



A função do jornalismo ao longo da história e as contribuições da visão humanista segundo a abordagem ontopsicológica para atividade jornalística contemporânea¹

Clarissa MIRANDA²

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS

Ricardo SCHAEFER³

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS

Vicente MEDEIROS⁴

Antonio Meneghetti Faculdade, Restinga Seca, RS

RESUMO

Este artigo centra-se em entendimentos da função do jornalismo ao longo da história e em como, na atualidade, a visão humanista do jornalismo segundo a abordagem ontopsicológica pode contribuir para reforço de valores originais da profissão. Partindo da constatação da importância social crescente que jornalismo desempenha nos dias de hoje e utilizando como metodologia a revisão bibliográfica, o trabalho delinea um panorama histórico do jornalismo e traz visões contemporâneas da sua função na sociedade. Como resultado, observa-se que a concepção humanista do jornalismo segundo a ótica ontopsicológica pode contribuir com a profissão, reforçando o papel central do jornalista – sujeito do fazer jornalístico – enquanto mediador de realidade, operador de consciência e promotor de valores humanos.

PALAVRAS-CHAVE: História do jornalismo; função do jornalismo; abordagem ontopsicológica; valores humanistas.

1. Introdução

¹ Trabalho apresentado no 4º Encontro do Núcleo Gaúcho de História da Mídia – ALCAR RS

² Mestre em Comunicação Midiática, Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). E-mail:

² Mestre em Comunicação Midiática, Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). E-mail: miranda.clarissa@gmail.com.

³ Mestrando em Comunicação Midiática, Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Professor do Curso de Graduação em Administração e do Programa de Pós-graduação MBA e Especialização da Antonio Meneghetti Faculdade - AMF. Pesquisador integrante do Núcleo Interdisciplinar de Pesquisa da AMF. E-mail: ricardoschaefer@libero.it.

⁴ Pós-graduado MBA em *Business Intuition*: o empreendedor e a cultura humanista, Antonio Meneghetti Faculdade (AMF). E-mail: vicentemedeiros@gmail.com.



A importância que o jornalismo exerce em nossa sociedade é crescente. Boa parte da realidade construída na mente de cada cidadão provém do que é notícia. Ribeiro e Fossá (2009) descrevem este poder expresso através da linguagem jornalística: “A linguagem jornalística é a normalizadora da sociedade, é ela que ameniza o caos social, e é uma forma de instaurar uma ideologia de um grupo que se verbaliza através da mídia e torna-se a ideologia dominante, que tem o poder sobre a informação” (RIBEIRO e FOSSÁ, 2009, p. 6).

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

Hoje qualquer coisa é filtrada pelo juízo jornalístico. Substancialmente, o novo pontificado, não tanto o quinto poder, mas o pontificado, a constituição cotidiana que faz a posição de um país, são os jornalistas. (...) Porque aquilo que o jornalista diz, em certo nível, faz ética, faz ideologia, faz mutação, faz sociedade. (MENEGETTI, 2011, informação verbal⁵)

Se aquilo que "vira notícia" pode se tornar também a realidade construída no imaginário social acerca de diferentes aspectos do mundo, é possível dizer que os valores divulgados por estas notícias trarão vasto impacto no modo de vida da população, tanto para o bem, quanto para o mal. É possível, portanto, fazer questionamentos sobre qual realidade social vem sendo construída sob influência do discurso jornalístico. Na medida em que a informação jornalística é constituída por profissionais que têm preparação específica para tal função – os jornalistas –, está neles e no contexto em que trabalham o critério de como se dá a construção midiática da realidade.

Este trabalho, fruto de uma revisão bibliográfica, delinea um panorama histórico da função do jornalismo, aborda entendimentos contemporâneos sobre a atividade jornalística e apresenta as contribuições que a visão humanista do jornalismo segundo a abordagem ontopsicológica⁶ traz à profissão. Segundo esta visão, o jornalista,

⁵ MENEGETTI, A. **Jornalismo, Realidade e Sociedade**. Conferência proferida na Faculdade Antonio Meneghetti. Restinga Seca (RS), 02 jan. 2011.

⁶ A visão humanista do jornalismo segundo a abordagem ontopsicológica remete à Ontopsicologia, ciência humanista criada nos anos 1970 e que “estuda os comportamentos psíquicos em primeira atualidade, incluída a compreensão do ser” (MENEGETTI, 2008, p. 197). Seu percurso histórico e sua estrutura científica, incluindo a sua visão, seus instrumentos e suas aplicações, podem ser estudados na obra *Manual de Ontopsicologia* (MENEGETTI, 2010).



protagonista da atividade jornalística, quando age de maneira autêntica⁷, pode atuar como mediador de realidade, operador de consciência e promotor de valores humanos na sociedade.

2. Panorama histórico da atividade jornalística

Observar o processo de atuação de determinada atividade social de maneira distante, como a fotografia de uma realidade construída ao longo de certo período histórico, permite analisá-la criticamente e questionar se sua função radical mudou tanto quanto as transformações técnicas e de valores que a humanidade vem assistindo ao longo de sua existência. No caso do jornalismo, que nasceu ligado ao corpo social, a metamorfose técnica e estrutural é evidente e natural, porém, cabe questionar: sua função elementar também se alterou? Em quais momentos se questionou a fundo a função jornalística? Ela é clara e compartilhada conscientemente por todos?

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

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

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

- *Segundo Jornalismo* (1830 a aproximadamente 1900), tido como imprensa de massa, em que primava o “furo”, a atualidade, a “neutralidade”. Feito por jornalistas, no Segundo Jornalismo, criam-se as reportagens, as enquetes, as entrevistas, as manchetes e o investimento nas capas, logotipo e chamadas de primeira página. Neste momento, impulsionado pela Revolução Industrial, o jornalismo sofre seu primeiro grande

⁷ O termo autêntico e autenticação, neste artigo, ganham o significado e a conotação que lhes são atribuídos na obra Dicionário de Ontopsicologia: “uma coisa ou um contexto é autêntico quando se demonstra por como o ser se presencia [...]. O signo é autêntico quando se configura igual à coisa [...] Uma vez que é estruturado em modo autêntico, o Eu psicológico tem a capacidade e o poder de ser verdadeiro, seja quando cumpre ações existenciais que quando constrói ciência.” (MENEGETTI, 2008, p.32).



impacto de natureza tecnológica, que mudaria visivelmente sua atividade: a invenção da rotativa e dos processos de produção de jornais em massa. Também surge a mecânica por linotipos, o telégrafo e o telefone. As verbas publicitárias assumem papel preponderante nas receitas e o jornal, organizado como empresa, passa a ter que dar lucro. Observa-se também o aumento substancial das tiragens. O valor pedagógico cede espaço à imprensa sintonizada com as exigências do capital (imprensa como negócio).

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

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

A partir deste recorte, fica visível constatar que, originando-se com fins pedagógicos, o jornalismo passou por diferentes etapas até atingir a sua atual configuração, marcada por rápidos avanços tecnológicos e por fortes influências mercadológicas. Com base neste panorama, relatamos a seguir diferentes visões sobre a função do jornalismo na sociedade.

3. Entendimentos sobre a função do jornalismo

Novos espaços sociais passaram a entrar no campo de visão jornalístico, com novos personagens, ambientes diferentes e novas formas de se fazer a notícia que resultaria em funções diferenciadas da atividade. Herscovitz (2000), em um trabalho de



investigação sobre os valores profissionais e a satisfação no trabalho, entrevistou 402 jornalistas que atuam para as principais empresas de comunicação de São Paulo. Em relação à função da mídia na atualidade, constatou os seguintes resultados (o teste resultou em três funções: disseminadora, interpretativa/investigativa e adversária):

(...) 77.6% dos participantes do estudo privilegiam a função disseminadora (levar informação rápida ao público e concentrar-se nas notícias de interesse da maioria do público); 66.2% defendem a função interpretativa/investigativa (investigar demandas do governo, oferecer análises e interpretações, desenvolver o interesse intelectual e cultural do público e oferecer entretenimento); e 47.2% são a favor de uma postura adversária (fazer o papel de adversário do poder público e desconsiderar histórias cujo conteúdo factual não possa ser provado). (HERSCOVITZ, 2000, p. 81).

Para Beltrão (1960), a função última do jornalismo seria a promoção do bem comum. Mas, para isso, aponta ações como elogiar, explicar, ensinar, guiar, dirigir, examinar os conflitos, propor soluções, fundamentar ensinamentos, entre outros, como premissas para informar e orientar a sociedade. “Todo esse trabalho tem, evidentemente, uma função educativa, visando esclarecer a opinião pública para que sinta e aja com discernimento, buscando o progresso, a paz e a ordem da comunidade” (BELTRÃO, 1960, p. 62). É neste aspecto pedagógico que, conforme explicam Berger e Marocco (2008, p. 69), Parks escreveu sobre a notícia como forma de conhecimento: “A função da notícia é de orientar o homem e a sociedade num mundo real. À medida que ela consegue isto, a notícia tende a preservar a sanidade do indivíduo e a permanência na sociedade”.

A possibilidade de formador de consciências exercida pelo jornalismo não escapou ao intelectual brasileiro Machado de Assis, consagrado por suas obras literárias, mas que foi também um dos principais jornalistas do país. É interessante retomar que, na época de Machado de Assis, o exercício da profissão de jornalista ocorria com certa característica de intelectualidade: “Para Machado, a observação do periodista deve atender um rigor ético e estético na montagem da crônica, trazendo humor e espírito crítico ao leitor” (SILVA, 2005, p. 46). Nos escritos deixados por Machado de Assis, segundo Silva (2005), consta que está no jornalismo o papel de ser o cronista da realidade, ou seja, de orientar o leitor também na maneira de pensar sobre aquilo que dele está, de certa forma, distante:



O jornal é a verdadeira forma da república do pensamento. É a locomotiva intelectual em viagem para mundos desconhecidos, é a literatura comum, universal, altamente democrática, reproduzida todos os dias, levando em si a frescura das ideias e o fogo das convicções. (MACHADO DE ASSIS, 1859, *apud* SILVA, 2005, p. 29)

Demonstrando a necessidade de que se procure retomar uma visão humanista do jornalismo, Meneghetti (2004) concebe um formato da atividade e da notícia que sirva de função ao humano, sobretudo pelo fato consequencial de que estas levam à produção de consciência. Para o autor, o jornalista é aquele que sabe colher a ação específica que pode dar eficiência e profissionalismo ao indispensável serviço da imprensa. “O jornalista, quando revela os fatos, tendo ou não ciência ou intenção, *produz consciência*, portanto dentro de si é de qualquer modo *responsável*” (MENEGETTI, 2004, p. 157).

Uma análise convergente é realizada por Beltrão (1960, p. 21), que chama para a responsabilidade moral de quem maneja os instrumentos de informação e propaganda. “Se lhes faltam as bases ideológicas de uma consciência social, ou as diretrizes de princípios éticos, a força que detêm, consciente ou inconscientemente, não estará nunca a serviço do progresso humano, da justiça social, do bem comum”. De modo geral, atualmente o pensamento em torno da função do profissional jornalista – mesmo levando em consideração o contexto produtivo em que este se insere, sob a influência da postura editorial do veículo em que trabalha – tem se mostrado um debate restrito mais ao âmbito acadêmico e com pouco diálogo entre aos profissionais que vivenciam a prática das redações, ao menos no que se refere à experiência brasileira de jornalismo. Marcondes Filho (2002, p. 153) sublinha que a função de “orientador”, que assumiria um caráter pedagógico da profissão, está esvaindo-se:

A função jornalística do especialista, que está deixando de existir, é aquela mesma que teve no passado o padre, o líder, às vezes o filósofo. Era a “opinião sábia” que orientava o agir, discernia sobre o bem e o mal, era vinculada a uma visão de mundo coletiva e a uma evolução conjunta em direção a uma meta (p. 153)

As transformações pelas quais passou esta profissão, em sua ainda jovem história – sobretudo a passagem da visão romântica (jornalismo como missão) para um “jornalismo de mercado” (PEREIRA, 2004) –, demonstram que o profissional mais capaz de compreender e zelar pelos valores sociopedagógicos que a atividade carrega é



o próprio jornalista. Constantemente situado entre polos que o reclamam – profissional liberal de consciência e trabalhador assalariado, criador e técnico, intelectual e operário, informador e propagandista, generalista e especialista (FIDALGO, 2004) –, é ele quem vai gerir a ética no seu espaço social.

4. O protagonista do fazer jornalístico

A atual produção de notícias parece apresentar um depoimento contrário à capacidade do jornalismo contemporâneo de cumprir suas originais funções. Conforme explica Coutinho (2004, p. 16), verifica-se hoje uma “transformação ou ‘desvelamento’ em uma distorção dos fatos, especialmente quando, no ritmo industrial de produção das notícias, há problemas na apuração das informações”.

Vários autores procuraram entender porque as notícias são como são, descrevendo os fatores que influenciam a produção jornalística. Para Traquina (2005), esses fatores são as forças de mercado, os constrangimentos organizacionais, as rotinas e acesso estruturado ao campo jornalístico. Já Souza (2005) elenca as seguintes forças que interagem de forma sistemática determinando o resultado final das notícias: pessoal, das rotinas de produção, social, ideológica, cultural, do meio físico, dos dispositivos tecnológicos e histórica.

Cerceado por tantos fatores, tendo a sua escrita guiada por valores que nem sempre são apenas o de compor uma crônica da realidade, cabe perguntar se o jornalista pode ser considerado de fato um profissional neutro para executar um recorte do real, ou ainda, o quanto ele é realmente livre para escrever. Não se trata de questionar a liberdade de imprensa constitucional, pela qual tantas nações do globo hoje validam o direito do cidadão de ter acesso a uma imprensa livre. Trata-se sim de se refletir o quanto, neste cenário ideal, criado constitucionalmente, o jornalista realmente atuará de maneira livre.

Debatendo o papel da imprensa na sociedade atual, bem como a responsabilidade da profissão de jornalista, argumenta Meneghetti (2011) que, ao perseguir uma verdade que lhe parece absoluta e que seleciona por meio de valores pessoais, econômicos, políticos, ideológicos e de *locus* profissional, o profissional jornalista dificilmente será realmente livre para exercer sua profissão.



O nosso jornalismo, na maioria das vezes, é feito por jovens que creem produzir as notícias para prestar um serviço de conhecimento, de modo a contribuir para a ética social, para o direito de todos os povos. Esta é uma bela vocação. Porém todos os jovens, enquanto não acordarem, são eles próprios os instrumentos da manipulação. Isto é, um jornal se escreve para fazer crer daquele modo. (MENEGETTI, 2011, informação verbal⁸)

Conceitos como a verdade jornalística, a neutralidade, a imparcialidade passam a figurar, desta forma, numa espécie de *hall* de ideais que, quando afrontados com o dia a dia profissional, se demonstram nem sempre possíveis ou atingidos pela imprensa. Parece real afirmar que o que se atinge, ao contrário, é uma verdade constituída por este profissional e não dada pelo fato em si. Sousa (2004, p. 238) define as notícias como uma construção, e não espelhos das realidades a que se referem, afirmando que “há sempre algum grau de distorção entre a realidade e as notícias”. Esta distorção, em Santos (1997), pode ser ocasionada por constrangimentos organizativos, de tempo, de espaço e de cultura, que reduzem a notícia a um ponto de vista sobre a ocorrência. “O repórter analisa e interpreta o acontecimento de acordo com uma grelha institucional, profissional e social, que é a sua e a partilha com outros” (SANTOS, 1997, p. 49). Dessa forma, o autor entende que a notícia “não é a representação da realidade, mas uma representação sua, em que o jornalista não pode deixar de se assumir como ator social e cultural” (SANTOS, 1997, p. 49).

Deste modo, parte-se da premissa de que a notícia é o fenômeno que se constrói a partir do acontecimento, e este se caracteriza como uma “saliência”, fruto de uma modificação de um estado do mundo, que passa pela percepção dessa ruptura por um sujeito (o jornalista) e chega à fase de significação dessa mudança. É entre estes dois momentos de percepção e significação que Marcondes Filho (2002, p. 109) identifica as armadilhas da informação: “(...) jornalistas, como todas as pessoas, selecionam os fatos novos e os classificam a partir de seus estereótipos”, atuando na manutenção de ideias e agindo como agentes conservadores da cultura. Além disso, o autor complementa, afirmando que esses profissionais passaram a operar com clichês – mais cômodos, fáceis e simples – para classificar como bons, maus, exóticos etc. os acontecimentos, filosofias e políticas.

⁸ MENEGETTI, A. **Jornalismo, Realidade e Sociedade**. Conferência proferida na Faculdade Antonio Meneghetti. Restinga Seca (RS), 02 jan. 2011.



Clichês são fórmulas prontas, ideias mecanizadas sobre pessoas, atividades, profissões, posições políticas etc. São estereótipos, julgamentos de valor automáticos (...) e impedem que elas julguem cada novo fato de forma independente, em si mesmo, como ele é e aparece. (...) Uma consciência constituída por clichês só recebe acréscimos “não-dissonantes”. Forma-se um filtro por onde vêm passar todas as novas informações recebidas; ele funciona como âncora, como segurança diante do novo, para negá-lo. (MARCONDES FILHO, pp. 118-119)

Estes são, portanto, mecanismos adotados também porque dão mais rapidez na classificação e escrita sobre determinado fato ou acontecimento. Ao invés de uma reflexão crítica da realidade, o que se tem é que as fórmulas prontas e estereótipos socioculturais acabam por facilitar que o jornalista acompanhe a velocidade produtiva que, por vezes, é exigida de um profissional neste ramo. Lippmann (2008), já em 1922 afirmava que os meios de comunicação não reproduzem a realidade, mas sim constroem representações dessa. O autor compreendeu que a mente humana distorce o real, pois as pessoas veem o mundo com base nas suas emoções, hábitos e preconceitos. Lippmann evidenciou que muitas vezes as pessoas, para conferirem sentido ao mundo, recorrem a estereótipos.

Grande parte destas conclusões pode ser relacionada também com a constatação de Marcondes Filho (2002), de que os jornalistas possuem modelos próprios na cabeça e saem ao mundo apenas para reconhecê-los e reforçá-los, não para conhecê-los. Com isto, torna-se compreensível por que Meneghetti (2004) sustenta que o jornalismo, hoje, só pode ser modificado por parte do jornalista. Protagonista desta mediação, o jornalista, para que possa produzir uma ampliação de consciência em seu público e atuar na forma de uma pedagogia social, precisa ser um operador autêntico, que tenha exata visão e entendimento do “para que” se destinam sua profissão e prática operativa diária.

5. O resgate de valores humanistas do jornalismo deve partir do jornalista

Para assumir também o papel de agente de mudanças sociais, o jornalista precisa compreender de que forma poderá atuar em prol de valores humanos mais do que de uma busca desenfreada por replicar informações, estereótipos ou clichês. “Por trás de cada notícia existe sem dúvida um homem (o jornalista) com a sua consciência, o seu



inconsciente, os seus ideais e as suas capacidade profissionais. (...) São os homens a fazer o jornalismo” (CINAGLIA, 2009, p.5).

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

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

Da mesma forma em que clichês e estereótipos podem levar à alienação social, uma informação emitida por um jornalista, ou “operador de notícia”, autêntico e consciente de sua função social, porta em si uma carga de valores e de pedagogia para o grupo ao qual a comunicação é dirigida. Historicamente, remete-se ao papel de tantos grandes jornalistas que, com seu trabalho cotidiano, transformaram as visões e a história de seu tempo, como foi o caso do próprio Machado de Assis, e como o fazem importantes atuais jornalistas brasileiros, que se destacam por vezes em relatos identificados como autorais, sensíveis à realidade, didáticos, e tantos outros adjetivos que se atribuem àqueles capazes de levar uma história que demonstre em suas linhas e entrelinhas os valores humanos aos quais está relacionada.

Cinaglia (2009, p. 6) explica que uma das propostas para se atingir um jornalismo que traga maior exatidão em evidenciar os valores humanos presentes em cada fato ou notícia pode se dar a partir do método ontopsicológico, pois este apresenta elementos individuados por tantos pesquisadores, “recolocando em ordem o quem, o que, a quem, como, por que, ou seja, os cinco W do jornalismo, o esquema técnico utilizado a nível internacional ao expor o fato em notícia, e sobretudo permitindo a coerência entre fato e notícia”. Quando se tem uma notícia que seja real evidência não só do que ocorreu, como também, das suas motivações políticas, econômicas e sociais, levando a uma ampliação de consciência e do senso crítico dos seus consumidores, chegamos mais perto do que esta autora chama de “reversibilidade” entre a informação e a realidade.

A abordagem humanista e interdisciplinar da Ontopsicologia (PETRY, 2011) pode contribuir com o resgate da originária função de pedagogia social do jornalismo, pois permite uma revisão crítica da consciência dos operadores sociais. Schaefer (2011)



vem ao encontro deste ponto de vista quando estuda a teoria do *gatekeeper* em relação à produção e percepção da notícia: “A Ontopsicologia, conhecendo o sujeito da produção da notícia, tem muito a contribuir com o jornalismo” (SCHAEFER, 2011, p. 3). Este autor afirma ainda que a metodologia ontopsicológica, ao investigar a exatidão de consciência do homem, abre um caminho possível à conscientização do jornalista quanto à sua importante função social de ser mediador de realidade e ampliador de consciência dos seus destinatários.

6. O jornalismo como mediador de realidade, operador de consciência e promotor de valores humanos

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

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

Tem-se, assim, a oposição que a velocidade do mundo atual pode vir a fazer a um jornalismo que seja mais reflexivo e criterioso. De fato as novas tecnologias vêm a contribuir imensamente com a democratização das mídias e da imprensa, porém, cabe neste atual contexto que se atente à reflexão (como já o fazem tantos autores do campo da Comunicação) sobre como esta velocidade atual do mundo informativo pode se dar de maneira positiva e não prejudicial ao conteúdo noticioso. A eficiência dos meios em



transmitirem as notícias é colocada de forma clara por Lima (1969, p. 14): “Se queremos, por imposição da natureza das coisas, que a tomada individual de consciência, o que hoje se chama conscientização ou melhor consciencialização, seja o passo firme e inicial de um verdadeiro desenvolvimento, não podemos prescindir dessa difusão eficiente das mensagens transmitidas pelos meios” (p. 14). Porém, o que se coloca é a questão precisamente do conteúdo que esta mensagem transporta em si, do quanto consciente é a informação que o meio transmite. Para Cremilda Medina, citada por Karam (1997, p. 49), “sem o acesso ao fato histórico, o homem não passará a protagonista da ação social”.

Uma vez que o jornalista autenticamente preocupa-se em ser operador eficiente da difusão das mensagens voltadas a um incremento da consciência social, temos a visão que nos apresenta Luciola (2010, p. 65):

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

Voltamos, a partir deste ponto de vista, ao aporte que o enfoque humanista e a abordagem interdisciplinar da ciência ontopsicológica pode apresentar às escolhas realizadas cotidianamente pelo profissional jornalista. Meneghetti (2004) expõe como, em sua visão, o jornalista pode alcançar uma objetividade tanto histórica quanto psicológica. Para o autor, o jornalismo deve apresentar os fatos de maneira “extroversa”, ou seja, relatando-o com a já consagrada objetividade histórica, demonstrando o quanto urge historicamente aquele fato; porém também de maneira “introversa”, no sentido de que o próprio jornalista tenha clara a objetividade psicológica, que procure refletir sobre quanto ganho de consciência produz aquela notícia ao público a respeito da realidade dos fatos que ele conhece e procura mediar. Deste modo, o jornalista pode consentir, além da ampliação das informações conhecidas sobre determinado fato, uma ampliação de consciência do consumidor da notícia.

Por exemplo, se temos o fato histórico de uma crise econômica internacional, talvez caiba à equipe de reportagem que retratará este fato em um jornal, preocupar-se não só com as consequências mais tangíveis e imediatas da crise no dia a dia dos cidadãos (ex: o aumento do preço do pão e do combustível), como também evocar a



curiosidade e o senso crítico do consumidor de notícias em procurar compreender quais as motivações e os movimentos econômicos, políticos e sociais anteriores ao fato em si. Ou ainda, mostrar que nas crises há também oportunidades de crescimento, expondo, por exemplo, saídas exitosas de empreendedores brasileiros ou soluções encontradas por outros países ou em outras épocas.

Beltrão (1960, p. 9) referenciando Alceu Amoroso Lima, expõe que “a grande finalidade moral e social do jornalista (...) vai além da finalidade puramente informativa. O jornalista medíocre informa por informar; o autêntico jornalista informa para formar” (p. 9). Tem-se desta maneira, mais uma vez, para uma busca dos próprios pesquisadores do campo por um resgate cada vez mais amplo da função pedagógica do jornalismo.

Envolto em meio a um mundo tão repleto de informações, definindo pautas diárias para veículos de imprensa de naturezas diversas, a “tribo dos jornalistas” – como a classifica Traquina (2005) – ajuda a determinar aquilo que será assunto na sociedade. Também auxilia a agendar temáticas dentro do âmbito de diálogos travados pelos diversos atores sociais. O jornalista concretiza, assim, uma influência inegável sobre o bem estar desta sociedade e, principalmente, dos indivíduos que nela interagem e que buscam, por vezes, nas notícias um espaço em que possam formar sua opinião acerca de temas relevantes para seu cotidiano. Aprofundando a relevância da informação e do jornalismo na atualidade e o que deve fundamentá-lo, Karam (1997) expõe:

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

A Ontopsicologia, qualificada e entendida como Ontologia do homem (MENEGHETTI, 2010), pode contribuir com a construção e fundamentação destas bases indicadas por Karam. Na busca da humanização e do reforço dos valores do jornalismo como atividade que preste real serviço à sociedade, Meneghetti (2011) traz proposições e expõe a necessidade dos profissionais das notícias conhecerem e buscarem o valor do humanismo perene, do humanismo ontológico.



Dirigindo-se a jovens jornalistas, expõe:

Se escrevo, falo a tantas pessoas que me vão ler, devo colocar no meu artigo uma palavra do humanismo ontológico, uma palavra do humanismo perene, do homem de sempre. Este homem que é infinito nos seus males, mas é também maravilhoso na sua criatividade. Uma responsabilidade de fundo justamente porque caíram os mitos, todos do ensinamento reconhecido. Hoje não existem mais mitos para desfazer, tudo foi nivelado. Aquilo que dizem, aquilo que sentenciam os jornalistas, este é o novo dogma social. Portanto, responsabilidade para aqueles jornalistas que querem entrar nesta extraordinária tarefa de serviço social. (MENEGETTI, 2011, informação verbal⁹)

A partir desta visão humanista do jornalismo, baseada nas contribuições da ciência ontopsicológica para a autenticidade e consciência do protagonista da produção noticiosa sobre suas responsabilidades e as consequências de seu trabalho, podemos reforçar a profissão no sentido de que se produza cada vez mais uma informação que vem se tornando escassa no universo midiático atual: uma notícia em função do humano que sirva como real instrumento de pedagogia social.

REFERÊNCIAS

- BELTRÃO, L. **Iniciação à filosofia do jornalismo**. Livraria Agir Editora: Rio de Janeiro, 1960.
- CINAGLIA, B. **Notícia de sistema e notícia de natureza: a escolha do jovem**. 2009. Dissertação (Especialização Profissional em Ontopsicologia) - Departamento de Psicologia, Cátedra de Ontopsicologia. Universidade Estatal de São Petersburgo, São Petersburgo, Rússia.
- COUTINHO, I. O conceito de verdade e sua utilização no Jornalismo. **Revista Acadêmica do Grupo Comunicacional de São Bernardo**, São Bernardo do Campo, ano 1, nº 1, 2004. Disponível em: <<http://www2.metodista.br/unesco/GCSB/conceito.pdf>>. Acesso em: 04 de set. 2011.
- FIDALGO, J. Jornalistas: um perfil socioprofissional em mudança. **Comunicação e Sociedade**, Aveiro (Portugal), vol. 5, 2004.
- HERSCOVITZ, H.G. Jornalistas de São Paulo: quem são e o que pensam em comparação aos jornalistas americanos e franceses. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, v.23, n.2, jul./dez. 2000. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/ojs-2.3.1-2/index.php/revistaintercom/article/viewFile/504/474>>. Acessado em: 25 de ago. 2011.
- KARAN, F. J. **Jornalismo, ética e liberdade**. São Paulo: Summus, 1997.
- LIMA, A. A. **A imprensa a serviço do desenvolvimento**. Porto Alegre: Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Faculdade dos Meios de Comunicação Social, 1969.
- LIPPMANN, W. **Opinião pública**. Petrópolis: Vozes, 2008.

⁹ MENEGETTI, A. **Jornalismo, Realidade e Sociedade**. Conferência proferida na Faculdade Antonio Meneghetti. Restinga Seca (RS), 02 jan. 2011.



- LUCIOLI, T. **A influência das características pessoais de um jornalista no trabalho com informação**. 2010. Dissertação (Especialização Profissional em Ontopsicologia) - Departamento de Psicologia, Cátedra de Ontopsicologia. Universidade Estatal de São Petersburgo, São Petersburgo, Rússia.
- MARCONDES FILHO, C. **Comunicação e jornalismo: A saga dos cães perdidos**. São Paulo: Hacker, 2002
- MENEGHETTI, A. **Dicionário de Ontopsicologia**. 2.ed. Recanto Maestro: Ontopsicológica Editora Universitária, 2008.
- _____. **Jornalismo, Realidade e Sociedade**. Conferência proferida na Faculdade Antonio Meneghetti. Restinga Seca (RS), 02 jan. 2011.
- _____. **Manual de Ontopsicologia**. 4. ed. Recanto Maestro: Ontopsicológica, 2010.
- _____. **Sistema e personalidade**. Recanto Maestro (RS): Ontopsicologica Editrice, 2004.
- PEREIRA, F H. Da responsabilidade social ao jornalismo de mercado: o jornalismo como profissão. **Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação**, 2004. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/pereira-fabio-responsabilidade-jornalista.pdf>>. Acesso em: 07 set. 2011.
- PETRY, A. *et al.* **A formação humanista de jovens como garantia de sustentabilidade, identidade e protagonismo civil – PRONAC nº 098244 / Associação Brasileira de Ontopsicologia – Recanto Maestro: Associação Brasileira de Ontopsicologia**, 2011.
- RIBEIRO, D. B., FOSSÁ, M. I. T. O poder da informação na midiatização: reflexões sobre o mito da objetividade na linguagem jornalística e o contexto de produção de sentido do seu discurso. **Revista Elementa. Comunicação e Cultura**, Sorocaba, v.1, n.2, 2009. Disponível em: <http://comunicacaoecultura.uniso.br/elementa/v1_n2_04.pdf>. Acessado em: 04 set. 2011.
- SANTOS, Rogério. **A negociação entre jornalistas e fontes**. Coimbra: Minerva, 1997.
- SILVA, M. F. L. **Machado de Assis, Crítico da Imprensa: o jornal entre palmas e piparotes**. 2005. 152 f. Dissertação (Mestrado em Letras – Estudos Literários) - Universidade Federal de Minas Gerais, 2005. Disponível em: <http://www.bibliotecadigital.ufmg.br/dspace/bitstream/1843/LHAM-6KCJ2M/1/disserta_o_machado_de_assis.pdf>. Acesso em: 15 ago. 2011.
- SCHAEFER, R. **O processo de gatekeeping na produção e percepção da notícia**. 2011. Dissertação (Especialização Profissional em Ontopsicologia) - Departamento de Psicologia, Cátedra de Ontopsicologia, Universidade Estatal de São Petersburgo, São Petersburgo, 2011.
- SOUSA, J. P. Elementos de jornalismo impresso. **Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação**, 2001. Disponível em: <www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-elementos-de-jornalismo-impresso.pdf>. Acesso em: 26 ago. 2011.
- _____. **Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e da Mídia**. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2004.
- TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo – Volume II: A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional**. Florianópolis: Insular, 2005.