pouco mais tendencioso do que outro tipo de livro-reportagem, entretanto é preciso dizer que a subjetividade aparece em qualquer campo da produção intelectual, já que “não há conhecimento ‘espelho’ do mundo objetivo. O conhecimento é sempre tradução e construção. Daí resulta que toda observação e toda concepção devem incluir o conhecimento do observador que concebe” (MORIN, 1997: 201). No caso de autobiografias, o inconveniente acaba sendo o fator tempo, pois o leitor só terá acesso às informações após um certo período, já que este tipo de livro geralmente é feito após muitos anos de labuta.

Em outro plano, já que não se trata de reportagens, mas da produção de uma biografia, está o livro do jornalista José Castello, “João Cabral de Melo Neto: o homem sem alma”. Em segunda versão, publicada em 2006, o jornalista acrescenta um capítulo denominado “Diário de tudo”, em que relata as suas impressões dos 21 encontros que manteve com o poeta entre março de 1991 e abril de 1992. O leitor tem a oportunidade de, além de ler o livro, conhecer as vantagens e as agruras de um profissional da comunicação. É o jornalista expondo também suas inquietações.

A pesquisa acadêmica também pode auxiliar nesse campo. A tese

de doutorado de Sandra Moura resultou na publicação do livro “Caco Barcellos: o repórter e o método”. A pesquisadora, que teve acesso a todo material de pesquisa do repórter, explicita a metodologia utilizada pelo premiado jornalista Caco Barcellos no processo de produção do livro-reportagem “Rota 66: a história da polícia que mata”. A obra da autora consegue mostrar algumas chaves que elucidam os procedimentos adotados pelo jornalista em suas investigações.

A Internet também se apresenta como outro importante espaço de revelações. O site mantido pelo jornalista Luiz Carlos Azenha¹⁸, por exemplo, expressa mais uma tentativa de levantar questões que não aparecem com frequência nos meios de comunicação. Neste espaço, o jornalista, com vasta experiência profissional, apresenta versões de acontecimentos, além de manter um espaço específico para os bastidores das reportagens. Segundo ele há uma determinada atmosfera em torno de um acontecimento, que torna difícil a sua reprodução na televisão: “O bate-papo com uma pessoa, a emoção de outra, a informação só confirmada meses depois. São como pedras no sapato, palavras entaladas na garganta, imagens retidas na memória. Nada disso vai ao ar”¹⁹. No espaço virtual, o encontro com outras histórias.

Os Blogs jornalísticos também passaram a ser bastante utilizados em todo o mundo. Uma pesquisa realizada nos Estados Unidos em 2006 constatou que eles são usados em 86% dos 100 maiores jornais norte-americanos na Internet (PALACIOS, 2006). Os grandes jornais brasileiros também seguem a tendência e abrem espaço para blogs, mais no sentido de ampliar o espaço de seus jornalistas, o que não deixa de demonstrar um relativo avanço concernente à emissão, mas muitos ainda resistem à utilização de ferramentas que, em geral, caracterizam os blogs, associados à noção de retroalimentação das informações, como categorias de linkbacks²⁰, por exemplo.

Outra movimentação interessante é a organização de Banco de dados sobre as metodologias utilizadas em diversas apurações, como o caso do Instituto Prensa e Sociedad (IPYS)²¹, do Peru, que revela os bastidores de diversas reportagens produzidas na América Latina. Mecanismos como esse contribuem para tornar visíveis os procedimentos adotados, já que “os jornalistas devem aplicar métodos transparentes e sistemáticos de verificação”. (KOVACH; ROSENSTIEL, 2003: 143)

As poucas experiências, embora consistentes, mostram que a transparência do processo surge muito mais devido às iniciativas de jornalistas, editoras e entidades específicas do que pelas empresas, que relutam em evidenciar os mecanismos que balizam a produção da

notícia. Se a prática profissional conseguisse seguir alguns parâmetros apresentados, por exemplo, no livro *Os elementos do jornalismo*, a própria perspectiva do uso da *Regra da Transparência* não teria muito sentido, já que ao produzir notícias e reportagens é possível deixar claro estes mecanismos na própria matéria. A questão é justamente essa, pois a busca pelo furo, associada ao imediatismo, além dos interesses mercantis, afasta o jornalismo desta possibilidade.

Nesse sentido, vale a pena exemplificar com uma pesquisa feita na Inglaterra, em que 2000 notícias foram avaliadas e o resultado mostrou que apenas 12% foram produzidas por intermédio da apuração. Os dados e análise deste material foram divulgados pelo jornalista Nick Davies, no livro "Flat Earth News", lançado no início de 2008. O termo que Davies utiliza para caracterizar o tipo de jornalismo praticado atualmente ajuda a traduzir a realidade: "churnalism". Para o jornalista Marcelo Soares²² esse trocadilho vem da expressão "churn out" que significa algo como "fazer nas coxas": "A palavra 'churn' também é usada no jargão econômico para descrever o processo pelo qual empregos são regularmente criados e destruídos conforme muda a tecnologia. O que se aplica também (...) ao trabalho dos portais. 'Churn' também significa rotatividade". Nick Davies analisa o jornalismo a partir do acompanhamento de jornalistas em seu local de trabalho e ainda por intermédio da pesquisa já citada: "Nenhum repórter que desperdiça perto de 95% de seu tempo debruçado sobre uma mesa pode provavelmente desenvolver bons *leads* ou ter bons contatos. Nenhum que conversa com tão poucas pessoas ao pesquisar 48 reportagens pode provavelmente verificar a veracidade das informações"²³.

A busca pela verdade pressupõe métodos de apuração que nem sempre são proporcionados pelas empresas jornalísticas. A busca pela transparência, tanto na captação quanto na edição das matérias, implica a discussão sobre a verdade no jornalismo. Mesmo que não se conceitue a verdade de maneira absoluta, dado que o real não é uma mera transposição da realidade, há que se considerar o fato de que um método objetivo assegura ao jornalismo uma aproximação com a verdade (mesmo que relativa). O problema é que o diagnóstico demonstra a dificuldade deste campo profissional em se aproximar desta máxima, como tão bem argumenta Nick Davies:

Eu penso que a razão mais comum pela qual falhamos ao dizer a verdade é simplesmente porque não sabemos o que é a verdade. E "Flat Earth News" sugere que agora, mais do que nunca, nós parecemos estar engajados na produção em massa da ignorância por causa das

corporações e as “estatísticas” que nos saturam têm tirado nossa capacidade, aumentado nossa demanda e nos mantido em nossas mesas, então geralmente nós simplesmente perdemos a capacidade de sair e fazer contatos, encontrar notícias ou ainda verificar os fatos²⁴.

Considerações finais

É preciso considerar que o campo jornalístico pertence à esfera econômica que movimenta o capital, mas como toda organização que necessita de público também deve satisfações a este e portanto enfrenta as contradições inerentes a esta situação. Luiz Gonzaga Motta, ao discutir as diferenças entre os paradigmas midiocêntrico e sociocêntrico²⁵, levanta um aspecto que pode ser considerado pertinente a esta discussão: “O conteúdo do jornalismo brasileiro está repleto de tensões, reverbera as lutas e contradições sociais, abre e fecha espaços de acordo com a conjuntura” (2005: 9). É neste contexto de negociação, portanto, que se pode problematizar o papel da transparência no ambiente midiático.

A falta de transparência da mídia, tanto em relação aos aspectos de sua própria organização empresarial - que atualmente devido à existência de grandes conglomerados muitas vezes mantém interesses econômicos distintos ao interesse público - quanto à falta de divulgação do modo de produção da informação, é fato incontestável. Entretanto, ao se questionar a relação assimétrica entre o fluxo excessivo de informação e o pouco acesso aos mecanismos de funcionamento destas empresas por intermédio de uma necessidade social que é o direito de acesso do público aos mecanismos de produção da informação, pode-se delinear uma realidade com mais recursos institucionais de verificação e fiscalização. É possível pensar em uma cultura comunicacional mais efetiva, participativa e inclusiva.

O fenômeno da centralidade dos meios de comunicação, crescente no século XXI, torna muito pertinente a discussão sobre este assunto, já que o público utiliza as informações provenientes dos diversos meios para avaliar os acontecimentos e assim tomar decisões em seu cotidiano.

Se ainda há dificuldades em conseguir este tipo de espaço (*making of*) no interior dos grandes veículos, cabe então ao próprio jornalista a iniciativa de propor estes mecanismos, e alcançar, em alguns casos, uma certa autonomia, seja pela publicação de livros-reportagem e a manutenção de blogs, seja pela proposição de reportagens de cunho investigativo que possibilitem denunciar para

a sociedade situações de corrupção, de violência, entre outras. A persistência, atributo caro ao bom profissional, deve ser sempre uma das metas do fazer jornalístico.

Além de importante mecanismo de aferição das produções, na medida em que se pode vislumbrar os métodos empregados, a transparência contribui ainda para se sair de um certo círculo vicioso do chamado denunciismo que grassa na chamada grande imprensa, da inexistência da pluralidade das fontes, do uso excessivo de fontes em off e do chamado jornalismo declaratório, entre outros.

Na medida em que o público apreende este processo e faz uma leitura mais crítica dos meios, há uma possibilidade de cobrança de novos parâmetros das atividades da mídia, uma reconfiguração que, pelo menos, minimize sua articulação com o mercado e a indústria do entretenimento. A sociedade também tem o direito de se inteirar das dificuldades de acesso às informações públicas e privadas que os jornalistas sofrem em seu labor cotidiano.

Outro aspecto que deve ser levado em consideração é que o material jornalístico produzido hoje também servirá como referência para futuros pesquisadores em arquivos públicos ou particulares, estes terão assim a possibilidade de saber as dificuldades ou facilidades que o profissional de comunicação enfrentou ao produzir determinada reportagem. A disponibilização destas informações poderá contribuir para a criação de novos parâmetros de pesquisa também para o estudioso da área de comunicação.

A criação desta cultura democrática de acesso passa também pela formação dos futuros profissionais. Seria interessante que os cursos de jornalismo comesçassem a incorporar este método de transparência nos jornais-laboratório²⁶, que é o *making of*, com o intuito de despertar no futuro jornalista a importância de tornar visível todo o processo de apuração, já que o domínio das técnicas não garante, necessariamente, uma boa condução da reportagem. Este espírito reflexivo só irá colaborar para ampliar a capacidade de aprendizagem do estudante.

A consciência cidadã vai se forjando na medida em que a sociedade civil conhece as suas instituições. Se o espaço público é permeado pela presença acentuada da mídia é preciso então conhecer os instrumentos utilizados por ela para a transmissão das informações, até para poder avaliar os impactos destas na própria constituição das idéias no interior da sociedade. Somente a circulação das informações não garante um fluxo democrático da comunicação.

Na medida em que o jornalismo adquire um caráter mais científico possibilita ao próprio cidadão, de acordo com Kovach e Rosentiel (2003), o julgamento da validade da informação, além de se conhecer os procedimentos adotados. Ao conseguir adotar tais procedimentos – ainda que limitados pela configuração do campo jornalístico – os profissionais passam a conquistar mais respeito do receptor, que adquire maior capacidade de discernimento, conhecendo, avaliando e discutindo a produção da mídia, e isso se configura como iniciativa que pode ajudar a aprimorar o processo democrático no Brasil.

NOTAS

- 1 O termo aqui usado refere-se de maneira genérica aos leitores, telespectadores, ouvintes e internautas.
- 2 O ICMPA foi criado em 2006 pela Universidade de Maryland, nos Estados Unidos.
- 3 Disponível em http://www.icmpa.umd.edu/pages/studies/transparency/z_study_conclusions.html. (Tradução da autora).
- 4 Tradução livre de “The press calls for transparency by government, corporations, and everyone else. But here the reporters reject transparency for themselves, and yet they say they are practicing good journalism. The public needs a fuller explanation, and that can only come from the reporters themselves. Disponível em http://www.icmpa.umd.edu/pages/studies/transparency/z_study_conclusions.html. Acesso 02/12/2007.
- 5 Após presenciar reunião de pauta do Jornal Nacional, em novembro de 2005, o jornalista Laurindo Lalo Leal Filho escreveu suas impressões na Revista Carta Capital, revelando que William Bonner, apresentador do telejornal de maior audiência no Brasil, compara o telespectador brasileiro ao personagem de desenho estadunidense Homer Simpson, o

que gerou um grande debate, pelo menos entre os profissionais da área.

- 6 Um caso emblemático no Brasil é o da aposentada, de 80 anos, que, em 2005, filmou de seu apartamento toda a movimentação do tráfico de drogas na Ladeira dos Tabajaras em Copacabana, zona sul do Rio de Janeiro, contribuindo assim para a produção de reportagens publicadas no jornal Extra e que culminou ainda com uma investigação policial que resultou em dezenas de prisões de policiais e traficantes.
- 7 Disponível em <http://www.estadao.com.br/imagens/fotoreporter/index.htm>.
- 8 Disponível em <http://oglobo.globo.com/participe/>.
- 9 Esta licença garante os direitos autorais, entretanto permite que o autor autorize a republicação ou reprodução de sua obra em outras mídias.
- 10 Disponível em <http://www.radarcultura.com.br/capa>.
- 11 Neste ano, ocorre mudança constitucional que, entre outras questões, modifica o artigo 222 da Constituição que permitia que apenas “brasileiros natos ou naturalizados há mais de 10 anos” fossem proprietários das empresas de comunicação. Ela possibilita ao capital estrangeiro a participação de até 30% do controle acionário das empresas desse setor.
- 12 Quem atualmente lidera esta discussão no Brasil é O Fórum de Direito de Acesso a Informações Públicas.
- 13 Os autores definem cinco conceitos básicos da disciplina da verificação:
1) Nunca acrescente nada que não exista; 2) Nunca engane o público;
3) Seja o mais transparente possível sobre seus métodos e motivos; 4) Confie só no seu próprio trabalho de reportagem e 5) Seja humilde.
- 14 Importante ressaltar que esta discussão é recente, sem a existência de uma bibliografia específica.
- 15 Disponível em <http://www.madison.com/wsj/>.
- 16 A cobertura da chegada do furacão Rita no Estado do Texas, em 2005, é um exemplo nessa linha: http://online.wsj.com/public/article/SB112731385505947351-6hfWpvnjff4v1a9rCGthTgD6Yok_20060922.html
- 17 Disponível em <http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/6168777.stm>.

- 18 Disponível em <http://viomundo.globo.com>.
- 19 Disponível em < <http://viomundo.globo.com/site.php?nome=EmDestaque&edicao=44>>.
- 20 São diversos recursos que permitem notificar ao blogueiro que seu post foi comentado em outro blog, assegurando assim uma característica dos blogs, que é a retroalimentação das informações.
- 21 Disponível em http://www.ipys.org/investigacion_br.php.
- 22 Disponível em <http://evocecomisso.blogspot.com/search?updated-max=2008-11-01t13%3a11%3a00-02%3a00&max-results=10>
- 23 Available at <http://www.pressgazette.co.uk/story.asp?sectioncode=1&storycode=40117>. (Tradução da autora)
- 24 Available at <http://www.pressgazette.co.uk/story.asp?sectioncode=1&storycode=40117>. (Tradução da autora)
- 25 Para o autor, o paradigma hegemônico da pesquisa sobre o jornalismo no Brasil é o “miaciêntrico”, cuja premissa foca a atenção na mídia para observar o que o jornalismo faz com a sociedade ao “divulgar uma ‘visão de mundo’ autoritária a partir da cultura profissional e institucional, e de critérios do mercado”. Já a sociocêntrica, reconhece a midiatização na sociedade, mas “considera o jornalismo permeável às contradições sociais e às pressões da sociedade civil, sujeito às inúmeras negociações”.
- 26 Interessante a experiência realizada pelo jornal-laboratório de um curso de jornalismo no interior de São Paulo: <http://reposcom.portcom.intercom.org.br/bitstream/1904/19332/1/>

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRAMO, Perseu. *Padrões de manipulação na grande imprensa*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2003.

CASTELLO, José. *João Cabral de Melo Neto: o homem sem alma; Diário de*

tudo. Rio de Janeiro: 2006.

CONSTITUIÇÃO da REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL DE 1988. Available at: <http://www.planalto.gov.br/CCIVIL_03/Constituicao/Constitui%C3%A7ao.html>. Accessed on June 10, 2007

COSTA, Caio Túlio. “*Modernidade líquida, comunicação concentrada*”, in Revista USP, Coordenadoria de Comunicação Social, Universidade de São Paulo, nº 2, ano 16, São Paulo: USP/CCS, 2005.

COSTA, Jurandir Freire. *O vestígio e a aura: corpo e consumismo na moral do espetáculo*. Rio de Janeiro: Garamond, 2004.

CUNHA FILHO, Paulo C. “Da definição da forma-jornal à construção do opennews: um sistema para o jornalismo de intervenção”. In MACHADO, Elias e PALÁCIOS, Marcos (orgs), *O ensino do jornalismo em redes de alta velocidade: metodologias e softwares*. Salvador: EDUFBA, 2007.

DAVIES, Nick. “Churnalism has taken the place of what we should be doing: Telling the truth”. Available at:

<http://www.pressgazette.co.uk/story.asp?sectioncode=1&storycode=40117>. Accessed on March 12, 2008.

FISCHER, Desmond. *O direito de comunicar: expressão, informação e liberdade*. São Paulo: Brasiliense, 1982.

KOTSCHO, Ricardo. *Do golpe ao Planalto: uma vida de repórter*. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

KOVACH, Bill e ROSENSTIEL, Tom. *Os elementos do jornalismo*. São Paulo: Geração Editorial, 2003.

KUNCZIK, Michael. *Conceitos de jornalismo: Norte e Sul: Manual de comunicação*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2002.

LOBATO, Elvira. *Instinto de repórter*. São Paulo: Publifolha, 2005.

MAIA, Marta R. “Mecanismos de gestão e avaliação da produção do Jornal-laboratório Impressão”, Endecom 2006, Universidade de São Paulo/

Intercom. Available at: <<http://reposcom.portcom.intercom.org.br/bitstream/1904/19332/1/>>. Accessed on Feb. 12, 2007.

MORAIS, Fernando. *Cem quilos de ouro – E outras histórias de um repórter*. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

MORIN, Edgar. *Meus demônios*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1997.

MOTTA, Luiz Gonzaga. *The opposition between mediacentric and sociocentric paradigms*. Brazilian Journalism Research, 61- 86, vol 1, number 1, semester 1, 2005.

MOURA, Sandra. *Caco Barcellos: o repórter e o método*. João Pessoa: Editora Universitária, 2007.

PAIVA, Raquel. *O espírito comum: Comunidade, mídia e globalismo*. Petrópolis: Vozes, 1998.

PALACIOS, Marcos. *Blogosfera e jornalismo on-line no Brasil ou Porque Noblat, Josias e cia. não fazem Blogs*. Available at: <http://docs.google.com/View?docid=adf4grpvm38_28gc7rm9>. Accessed on Dec. 20, 2007.

PENA, Felipe. *Teoria do Jornalismo*. São Paulo: Contexto, 2005.

PONTO FINAL. *Jornal-laboratório do Projeto Experimental em Jornalismo da Universidade Metodista de Piracicaba*, ano 18, 9 de dezembro de 2006.

RODRIGUES, Fernando. *Políticos do Brasil*. São Paulo: Publifolha, 2006.

RUPAR, Verica. *How did you find that out? Transparency of the newsgathering process and the meaning of news: A case study of New Zealand journalism*. Journalism Studies, 7:1, 127-143. Feb. 2006. R. O.: 1072954. Available at: <http://dx.doi.org/10.1080/14616700500450426>. Accessed on June 25, 2008.

SOARES, Marcelo. "O churnalismo e o submercado". Available at: <http://evocecomisso.blogspot.com/search?updated-max=2008-11->

01t13%3a11%3a00-02%3a00&max-results=10. Accessed on Oct.30, 2008.

Marta Regina Maia tem doutorado em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicação e Artes de São Paulo (ECA/USP). É professora da Metrocamp (Faculdades Integradas Metropolitanas de Campinas).
E-mail: marta@martamaia.pro.br