



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO – UFRJ
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS – CFCH
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO – ECO

Ética e informação: bastidores da notícia
Quebra do sigilo bancário do caseiro Francenildo dos Santos Costa

Isabella Caetano do Amaral

Rio de Janeiro
2006

Ética e informação: bastidores da notícia
Quebra do sigilo bancário do caseiro Francenildo dos Santos Costa

Isabella Caetano do Amaral

Monografia submetida à Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo.

Orientador: Joaquim Welley

Rio de Janeiro
Julho de 2006

Ética e informação: bastidores da notícia
Quebra do sigilo bancário do caseiro Francenildo dos Santos Costa

Isabella Caetano do Amaral

Orientador: Joaquim Welley

Monografia submetida ao corpo docente da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo.

Aprovada por:

Professor Joaquim Welley – UFRJ

Professor José Amaral Argolo – UFRJ

Professor Gabriel Collares – UFRJ

Rio de Janeiro
Julho de 2006

AMARAL, Isabella Caetano do. *Ética e informação: bastidores da notícia; quebra do sigilo bancário do caseiro Francenildo dos Santos Costa*. Orientador: Joaquim Welley. Rio de Janeiro, 2006. 45p. Monografia. Escola de Comunicação – UFRJ.

Sinopse

Estudo sobre a prática da ética no jornalismo. Conceituação e teorização de “ética” e “moral”. Os preceitos que norteiam as condutas eticamente corretas nas profissões, assim como no jornalismo. Análise dos possíveis motivos que levam a falta de compromisso com esses valores na profissão. O relacionamento da mídia com o poder econômico e político. Influência desses poderes na escolha e na forma como as notícias são divulgadas. Estudo do caso da quebra ilegal do sigilo bancário do caseiro Francenildo dos Santos Costa publicado pela revista “Época”. A busca pelo furo, a condução de matérias enfocando temas secundários, o direito à intimidade e à vida privada e o sigilo da fonte são discutidos nessa reportagem. Possíveis alternativas para a realização de um jornalismo mais comprometido com a ética e com a função social de informar.

Rio de Janeiro
Julho de 2006

Agradecimentos

Aos meus pais que sempre estiveram ao meu lado em todos os momentos da minha vida, me apoiando para que eu chegasse até aqui.

Ao Professor e Orientador Joaquim Welley, pelas sugestões sempre sábias e pela paciência.

Ao meu namorado pela compreensão e apoio.

E a todos que me auxiliaram de alguma forma na execução desse trabalho.

Sumário

Introdução	6
Capítulo 1: Ética, moral e suas especificidades	9
1.1) Conceitos de ética e moral	9
1.2) Teorização Ética X Moral	11
1.3) Ética Profissional e Jornalística	15
Capítulo 2: A informação noticiosa	22
2.1) A notícia: sua validade, qualidade e abrangência	22
2.2) Furo de reportagem: questões de lógica de mercado e concorrência	26
2.3) Bastidores da notícia: interesses econômicos e políticos	28
Capítulo 3: Quebra do sigilo bancário do caseiro Francenildo dos Santos	34
3.1) Análise de caso	34
3.2) Jornalismo ético: é possível?	43
Conclusão	48
Referências bibliográficas	51
Anexos	53

INTRODUÇÃO

Atualmente, os meios de comunicação social representam uma peça fundamental para as interações sociais. As informações circulam por meio de jornais, revistas, televisões, rádios, computadores com conexões via Internet e celulares. Na era da globalização, em que a velocidade das trocas culturais, políticas e econômicas é rápida, torna-se necessário estar a par dos acontecimentos. Nesse contexto, o jornalismo ganha um peso importante, visto que grande parte das informações circula por esse meio.

Nas sociedades ocidentais, a atividade jornalística é bastante valorizada e respeitada, já que representa uma importante fonte de atualização para as pessoas. Nesse sentido, as empresas jornalísticas atuam como verdadeiras “fábricas de notícias”, desenvolvendo sua infra-estrutura de forma a suprir a necessidade de informar todos os acontecimentos considerados de interesse público ao redor do mundo.

Dentro dessa sociedade globalizada, algumas empresas jornalísticas acabaram deslocando seu papel social de informar, para adquirir um papel comercial de vender. Aqui, a ética não mais depende do profissional como pessoa, mas sim do profissional quanto uma pessoa que trabalha para uma empresa, que por sua vez, defende interesses econômicos e políticos. Estes acabam sendo repassados para as notícias, muitas vezes de maneira muito sutil.

O presente trabalho vai abordar como a questão ética, apesar de aparecer em códigos normativos do jornalismo, nem sempre é seguida de maneira rígida. Em uma sociedade que deposita a confiança de estar atualizada à imprensa, nos deparamos com uma imprensa que, muitas vezes, não age à altura do papel que lhe foi imbuído.

Será que a mídia segue a risca o compromisso com a verdade? Será que o jornalista como pessoa é o único responsável pela divulgação de um fato? Esta monografia vai ser elaborada tentando mostrar o que está por trás da notícia, ou seja, os interesses que não estão explicitados na hora que o público recebe a informação.

O projeto tem como objetivo provocar a reflexão a respeito da atividade jornalística, delineando se o jornalismo, tal qual é praticado hoje, permitiria o exercício regular e cotidiano da divulgação descomprometida com interesses que não fossem com a verdade. A atividade tornou-se extremamente competitiva, acirrando a concorrência entre os diversos órgãos de imprensa. Por um lado, isso é bastante positivo: repórteres das mais recentes gerações

revelaram-se implacáveis na investigação de escândalos de todos os tipos; colaboraram de forma significativa, para a consolidação da democracia. Por outro lado, entretanto, a nova praxe jornalística revela-se por demais perigosa: a imprensa atravessa o limite sensível que separa a competitividade da agressividade e muitas vezes, transforma suposições ou indícios em verdades absolutos. Essa agressividade, em grande parte das vezes, pode ser impulsionada por algum interesse que a empresa jornalística queira defender.

Para exemplificar o assunto, farei um estudo do caso da quebra ilegal do sigilo bancário do caseiro Francenildo dos Santos Costa publicado pela revista *Época*, baseada em entrevistas com o editor-chefe do SPTV, da Rede Globo, Paulo Roberto Amaral, e com o professor da Escola de Comunicação da UFRJ, Muniz Sodré. Aliada a essas entrevistas, minha argumentação também será apoiada em autores críticos da imprensa, como Niceto Blázquez, John Hulteng e Manuel Carlos Chaparro. A reportagem da *Época* se apresenta bastante oportuna no presente trabalho, na medida em que traz à tona algumas polêmicas acerca da ética no jornalismo, como a publicação de um fato sem uma completa e aprofundada apuração, o direito dos cidadãos à vida privada e à intimidade, e a garantia aos jornalistas do sigilo da fonte.

Essa monografia pretende, através de uma bibliografia baseada nos autores citados acima, bem como em Isabel Travancas, Nilson Lage, Cremilda Medina, Ricardo José Neves, elucidar alguns pontos obscuros dos meios de comunicação social, que nem sempre são visíveis ao público consumidor. Pontos esses que, muitas vezes não tem a ver com a atividade jornalística em si. Nesse ponto, a bibliografia consultada se torna altamente proveitosa para a realização de um estudo dessa natureza.

O primeiro capítulo analisa os conceitos de “ética” e “moral”. Para isso, faz um breve histórico do surgimento dos termos, mostrando as etapas que percorreram até se tornarem o que são hoje. Mesmo na atualidade, esses valores ainda são objetos de estudo e polêmica, portanto são temas inesgotáveis em suas explicações. Em seguida, pretende-se especificar a ética profissional, enquanto uma ramificação da ética contemporânea, até se chegar à ética dirigida ao jornalismo.

No segundo capítulo, serão analisados quais as características da notícia, ou seja, o que um fato deve ter para ser denominado como tal. A argumentação irá procurar mostrar os fatores levados em consideração para publicar determinado acontecimento de forma jornalística. Posteriormente, serão abordados outros aspectos que também devem ser pensados

quando uma matéria for divulgada, mas que não são necessariamente jornalísticos. Na medida em que se estuda os meios de comunicação como empresas inseridas na lógica de mercado, outros fortes mecanismos aparecem como determinantes no processo informacional.

O terceiro capítulo deste trabalho faz um estudo do caso da quebra ilegal do sigilo bancário do caseiro Francenildo dos Santos Costa publicado pela revista *Época*. Baseado em entrevistas e em bibliografias, pretende-se mostrar como algumas questões éticas do jornalismo, acabam esbarrando em interesses econômicos e políticos, como aqueles citados no capítulo dois. Em uma reportagem envolvendo problemas de apuração, o direito dos cidadãos à vida privada e à intimidade e a garantia do sigilo da fonte aos jornalistas, ou seja, dilemas éticos, vamos analisar como os profissionais conduziram a matéria. Será destacado aqui, a contradição existente entre os códigos normativos da profissão jornalísticas e a prática do dia-a-dia.

Ainda no terceiro capítulo, alguns problemas correntes no jornalismo são discutidos à luz das tecnologias que a sociedade capitalista global trouxe. E também, pesquisa-se algumas soluções para situações envolvendo conflitos éticos, bem como qual seria a postura ideal a ser adotada pelos jornalistas, tanto como indivíduos quanto como empresas.

CAPÍTULO 1 – ÉTICA, MORAL E SUAS ESPECIFICIDADES

Neste capítulo pretende-se discorrer sobre os conceitos de ética e moral, que na verdade não são distintos entre si, mas complementares. Com alguns exemplos citados no presente trabalho, torna-se mais fácil analisar os sentidos e aplicabilidades desses termos, relativamente ao objeto de estudo desta abordagem, sem querer ser definitivo nisso, mas expondo um ponto de vista devidamente fundamentado sobre o tema.

Após essa etapa, percorre-se as raízes históricas do conceito de ética e moral, desde a Antiguidade grega, onde eles foram sistematizados, pela primeira vez, até a Contemporaneidade, com toda complexidade que a sociedade capitalista trouxe para esses valores.

A partir da teorização dos conceitos de ética e moral, entra-se em campos mais específicos como a ética profissional e jornalística, esclarecendo que a conduta profissional não está relacionada somente ao saber técnico, mas sim a uma série de orientações normativas e opções de conduta para sua materialização, dentro do ambiente de trabalho.

E assim, chega-se à ética do jornalismo – enquanto atividade humana e social de grande relevância para a realidade atual –, que como todas as outras profissões, deve seguir algumas regras para não ferir o público para qual se destina direta ou indiretamente, a partir do balizamento de conduta dos seus operadores.

1.1) Conceitos de Ética e Moral

Quando se fala em ética, parece que todos sabem o que é, porém no momento da conceituação a dificuldade aparece. Do ponto de vista etimológico, a ética é uma ciência que estuda o *ethos*, ou seja, os costumes, os hábitos do agir e a conduta do homem em determinadas situações. Pode ser considerada um valor psico-sócio-cultural. *Psico* porque tem início na consciência individual. *Sócio* porque também é encarada como um conjunto de regras para se conviver em sociedade. E *cultural*, já que está inserida em um grupo de valores, costumes, que podem ser mutáveis. De acordo com o professor-coordenador da Escola Superior de Educação de Viseu, em Portugal, Alberto Manuel Vara Branco:

Por outras palavras, a ética estuda a atividade humana ou simplesmente os atos humanos. É necessário chamar a atenção sobre a palavra atitude, pois que a ética

estuda os atos humanos (não os do homem) no sentido da palavra, ou seja, melhor como uma prática do que como uma especulação teórica. Não significa que o seu conteúdo seja uma atitude dinâmica (fazer), mas uma atitude ativa e consciente (agir).¹

Questões éticas envolvem, muitas vezes, a postura de um indivíduo frente a uma situação-problema. Às vezes, o caminho escolhido pode levar a um sentimento de “peso na consciência”. Mas como diz Álvaro Valls: “Cabe à reflexão ética perguntar se o homem pode realmente ser culpado, ou se o que existe é apenas um sentimento de um mal-estar sem fundamento.”²

Ou seja, a ética, indo além da dicotomia teoria-prática, é uma questão que envolve valores e contextos construídos pelo imaginário comum em que o indivíduo está inserido, assim como a sua própria consciência. Analisando sob esse aspecto, nota-se que os ditos “comportamentos eticamente corretos” mudam de acordo com a sociedade e o período histórico. “...o que seria um comportamento correto em ética? Não seria mais do que um comportamento adequado aos costumes vigentes, e enquanto vigentes, isto é, enquanto esses costumes tivessem força para coagir moralmente, o que aqui quer dizer, socialmente.”³

Na Idade Média, ter um filho homem era uma preocupação crucial para a nobreza, pois representava a garantia da sucessão monárquica. Já nos dias de hoje, com o capitalismo em estágios avançados, esse costume parece inadequado. No atual sistema, é o trabalho pessoal que garante o sustento financeiro da grande maioria, e não a linhagem e a herança.

E quanto à moral? No dicionário, encontramos “Moral – 1. Conjunto de regras de conduta ou hábitos julgados válidos, quer de modo absoluto, quer para o grupo ou pessoa determinada.”⁴ Analisando-se essa conceituação, nota-se que a moral é construída coletivamente por ser um “conjunto de regras de conduta”.

A moral se encaixa no conceito de ética como sendo aqueles valores construídos no imaginário comum citado anteriormente, usados pelos indivíduos para norteá-los perante determinadas situações. Dessa forma, chega-se ou não a uma atitude eticamente correta, pois ainda há a questão da consciência individual, que seria aqui como o livre-arbítrio.

Segundo o professor-coordenador da Escola Superior de Educação de Viseu, em Portugal, Alberto Manuel Vara Branco, “a moralidade consiste em considerar como base de

¹ BRANCO, A. 2004, p. 7. Disponível em: www.ipv.pt/forumedia/6/9.pdf. Acesso em: 24 de abril de 2006.

² VALLS, A. 1994, p. 9

³ Idem, p. 10

⁴ FERREIRA, A. 1993. p. 371

ação a mesma idéia de dever. Essa base de ação é a vontade, embora a idéia do dever resida na ação. Portanto, moralmente boa é aquela ação da vontade que está em harmonia com a razão consciente do dever.”⁵ Alberto pensa que uma ação eticamente má é aquela em que não há a consciência do dever do homem. Ele destaca três pontos importantes a serem levados em consideração quando se pensa em moralidade:

- que as ações da vontade tendam ao bem concebido e compreendido pela razão (virtudes intelectuais),
- que tenha obrigação interior de realizar um ato moral (virtudes morais);
- e que tenha realizado o bem para satisfazer um fim honesto.⁶

Conclui-se assim, que ao se falar em “conduta eticamente aceitável” há uma vinculação necessária entre ética e moral. Esta se encaixaria no plano das idéias, construída coletivamente, e aquela, no plano das práticas, praticada individualmente. Um exemplo: a lei permite o hábeas-corpus aos depoentes das CPI’s instaladas para apurar irregularidades na Câmara dos Deputados. Tal atitude é moralmente questionável, e eticamente repudiável.

Há ainda a questão do contexto em que determinada situação ocorre, que pode levar ao relaxamento de certos princípios. Como no caso do homicídio: matar alguém é moralmente condenável, porém em uma guerra não é ético deixar de matar o inimigo.

1.2) Teorização Ética X Moral

Vários pensadores tentaram e ainda tentam teorizar a ética e sobre a mesma como algo que tendesse à universalidade e que, ao mesmo tempo, explicasse as mudanças comportamentais conseqüentes das diferentes culturas e contextos históricos.

Na Grécia antiga, entre os anos 500 e 300 a.C., há uma introdução da concepção do “bem supremo”, enquanto elemento ético-moral. Segundo os gregos, esse bem é o norteador de todos os comportamentos e o fim de todos os meios. A idéia é buscar o “Sumo Bem”, um mundo ideal, imutável e eterno, como a vida eterna. Porém, para os filósofos gregos como Sócrates, Platão e Aristóteles, essa meta é inalcançável, porque os seres humanos são falhos.

Há algumas variações nos pensamentos desses filósofos gregos. Sócrates deu início aos estudos no campo da ética porque questionava a lei da polis visto que, para ele, deveria haver

⁵ BRANCO, A. 2004, p. 9. Disponível em: www.ipv.pt/forumedia/6/9.pdf. Acesso em: 24 de abril de 2006.

⁶ Idem, p. 9

uma justificativa racional para sua validade. E procurava ligar essas indagações ao nosso ‘EU’ interior.

Para Sócrates⁷, a virtude é a “bússola da consciência” e se desenvolve a partir do conhecimento e da educação, impondo a forma de agir aos indivíduos. Virtude aqui pode ser entendida como “um hábito adquirido, voluntário, deliberado, que consiste no justo meio em relação a nós, tal como o determinaria o bom juízo de um varão prudente e sensato, julgando conforme a reta razão e a experiência.”⁸ Pode ser considerado o primeiro grande pensador da subjetividade, já que pensava na convicção pessoal independentemente dos costumes.

Já Platão⁹ busca o “Sumo Bem”, a felicidade, que, para ele, está na vida após a morte. Segundo esse pensamento, os homens deveriam procurar durante a vida a contemplação da idéia do bem, principalmente. A virtude aqui é baseada na adequação da vida pessoal às idéias supremas, desprendendo-se do mundo material para buscar o “Sumo Bem” (mundo ideal, imutável e eterno). Ao contrário de Sócrates, acha que é a razão e não o conhecimento que determina a condutas ético-moral. E explica essa diferenciação pelo fato de que razão é regra de valor. Ao contrário de conhecimento, que se subentende ser algo assimilado.

Para Aristóteles¹⁰, a ética também tem correlação entre o ser e o bem. Porém, por partir da perspectiva empírica e não da teórica como em Platão, defende que para cada ser deve haver um bem. Segundo esse filósofo, a razão é a maior virtude e seu objetivo é a busca da felicidade.

O pensamento na Grécia antiga abriu caminho para todos os estudos posteriores com relação à ética e a moral. Os gregos consideravam que deveria haver uma lei moral no mundo que permitisse ao homem viver e se realizar de acordo com sua natureza.

Na Idade Média, ao invés da concepção do “Sumo Bem”, como elemento ético-moral, houve a introdução religiosa do “Bem”. Nesse período predominou o monoteísmo, com a figura de Deus sendo exaltada como perfeita e ideal para os seres humanos. A graça divina, a partir da bondade e obediência às regras religiosas, é o objetivo a ser alcançado pela prática ético-moral.

Pensadores dessa época como São Tomás de Aquino e Santo Agostinho¹¹ acreditavam que a ética humana, derivada de suas múltiplas interpretações, deveria ser orientada por Deus

⁷ SÓCRATES, *apud.* VALLS, A. 1994, p. 16 a 18

⁸ SÓCRATES, *apud.* Idem, p. 33

⁹ PLATÃO, *apud.* Idem, p. 25 a 28

¹⁰ ARISTÓTELES, *apud.* Idem, p. 28 a 33

¹¹ AQUINO, SÃO TOMÁS e SANTO AGOSTINHO, *apud.* Idem, p. 44

e para Deus, de tal forma que a felicidade seria essa obediência cega aos mandamentos divinos. Ambos os pensadores estabelecem que o objeto do amor humano determinará se a conduta humana é boa ou má e, além disso, a realização da essência humana se constituiria no objetivo de uma vida moral e ética, tendendo a perfeição.

Já com o Renascimento e o Iluminismo, entre os séculos XV e XVIII, a burguesia começava a crescer e a se impor, e como tinha no trabalho seu meio de ascensão social, não pregava a obediência a Deus como o ideal, mas sim a liberdade pessoal.

Nesse período há uma valorização do pensamento científico em detrimento dos dogmas religiosos da Igreja Católica. Assim sendo, a moralidade de um ato é definida pela motivação e pelas suas conseqüências, determinada por diversos fatores e pelo contexto histórico.

Segundo o grande pensador da Idade Moderna, Immanuel Kant¹², a moralidade aqui é agir segundo a razão e a liberdade. Kant se baseia nas leis do pensamento e da vontade individual pra deduzir o comportamento eticamente aceitável. Para ele, as ações moralmente boas são aquelas que podem ser universalizáveis, de tal modo que os princípios que alguém siga possam valer para todos. É o “imperativo categórico”.

A ética e a moral para Kant funcionam como disciplinadoras da vontade natural do indivíduo, fazendo com que o mesmo se submeta e obedeça a determinados princípios que regem a sociedade.

Posteriormente, na Idade Contemporânea, há uma ampliação das idéias do período moderno. Com a consolidação da ciência em diversas áreas específicas, conseqüência da Idade Moderna, os conceitos de ética e moral são afetados. Aliado a isso, os meios de comunicação de massa, as ideologias, os aparatos econômicos e do Estado levam a uma crise de identificação do chamado “sujeito livre”. No lugar, aparecem os conceitos de homogeneização, padronização e imposição cultural.

Grandes pensadores se destacam, apesar de não pertencerem propriamente a esse período. Thomas Hobbes defendia a necessidade de um Estado forte que impusesse disciplina de direitos e deveres a todos, já que, na sua visão, os seres humanos seriam prioritariamente maus. Já Spinoza acreditava em uma “racionalidade pura”, em que o próprio homem pudesse determinar o que é bom ou mal, de acordo com suas necessidades e interesses.

¹² KANT, I., *apud*. Idem, p. 38 a 41

Hegel¹³ segue o princípio do pensamento de Kant, em que haveria a necessidade de se disciplinar a vontade humana. Para ele, a liberdade não deve ser encarada como algo só interno ou externo, mas sim como a consciência que se tem da mesma. Com uma síntese da moral cristã e da política grega, defendia um Estado de direito, moderno e constitucional, ou seja, seriam as leis e a organização social que garantiriam as liberdades individuais. Um Estado que ao mesmo tempo preservasse os direitos dos homens e lhes cobrasse seus deveres.

Marx¹⁴ não concordava com Hegel, pois achava que não existia um Estado tão “universal” como ele defendia. Segundo esse filósofo alemão, em uma sociedade burguesa, o Estado seria um espaço conquistado por uma classe, a partir de um conflito na sociedade. Assim como os filósofos kantianos, que achavam que o indivíduo não se guiava pela consciência moral autônoma, mas sim por razões de Estado.

Na segunda metade do século XX, a reflexão ética se voltou mais para a questão do discurso, ao em vez de se focar nas vontades ou liberdades individuais. Há uma crítica da ideologia, com a tentativa de desmascarar o que está por trás dos discursos humanos, revelando seus interesses reais, materiais, econômicos ou políticos. Outra vertente defende a análise da linguagem, que se concentraria em encontrar uma coerência entre o que o indivíduo diz e o que realmente faz.

Nesse período surge também a ética profissional, como sendo um conjunto de normas vinculadas às especificidades de uma profissão. O objetivo é estabelecer responsabilidades, para que o trabalho seja realizado com qualidade, procedendo de acordo com os valores morais de uma determinada sociedade.

Só que a grande questão colocada é se os homens hoje em dia, ainda tem condições de agir individualmente, de acordo com a moral, com todas as questões que o mundo contemporâneo traz, como a massificação, a indústria cultural, as ideologias. “Adorno em sua análise do fetichismo da música coloca a questão: nosso mundo individualista não estaria acabando exatamente com a individualidade, estrutura básica de um agir moral?”¹⁵

Na época Contemporânea já se sabe que a ética não pode deixar de ignorar o trinômio família, sociedade civil e Estado. Nessa questão, entra um quesito interessante ligado ao espaço. Para que um homem seja livre, ele precisa de um espaço interior, como a casa. Dessa maneira, os meios de comunicação funcionam como os únicos veículos capazes de

¹³ HEGEL, *apud.* Idem, p. 53 e 54

¹⁴ WEBER, M., *apud.* Idem, p. 54

¹⁵ ADORNO, T., *apud.* Idem, p. 69

penetrar nesses espaços, trazendo informação ou entretenimento. Isto mostra a responsabilidade que carregam, já que a informação também é uma forma de poder, que se bem distribuído, pode favorecer as relações éticas entre os homens. Mas somente se for bem distribuído.

1.3) Ética Profissional e Jornalística

O exercício de uma profissão não considera apenas o ofício em si, o ato de realizar as funções inerentes àquele cargo, mas também leva em consideração a consciência moral do homem, os juízos, os atos, os comportamentos, direitos e deveres do homem, que podem ser ou não reconhecidos pelas normas jurídicas vigentes. Seria como uma moral profissional, por isso chamada de *deontologia profissional* pelo professor Alberto Manuel¹⁶, visto que está ligado aos deveres específicos do homem dentro de seu ambiente de trabalho.

Ao realizar uma atividade, compreende-se que o indivíduo disponha de todas as aptidões intelectuais para tal fim, contudo, também subentende-se que ele venha a servir determinado público, um grupo social, ou uma sociedade inteira. Logo, aspectos não somente técnicos devem ser levados em consideração para honrar a atividade profissional, que de acordo com o professor Aberto, são os seguintes:

- a lealdade à profissão escolhida, delimitada pelas suas atividades próprias, contribuindo para o seu prestígio e boa reputação;
- a preparação adequada para o desempenho do ofício;
- o exercício competente e honesto da profissão, tendo presente em todos os casos a dignidade humana;
- a entrega ao trabalho profissional como correspondendo a uma vocação;
- a realização das prestações resultantes deste trabalho em favor do bem comum e a serviço da sociedade;
- o constante aperfeiçoamento do próprio saber, sem considerá-lo jamais como algo limitado;
- a exigência justa de obter não só o respeito e prestígio profissionais, mas também os meios materiais para uma vida digna;
- a lealdade é um princípio razoável da sua própria consciência, apesar de possíveis circunstâncias contrárias ou contraditórias. Há um direito moral de permanecer na profissão escolhida, porém a troca constante de atividades que envolvam índoles adversas é oposta à estabilidade profissional;
- o esforço constante para servir aos demais, conservando plenamente e concomitantemente a sua liberdade pessoal.¹⁷

¹⁶ BRANCO, A. 2004, p. 11. Disponível em: www.ipv.pt/forumedia/6/9.pdf. Acesso em: 24 de abril de 2006.

¹⁷ Idem, p. 12 e 13

Ou seja, há algumas regras a serem pensadas quanto à atitude profissional moralmente aceitável, em todas as ocupações. E não é diferente no jornalismo. Consideramos informação jornalística, um conjunto de técnicas, condições e atuações para tornar público, contínua ou periodicamente, os elementos do saber, do acontecimento, de especulações, de ações e projetos. Tudo isso, mediante uma técnica especial com esta finalidade e utilizando os meios de comunicação social.

Dessa forma, percebe-se uma estreita ligação entre informação e ética, já que os meios de comunicação funcionam como intermediários entre o público e os acontecimentos factuais. Com a estrutura da sociedade capitalista cobrando cada vez mais a inserção no mercado de trabalho, grande parte das pessoas não pode ficar 24 horas por dia atrás dos principais acontecimentos locais, nacionais ou internacionais.

Pode-se dizer que a relação entre o jornalista e seu público é caracterizada por um acordo comunicativo, às vezes implícito, outras vezes explícito, baseado na confiança depositada nos profissionais da área de comunicação, que têm como uma das obrigações ser fiel ao papel confiado a eles pelo público de reproduzir a realidade de forma verídica e honesta. Logo, para existir a notícia, há um informador, que sendo direta ou indiretamente uma pessoa humana, não pode desprender-se de sua consciência, como se fosse um computador com intuito de apenas responder a estímulos.

Niceto Blázquez¹⁸ faz uma compilação de alguns elementos da ética jornalística, de acordo com códigos de ética profissional e à luz da experiência das organizações jornalísticas que respeitam tais regras sem, portanto, torná-los universais. A veracidade aparece como fundamento essencial da informação, um dever dos jornalistas. Segundo Blázquez, a maior parte dos códigos analisados, cobra dos profissionais de comunicação, “o nível mais elevado de inteireza moral com respeito à veracidade, à exatidão e à objetividade da informação que divulgam ou interpretam.”¹⁹

Outro ponto levado em consideração é o direito à vida privada. De acordo com a pesquisa de Blázquez, na maioria dos códigos:

especifica-se não serem permitidas as intrusões na vida privada quando se trata apenas de satisfazer a curiosidade, mas são consideradas exceções para este princípio os casos em que o comportamento privado de uma pessoa afeta o interesse geral, daí o público ter o direito a estar informado.²⁰

¹⁸ BLÁZQUEZ, N. 1999, p. 154 a 160

¹⁹ Idem, p. 154

²⁰ Idem, p. 155

Como terceiro ponto da ética jornalística, Blázquez²¹ aponta o respeito à ordem e à moral públicas, sem descuidar-se de sua imbricação e aplicabilidade quanto à moral individual e coletiva, aos seus princípios sociais, culturais e até mesmo psíquicos. O profissional de comunicação deve ser leal à seu país e não deve agir de modo a suscitar conflitos raciais tribais, nacionais ou religiosos ou que gerem violência. É proibido causar ansiedade ou pânico desnecessários, salvo em casos de epidemias ou outras situações de interesse público.

Com relação a esse ponto, o Código de Ética do Jornalista no Brasil de 1985, determina como responsabilidade profissional no artigo 16º: “O jornalista deve pugnar pelo exercício da soberania nacional, em seus aspectos político, econômico e social, e pela prevalência da vontade da maioria da sociedade, respeitados os direitos das minorias”. E também consta na Lei da Imprensa brasileira de 1967 no capítulo III, que trata dos abusos no exercício da liberdade de manifestação e pensamento e informação:

Art. 12. Aqueles que, através dos meios de informação e divulgação, praticarem abusos no exercício da Liberdade de manifestação do pensamento e informação ficarão sujeitos às penas desta Lei e responderão pelos prejuízos que causarem.

Parágrafo único. São meios de informação e divulgação, para os efeitos deste artigo, os jornais e outras publicações periódicas, os serviços de radiodifusão e os serviços noticiosos.

Art. 13. Constituem crimes na exploração ou utilização dos meios de informação e divulgação os previstos nas artigos seguintes.

Art. 14. Fazer propaganda de guerra, de processos para subversão da ordem política e social ou preconceitos de raça ou de classe:

Pena - de 1 (um) a 4 (quatro) anos de detenção.

Art. 15. Publicar ou divulgar:

a) segredo de Estado, notícia ou informação relativa à preparação da defesa interna ou externa do País, desde que o sigilo seja justificado como necessário, mediante norma recomendação prévia determinando segredo, confidência ou reserva;

b) notícia ou informação sigilosa, de interesse da segurança nacional, desde que exista, igualmente, norma ou recomendação prévia determinado segredo, confidência ou reserva: Pena - de 1(um) a 4 (quatro) anos de detenção.

Art. 16. Publicar ou divulgar notícias falsas ou fatos verdadeiros truncados ou deturpados, que provoquem:

I - perturbação da ordem pública ou alarma social;

II - desconfiança na sistema bancário ou abalo de crédito de instituição financeira ou de qualquer empresa, pessoa física ou jurídica;

III - prejuízo ao crédito da União, do Estado, do Distrito Federal ou do Município;

IV - sensível perturbação na cotação das mercadorias e dos títulos imobiliários no mercado financeiro:

Pena - de 1 (um) a 6 (seis) meses de detenção, quando se tratar autor do escrito ou transmissão incriminada, e multa de 5 (cinco) a 10 (dez) salários mínimos da região.²²

²¹ Idem, p. 156

²² NEVES, R. 2000 p. 119

Apesar de a Lei da Imprensa ser antiga no Brasil, 39 anos, é interessante destacar que mesmo o Novo Projeto de Lei, em tramitação no Congresso desde 1995, apresenta pontos relativos a defesa da soberania nacional nos incisos III e VII, do artigo 3º, no capítulo II, que trata dos deveres dos meios de comunicação: “III - não fazer referências discriminatórias sobre raça, religião, sexo, preferências sexuais, doenças mentais, convicções políticas e condição social;... VII - defender o interesse público e a ordem democrática”.²³

Ainda segundo Blázquez, a proteção moral pública é um aspecto que não é facilmente identificado como norma, pois como vimos anteriormente, valores morais diferem de um meio cultural para outro e podem se transformar ao longo dos anos. “Por esta razão, nos códigos encaram-se estes problemas de forma mais generalizada, o que permite uma ampla interpretação.”²⁴

A honradez profissional e as relações da profissão também foram destacados por Blázquez, já que dos jornalistas é esperado que “se abstenham de empregar métodos indecorosos, de exercer pressões e de empregar a extorsão para reunir informações e para descobrir ou comprovar situações de fato.”²⁵ O Código de Ética Brasileiro, no artigo 9º, letra “d”, determina como dever do jornalista “valorizar, honrar e dignificar a profissão”²⁶.

E quanto às relações inter-profissionais, o plágio é altamente condenado, visto que a ética jornalística prevê a existência de um convívio de trabalho saudável entre os profissionais, equilibrando-se a competição e a solidariedade. O Código de Ética Jornalística da UNESCO, aprovado em 12 de novembro de 1983, com adesão de vários países, propõe no item 4 que o “papel social do jornalista exige que a profissão mantenha um alto nível de integridade.....O respeito à propriedade intelectual, sobretudo a abstenção de praticar plágio, pertence, pela mesma razão, ao comportamento ético do jornalista”.²⁷

Já no que tange à relação jornalista-fonte, o profissional é responsável pelo que publica e tem o direito de proteger a sua fonte de informação, porém, Blázquez ressalta que se o interesse geral exigir o contrário como, por exemplo, se vier a ser cometido algum delito, o dever de cidadão fica acima do segredo profissional.

Outro ponto que toca nas relações com as fontes de informação, diz respeito à obrigação de publicar retificações. Segundo o quinto ponto do Código de Ética Jornalística da

²³ Idem, p. 142

²⁴ Idem, p. 156

²⁵ Idem, p. 157

²⁶ NEVES, R. 2000, p. 138

²⁷ NORDENSTRENG, Kaarle e TOPUS, Hifzi, *apud*. BLÁZQUEZ, N. 1999, p. 162

UNESCO, que diz respeito ao acesso e participação do público, “o caráter da profissão exige, por outro lado, que o jornalista favoreça o acesso do público à informação e a participação do público nos ‘meios’, o que inclui a obrigação à correção ou retificação e o direito de resposta.”²⁸

E como último ponto mais recorrente nos códigos de diferentes países analisados por Blázquez, está o fortalecimento da compreensão internacional e a cooperação pacífica, destacando que, embora os as normas de ética profissional tenham sido formuladas por organizações nacionais de jornalistas, há alguns que ressaltam a importância de informar a respeito de outros povos e acontecimentos mundiais.

A pesquisa de Blázquez é importante porque permite perceber quais os princípios e normas correntes nos códigos de ética do jornalismo em diferentes países. “Confirma-se assim que a ética profissional implica uma forma particular de responsabilidade, que põe em jogo, sobretudo, a consciência do jornalista e sua integridade como pessoa e como profissional.”²⁹

Porém, mais adiante veremos que nem sempre a ética na prática jornalística depende exclusivamente da consciência e das boas intenções dos próprios jornalistas. Há outros setores que muitas vezes constituem fatores decisivos no processo de informação, como por exemplo os proprietários, os publicitários, os órgãos de administração, conselhos de redação e outras áreas que nem sempre são conectados à atividade jornalística, mas sim a interesses econômicos ou políticos.

Com relação à ética no jornalismo não poderia deixar de ser mencionada a liberdade de expressão. O maior dom do homem e o seu mais valioso direito é a liberdade. A ética limita essa liberdade porque regula a conduta humana, baseando-se nos princípios que dão razão para que algo seja como é. Analisando-se puramente sob esse ponto de vista são termos conflitantes, porém a liberdade tem limites.

O filósofo Aristóteles, quando diz que o homem é um ser político, e afirma que este tende a viver em sociedade para se dizer realmente humano, ele afirma que a vida em sociedade só pode ser vivida pelo homem e não por um Deus (que é perfeito), ou por um animal (que não fala, nem pensa), pois tem regras, tem limites, como se pode citar a própria liberdade.

Então ao se falar em liberdade de imprensa e ética jornalística, está implícito um dever por parte do jornalista, visto que este deve agir de forma responsável e consciente dos direitos

²⁸ BLÁZQUEZ, N. 1999, p. 162

²⁹ Idem, p. 158 e 159

individuais antes de publicar qualquer fato. Niceto Blázquez é enfático com relação à estreita ligação entre liberdade e responsabilidade:

O princípio da liberdade de dar e receber informação não pode ser aplicado sem que seja reconhecida a responsabilidade das conseqüências e da influência que a comunicação pública tem na vida das pessoas e da sociedade. Por isso é necessário um equilíbrio adequado entre os dois elementos – liberdade e responsabilidade – que constituem dois aspectos inseparáveis de um mesmo princípio, a saber, que se deve oferecer ao cidadão e à opinião pública uma informação veraz e objetiva que garanta o respeito dos valores culturais autênticos, dos interesses do desenvolvimento social democrático, dos direitos de todos os países e de uma cooperação internacional pacífica.³⁰

Blázquez chama a atenção para um documento intitulado “Declaração sobre os direitos, obrigações e práticas que devem ser incluídas no conceito da informação”, aprovado em 1948, por uma subcomissão especial da Conferência sobre a liberdade de Dar e Receber Informação, reunida em Genebra. Nele estão as seguintes obrigações deontológicas:

O direito à liberdade de expressão... impõe a todos os que dele desfrutam a obrigação moral de dizerem a verdade sem sofrerem nenhum dano e por isso de divulgarem o que sabem sem intenções maliciosas. Assim como de facilitarem a solução dos problemas econômicos, sociais e humanitários do mundo todo com o livre intercâmbio da informação relativa a estes problemas, de ajudarem a promover os direitos humanos e as liberdades fundamentais, sem discriminações arbitrárias, de contribuírem para manter a paz e a segurança e de lutarem contra a difusão persistente de informações falsas ou tergiversadas que provoquem ódios ou que causem prejuízos nos Estados, pessoas ou grupos de diferentes raças, idiomas, religiões ou convicções filosóficas...³¹

Enfim, há inúmeros códigos normativos de condutas moralmente corretas na prática jornalística, mas como pôde ser percebido, estão ligados à consciência individual. Cabe ao indivíduo agir daquela forma ou não. Isabel Travancas entrevistou jovens jornalistas em seu livro de âmbito antropológico *O mundo dos jornalistas* e concluiu que para eles “a noção de ética está ligada à idéia de um código de regras determinadas para o exercício da profissão. Entretanto, para a grande maioria este código é muito subjetivo, variando de pessoa para pessoa, e se baseia muito mais na consciência de cada um do que em normas preestabelecidas”.³²

A professora de comunicação da Universidade Federal Fluminense Marialva Barbosa defende que antes de existir uma ética particular, como no jornalismo, deve existir uma ética

³⁰ Idem, p. 149

³¹ Idem, p. 150

³² TRAVANCAS, I. 1992, p. 93

humana, justamente para que quando um profissional se depare com situações em que uma escolha deve ser feita, tenha plena consciência dos valores que deve seguir. “A ética que deve prevalecer, portanto, e aí não é mais uma ética ligada a uma atuação profissional, é aquela de que pertencemos a um mesmo universo, a um mesmo lugar, pertencemos a uma mesma categoria: o humano”.³³

Para isso, Marialva defende que os professores tomem atitudes mais humanas com relação ao ensino, não apenas educando pessoas objetivando única e exclusivamente a acumulação de saberes:

Educar é antes de tudo ensinar ao homem que ele faz parte de uma condição, a condição humana, e que deve visualizar semelhanças e não diferenças na acumulação e organização do seu saber. Ensinar é procurar mostrar que o destino individual está irremediavelmente ligado a um destino social, histórico, imaginário, mítico ou religioso. No mundo da tecnologia, ensinar é valorizar as relações afetivas, a cultura humanística, que coloca em cena singularidades humanas e subjetividades.³⁴

Dentro do objetivo do presente trabalho, a ética pode ser considerada a ação do jornalista perante uma determinada situação-problema. Ação esta que pode estar de acordo ou não com posturas aceitáveis dentro dos valores construídos no imaginário comum, ou seja, a moral. Logo, o estudo da ética e da moral se tornam proveitosos nesse sentido.

A ética caberia aos profissionais de comunicação e a moral caberia aos manuais de redação. Conforme analisado anteriormente, Blázquez em seu estudo sobre os códigos jornalísticos destacou quais os preceitos norteadores da prática jornalista mais comuns nos manuais de diversos países. Ou seja, esses manuais serviriam como uma base de postura aceitável nos meios de comunicação.

Nessa monografia, será analisado que, nem sempre a prática condiz com a teoria. Os profissionais muitas vezes defendem um jornalismo objetivo, imparcial e livre, porém nem sempre a ética individual condiz com essa moral desejada nos manuais.

³³ BARBOSA, M. 2002, p. 2. Disponível em <http://hdl.handle.net/1904/18679>. Acesso em: 12 de abril de 2006

³⁴ Idem, p. 3

CAPÍTULO 2 – A INFORMAÇÃO NOTICIOSA

Neste capítulo pretende-se discorrer sobre o processo de geração de notícias do ponto de vista ético, enfocando aspectos que não mais dependem da consciência individual do jornalista, visto que envolvem circunstâncias em que este profissional vai perdendo sua influência. Para isto, buscamos uma definição de notícia, enfocando também quais os elementos necessários para que um fato ganhe destaque na mídia.

A partir de então, inicia-se uma jornada pelos caminhos não necessariamente jornalísticos que as notícias percorrem, mas que influem maciçamente na tomada de decisões quanto ao que deve ou não ser publicado. Esses aspectos estão ligados a fatores internos como a ideologia seguida pela direção da empresa jornalística para qual o profissional trabalha. Ou a fatores externos como a lógica de mercado e a concorrência entre a mídia. Além desses, serão analisados interesses econômicos e políticos que podem estar por trás da produção de notícias.

2.1) A Notícia: sua Validade, Qualidade e Abrangência

Antes de começarmos, é importante esclarecer o que a informação noticiosa representa para a sociedade e o poder que ela desempenha dentro de um sistema social. A notícia funciona como um elo entre os mais diversos saberes e o público. Este, por sua vez, espera receber informações verdadeiras e honestas. Logo, ao jornalista cabe um papel de extrema relevância dentro de um espaço social. Manuel Carlos Chaparro usa uma citação de Paillet para descrever a importância da informação para o público:

Ele é o intermediário entre os meios de elaboração (científico, técnico, econômico, cultural, etc.) e o grande público. Este não é, talvez, tocado por essa ou aquela inovação, mas globalmente por um conhecimento, mesmo que aproximativo, da marcha do tempo. Um vaivém permanente entre especialistas e cultural geral é indispensável à sobrevivência e ao progresso de um corpo social.³⁵

Com relação a esses saberes que podem ou não virar notícia, os meios de comunicação procuram levar em consideração o interesse público. Não é de se estranhar então que o termo *interesse* apareça com frequência nas definições de notícia. Chaparro enumerou algumas:

³⁵ PAILLET, M. *apud*. CHAPARRO, M. 1993, p. 78

- Notícia é um fato ou uma idéia precisos que *interessa* a um amplo número de leitores. Entre duas notícias, a melhor é a que *interessa* a um maior número de pessoas. (Lyle Spencer, 1917)
- Notícia é o que os jornalistas acreditam que *interessa* aos leitores. Portanto, notícia é o que interessa aos jornalistas. (Heráiz, 1966)
- Os periódicos publicam um variado tipo de informação segundo os diferentes núcleos de *interesse* em seus leitores. (Paul Sheerhan, 1966).³⁶

Como só o que interessa ao público pode ser considerado notícia, há certos critérios de relevância social a serem observadas, que podem dar maior ou menor intensidade ao conteúdo noticioso. Segundo Nilson Lage³⁷, seis itens são levados em conta quanto ao grau de interesse da sociedade: a *proximidade*, a *atualidade*, a *identificação*, a *intensidade*, o *ineditismo*, a *oportunidade*.

Quanto à *proximidade* é corrente que o homem se interessa mais pelo que acontece a sua volta, só que essa definição varia de acordo com os diferentes interesses dentro de grupos sociais distintos. Segundo Lage:

esta é a razão por que os assuntos internacionais interessam sobretudo aos segmentos mais prósperos e aos mais bem informados de uma população....E é também a razão pela qual se obterá uma resposta de audiência numericamente positiva se abrimos espaço ou tempo para os assuntos locais.³⁸

A *atualidade* entra no raciocínio lógico de que o homem se atrai mais facilmente pelos fatos mais próximos no tempo. Só que o novo pode ser algo que já existe, porém não conhecido, ou então, fatos novos seriam aqueles semelhantes a acontecimentos históricos passados. Já a *identificação social* é um item ligado ao consumo diferenciado das classes sociais, ou seja, seria como produzir conteúdos diferentes para situações sociais distintas. Contudo, Lage faz uma ressalva:

O que determinará a identificação social não é uma situação real na escala da sociedade, porém projeções ideais desta situação; o modelo em que se espelha um trocador de ônibus é possivelmente o do rapaz que anda de motocicleta, não o do dono da empresa de ônibus.³⁹

De acordo com Lage, um fato é mais notável quando “tem maior *intensidade* aferida em números”⁴⁰ Para ele, as pessoas levam muito em conta números grandes simplesmente pelo fato de que não conseguem dimensioná-los. Por exemplo: “10 milhões de quilowatts

³⁶ FONTCUBERTA, M. *apud*. Idem, p. 118

³⁷ LAGE, N. 1979, p. 67 a 74

³⁸ Idem, p. 67

³⁹ Idem, p. 69

⁴⁰ Idem, p. 70

parecerão mais do que 10 mil megawatts, embora a potência avaliada seja exatamente a mesma”.⁴¹ O *ineditismo* aparece como sendo a raridade de um acontecimento. Segundo Lage, este conceito está diretamente ligado à probabilidade de um evento ocorrer. Só que, no jornalismo, este termo se volta mais à probabilidade de o público ter conhecimento prévio desses eventos.

E por último, a *identificação humana* como um item que diz respeito àquelas pessoas consideradas exemplos para a sociedade, como um ideal humano. De acordo com Lage, mesmo que essas pessoas tenham despertado a atenção do público devido ao ofício que ocupam, a imagem que passam transcende às suas funções. Lage chega inclusive a compará-las aos *olímpianos*⁴² dizendo que “sua presença e suas palavras adquirem transcendência messiânica, como bem sabem os profissionais das relações públicas e os editores de revistas ilustradas”.⁴³

Chaparro lista outros pontos diferentes dos de Lage, baseado nos elementos da notícia listados por Warren⁴⁴, como *Proeminência, Curiosidade, Conflito, Suspense, Emoção, Conseqüências*. E conclui que é comum encontrar outras listagens, visto que “outras relevâncias podem surgir de circunstâncias temporais, culturais e regionais, não previsíveis”.⁴⁵ Para ele, isso é normal e para manter esse processo sempre atualizado, defende uma constante pesquisa na área de interesse público. Todavia, de acordo com John Hulteng é interessante para o repórter ter consciência da responsabilidade que carrega ao noticiar fatos:

Entre as considerações que orientam o repórter na operação dessas portas estão as dimensões do mérito da notícia, adquiridas como preceito ou por experiência (os leitores **precisam** conhecer assuntos importantes, acontecimentos que afetam o interesse público; os leitores **gostam** de ficar sabendo fatos emocionantes, intrigantes, fora do comum). Entre elas também estão as considerações pelos direitos e sensibilidade das pessoas e instituições que são assuntos das notícias.⁴⁶

Agora vamos analisar a notícia do ponto de vista da forma como ela é relatada. Segundo vários códigos de ética jornalísticos, a notícia deve ser objetiva e imparcial. De acordo com o Código de Ética Jornalística da UNESCO de 1983, 2, é preciso informar de maneira mais objetiva possível, pois o juízo final deve ser dado pelo público-receptor:

⁴¹ Idem, p. 7

⁴² MORIN, E. *apud.* Idem, p. 73

⁴³ LAGE, N. 1979, p. 74

⁴⁴ WARREN, C. *apud.* CHAPARRO, M. 1993, p. 119

⁴⁵ CHAPARRO, M. 1993, p. 119

⁴⁶ HULTENG, J. 1990 p. 95

A tarefa primordial do jornalista é cumprir o direito a uma informação *verídica e autêntica, aderindo honestamente à realidade objetiva*, situando conscientemente os fatos no seu contexto adequado, manifestando as suas relações essenciais sem que isso implique distorções, empregando toda capacidade criativa do profissional, a fim de que o público receba um material apropriado que lhe permita formar uma imagem precisa e coerente do mundo, em que a origem, natureza e essência dos acontecimentos sejam compreendidos da *maneira mais objetiva possível*.⁴⁷

Nos Estados Unidos nos anos de 1960 e 1970, John Hulteng analisa um movimento diferente daquele que segue uma linguagem objetiva, seria o *novo jornalismo*⁴⁸. Hulteng se baseia nos estudos de Everette E. Dennis e William L. Rivers, que destacam algumas características dessa nova prática como sendo algo diferente do jornalismo puramente objetivo, que mostra todo o fato, ou do interpretativo, que explica um fato mais detalhadamente. Segundo esses pesquisadores, “cor, sabor, atmosfera, a essência do ser humano – todos esses aspectos, afirmam os novos jornalistas – estão muito além do alcance do jornalismo convencional”.⁴⁹ Ou seja, são jornalistas que pretendem dar um tratamento mais humano às notícias, produzindo matérias mais realistas e informativas, dando ênfase às técnicas narrativas.

Para Hulteng, o novo jornalismo trouxe muitas vantagens para a técnica de reportagem, uma vez que passou a questionar informações oriundas de fontes oficiais, passando assim a dar mais atenção a contatos antes ignorados, contribuindo para que as notícias ficassem mais completas e equilibradas. Todavia, esse processo, segundo ele, favoreceu uma “proliferação incontrolável de fontes anônimas e, no processo, corroeu a credibilidade da mídia aos olhos dos leitores, ouvintes e telespectadores”.⁵⁰

No presente trabalho, não será focada a falta de credibilidade da mídia perante os leitores, até porque essa observação foi feita através da análise dos meios de comunicação dos Estados Unidos. No Brasil, a confiança da população na mídia é alta. Uma pesquisa realizada em dez países pela rede inglesa *BBC* e pela agência *Reuters*⁵¹, em 3 de maio de 2006, dia da imprensa, mostrou que os brasileiros acreditam mais na imprensa do que no governo: 45% acreditam que os meios de comunicação são confiáveis e 30% consideram o governo confiável. A ênfase que pretende ser dada aqui, no entanto, está na constante presença de fontes anônimas na mídia brasileira, que será tratada com mais propriedade adiante.

⁴⁷ UNESCO. *apud*. BLÁZQUEZ, N. 1999, p. 201 e 202

⁴⁸ HULTENG, J. 1990, p. 252 e 253

⁴⁹ DENNIS e RIVERS, *apud*. Idem, p. 253

⁵⁰ HULTENG, J. 1990, p. 261

⁵¹ REUTERES e BBC. *apud*. TV GLOBO, JORNAL NACIONAL 2006. Disponível em www.globo.com/jn.

Acesso em: 11 de maio de 2006

2.2) Furo de Reportagem: Questões de Lógica de Mercado e Concorrência

Ao se falar em furo de reportagem, a idéia corrente é a de ser uma reportagem inédita e exclusiva, ou seja, só determinado veículo “x” divulgou. Portanto, é interessante definir o que pode ser considerada uma boa matéria. De acordo com o estudo antropológico envolvendo jornalistas de Isabel Travancas, boa matéria é “aquela reportagem que repercute muito, que sai na primeira página, que todo mundo lê e é alvo de comentários, em geral positivos e elogiosos”.⁵² O conceito de furo de reportagem se encaixa nesses quesitos necessários para uma matéria ser considerada boa.

Voltando um pouco às definições de notícia já estudadas no item anterior, o “furo” também está ligado àqueles atributos de relevância estudados por Nilson Lage e Manuel Carlos Chaparro, em especial ao *ineditismo* e à *proximidade*.⁵³ Segundo Chaparro, “quanto mais numerosos e mais intensos forem os atributos de relevância num dado conteúdo, maior será o nível desse conteúdo para o leitor”.⁵⁴ Logo, conclui-se, que o “furo” é uma notícia inédita, exclusiva e que merece grande destaque pela mídia.

Ora, se o destino final da notícia é o público, não se pode deixar de enquadrar o jornalismo na lógica de mercado capitalista, cujo objetivo principal é o lucro. Blázquez analisa essa mudança de postura no jornalismo, que visto como empresa, acaba influenciando nas questões éticas da profissão:

Agora o nascimento e a continuidade de um meio de comunicação exigem uma organização empresarial complexa, freqüentemente anônima. O organograma empresarial requer a presença ativa de pelo menos quatro setores bem definidos: os acionistas, que investem seu capital para ganhar dinheiro, o setor empresarial ou de gestão, o setor pessoal técnico-trabalhista dos processos de produção e os profissionais do meio de comunicação correspondente. Atualmente não se pode separar a ética informativa da deontologia comercial, condicionada pelo fenômeno da oferta e da demanda de trabalho e de dinheiro.⁵⁵

Os meios de comunicação acabam “produzindo” matérias de acordo com o público que se quer atingir. Segundo o professor do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Espírito Santo, Giovandro Marcus Ferreira, o jornalismo sai da sua função inicial de informar para assumir uma postura mercadológica, de vender: “A legitimação pelo mercado desloca o campo jornalístico do sucesso democrático (informar o

⁵² TRAVANCAS, I. 1992, p. 42

⁵³ LAGE, N. 1979, p. 65 a 74 e CHAPARRO, M. 1993, p. 118 a 119

⁵⁴ CHAPARRO, M. 1993, p. 120

⁵⁵ BLÁZQUEZ, N. 1999, p. 24

cidadão...) ao sucesso comercial (o jornal mais vendido, de maior tiragem, aquele que proporciona um maior número de negócios...)”.⁵⁶

E dentro dessa lógica de mercado, entra a questão da concorrência, visto que para atingir um grande público, há a necessidade de se utilizar recursos para atrair as pessoas e, conseqüentemente, se diferenciar dos demais veículos de comunicação. Ferreira entende que, por conta disso, há uma troca de papéis por parte da imprensa:

De início, o *fazer saber*, princípio fundador do campo de produção jornalístico deve ser minimizado ou às vezes ignorado pelo *fazer sentir* ou *fazer seduzir*. Um suporte de imprensa para ter sempre um maior número de leitores, tem a necessidade de despertar a atenção para obter a preferência do público. Logo, se faz mister se distinguir dos outros concorrentes para se tornar o maior mercado.⁵⁷

O jogo da concorrência acaba levando a uma busca pelo furo, na medida em que ele representa a notícia “em primeira mão”. Quando um veículo de comunicação informa antes dos outros, está se distinguindo dos demais e, assim, atraindo um público maior. Segundo Ferreira, esse mecanismo leva a uma valorização da notícia que “vende mais”:

A lógica comercial do campo jornalístico faz ressaltar o aspecto sedutor da informação em detrimento do saber que está ligado aos postulados de fundação deste campo junto à democracia e ao cidadão. O acontecimento jornalístico é forjado por três tipos de pressão: seu caráter singular, anormal e sua valoração efetuada pelo sistema midiático tendo em vista o jogo da concorrência.⁵⁸

Toda engrenagem comercial dentro do jornalismo faz com que as notícias tenham que ser produzidas de forma rápida, como em uma rotina industrial, afinal um veículo de comunicação não quer estar atrás dos demais. De acordo com o manual de redação da *Folha de S. Paulo*, o jornalismo está “subordinado a um regime de pressa que faz parte de sua utilidade pública”⁵⁹. A pressa acaba sendo um ponto determinante também ao furo de reportagem, já que, com ele, subentende-se uma exclusividade com relação a determinado fato atrelada à velocidade com que é divulgado.

Como conseqüência da agilidade jornalística, Ferreira destaca como ponto negativo que “se tem menos tempo para verificar informações, encontrar novas fontes, novos temas, novos

⁵⁶ FERREIRA, G. 2003, p. 3. Disponível em www.intercom.org.br/papers/xxii-ci/gt20/20f02.PDF. Acesso em: 24 de abril de 2006.

⁵⁷ Idem, p. 3

⁵⁸ Idem, p. 4

⁵⁹ FOLHA DE SÃO PAULO, Novo Manual de Redação. 1992, p. 14

lugares”.⁶⁰ O professor avalia que a prática jornalística está baseada em dois pilares: um seria o acompanhamento constante da concorrência e o outro seria a procura por notícias inéditas. Para ele, as notícias inéditas ou “furos” fazem com que a prática jornalística se baseie na velocidade, dando importância somente às informações atuais. Ferreira conclui que esses curtos espaços de tempo limitam o pensamento dos jornalistas na hora de tomar decisões importantes e cita Alain Accardo:

... fazendo aos jornalistas uma obrigação absoluta de ser os primeiros a falar qualquer coisa, acaba-se falando mal, estes jornalistas promovidos a postos de grande responsabilidade contribuem eficazmente, mesmo sem sempre o saber e o querer expressamente, são levados a transformar um meio em fim e a teorizar, sob uma forma um pouco rude para os agentes do campo intelectual, a necessidade econômica de sacrificar a qualidade da informação às exigências de rentabilidade máxima no mais curto prazo.⁶¹

Outro aspecto negativo levantado por Ferreira é que a agilidade jornalística atrelada à concorrência entre os meios de comunicação pode acabar levando a um resultado diferente do esperado: ao invés de “furos” viriam notícias iguais. Ele diz que “a concorrência comercial leva ao fenômeno da unificação da informação. As informações dos jornais televisivos têm uma forte tendência a estar presente na pauta dos jornais impressos na manhã do dia seguinte”.⁶² E finaliza: “Enfim, há uma forte tendência de ser o primeiro fazendo as mesmas coisas todos os dias. O trabalho jornalístico torna-se cada vez mais uma produção de idéias recebidas, de fontes regulares, de temas já mediatizados”.⁶³

2.3) Bastidores da Notícia: Interesses Econômicos e Políticos

Para começar a falar dos interesses econômicos e políticos que existem por trás da notícia, convém lembrar que, como foi dito no item anterior, o jornalismo hoje está enquadrado na lógica capitalista. Isabel Travancas em seu estudo sobre a profissão jornalística observou bastante esse aspecto:

...a grande maioria dos órgãos de comunicação do país são empresas privadas com fins lucrativos. São poucas as estações de rádio ou canais de televisão do Estado.

⁶⁰ FERREIRA, G. 2003, p. 6. Disponível em www.intercom.org.br/papers/xxii-ci/gt20/20f02.PDF. Acesso em: 24 de abril de 2006.

⁶¹ ACCARDO, A. *apud*. Idem, p. 14

⁶² FERREIRA, G. 2003, p. 5. Disponível em www.intercom.org.br/papers/xxii-ci/gt20/20f02.PDF. Acesso em: 24 de abril de 2006.

⁶³ Idem, p. 6

Isso também demonstra que o jornalismo se desenvolveu junto com a sociedade e dentro dela, sendo o jornal um produto de consumo. Raros são os jornais de cooperativa, sem fins lucrativos ou com empregados que trabalhem principalmente por “amor à arte”. O jornalismo hoje faz parte da sociedade capitalista, e o jornalista é uma peça importante dessa engrenagem que produz notícias”.⁶⁴

As matérias jornalísticas passam por um processo de codificação de mensagem, que segundo Cremilda Medina⁶⁵, tem início na escolha das pautas. De acordo com Medina, esse mecanismo não é evidente na maioria dos casos, mas se for feita uma análise das notícias, nota-se que elas carregam características oriundas das relações que a empresa jornalística possui, subentendem-se aqui relações comerciais, e de sua ideologia. Medina diz que esse processo tem início na pauta porque nela é dada a angulação, que pode ser de nível-massa, grupal e pessoal. Nesse sub-capítulo, daremos uma atenção especial ao segundo tipo de angulação.

A angulação de nível grupal está ligada à empresa jornalística e, para Medina, é fundamental para desencadear mensagens jornalísticas. Segundo ela, “quando a mensagem é angulada para de pauta se transformar num processo de captação, a componente grupal se identifica com a caracterização da empresa jornalística onde essa pauta vai ser tramitada”.⁶⁶

Medina diz que esse tipo de angulação é comum na América Latina, fazendo com que a empresa guie a matéria de acordo com seus interesses econômicos e políticos: “a empresa que, por sua vez, está ligada a um grupo econômico e político (em bases bem características na América Latina)⁶⁷, conduz o comportamento da mensagem da captação do real à sua formulação estilística”.⁶⁸

Manuel Carlos Chaparro em seu livro *Pragmática do Jornalismo*, utiliza algumas idéias de Cremilda por acreditar que a determinação de conteúdos de acordo com interesses, gera um poder de censura, não necessariamente institucionalizado, em diferentes graus sobre a divulgação de informações:

...existem mecanismos mais sutis (e mais eficientes) nas relações da imprensa com o poder, que dificultam ou impedem o livre trânsito de informações da órbita oficial para a sociedade – e isso se dá não apenas em relação ao Estado. Os mecanismos informais de controle de informação são apropriados pelas grandes organizações privadas e pelos grupos de interesse.⁶⁹

⁶⁴ TRAVANCAS, I. 1992, p. 32

⁶⁵ MEDINA, C. 1978, p. 73

⁶⁶ Idem, p. 73

⁶⁷ ORDÓÑEZ, M. *apud*. Idem, p. 73

⁶⁸ MEDINA, C. 1978, p. 73

⁶⁹ CREMILDA, M. *apud*. CHAPARRO, M. 1993, p. 78

Como foi dito no início deste capítulo, há interesses por trás da notícia que não são necessariamente jornalísticos, mas que tendo em vista o contexto capitalista atual, norteiam a postura das empresas jornalísticas: a dependência financeira (de patrocinadores, anunciantes etc.) e a política ideológica.

Uma empresa jornalística que investe dinheiro para montar o empreendimento quer lucrar e não ter prejuízos. E nos meios de comunicação em geral, o retorno do dinheiro investido e o lucro vêm da publicidade, uma vez que nem todos os veículos garantem renda pela simples comercialização de seus produtos jornalísticos junto ao público consumidor. Somente jornais impressos conseguem ganhos financeiros pela venda direta aos leitores, diferentemente do rádio e da televisão, que não vendem diretamente aos ouvintes e telespectadores.

Na opinião de José Arbex Jr., “quanto maior o capital necessário ao investimento em novas tecnologias, mais a mídia se torna dependente dos anunciantes e dos sistemas de crédito”.⁷⁰ Para Noam Chomsky e Edward Herman a relação entre mídia e anunciantes leva a uma interferência nas informações produzidas:

o poder dos anunciantes sobre a programação da televisão [e, por analogia, sobre todos os demais meios de comunicação] deriva do simples fato de que eles compram e pagam pelos programas – são os patronos que fornecem o subsídio à mídia [...] As opções desses patrocinadores afetam diretamente o desempenho da mídia, e eles se tornaram o que William Evan denomina “organizações normativas de referência”, a cujas exigências e requisitos a mídia tem que se acomodar se quiser ter sucesso.⁷¹

E com relação à política ideológica de uma empresa jornalística com fins lucrativos, pode-se dizer que ela será tendenciosa aos governos que não apresentem riscos ao seu empreendimento, ou seja, um governo de capitalismo globalizado. Nem sempre esses mecanismos são facilmente identificáveis nos meios de comunicação, mas em épocas eleitorais a percepção de posicionamentos parciais é mais evidente. O jornalista Emiliano José enxerga claramente essa postura:

A imprensa não pode ser colocada à margem da luta pela hegemonia na sociedade, e nessa luta ela está de um lado, e não é o das classes subalternas. Claro que a imprensa reflete a existência de todas as classes sociais [...] mas, de modo geral, tem uma opção, que se torna mais clara ainda nos momentos decisivos da história, como foi aquele da sucessão presidencial de 1989 [eleição por voto direto entre Luís Inácio Lula da Silva e Fernando Collor de Melo, a primeira após vinte anos de ditadura militar].

⁷⁰ ARBEX JR., J. 2002, p. 59

⁷¹ HERMAN, E. & CHOMSKY, N. 2003, p. 18

Esse engajamento da imprensa [...] é realizado por sobre os trilhos de uma linguagem muito própria que, no mais das vezes, engana aos não-iniciados. O jornalismo objetivo, com seu conjunto de normas, é a esteira na qual se desenrola a ação dos meios de comunicação. O respeito aos fatos, alicerçado em fontes confiáveis, sustenta a opção deles. A ideologia da objetividade, a simulação de que todos os lados têm o mesmo espaço, permite mascarar as escolhas.⁷²

A política jornalística da empresa tanto ideológica quanto econômica acaba contaminando todo o corpo de repórteres e editores, que passa a assumir os valores e comportamentos típicos do veículo de comunicação que trabalham. Dois pesquisadores, Peter Dreier e Steve Weinberg, dirigiram um estudo durante um ano sobre relacionamentos dos jornais com instituições que cobrem ou deixam de cobrir, e concluíram:

Alguns desses vínculos podem ser sutis – de auto-censura inconsciente, por exemplo. Em outros casos, as conseqüências foram manifestas – repórteres pressionados, estórias não investigadas, ou proibidas quando escritas. A preocupação com inter-relacionamentos, portanto, vai além das preocupações tradicionais contra as leis de monopólio. O interesse centraliza-se no fluxo de informação e na vitalidade do jornalismo, como algo absolutamente desinteressado e implacavelmente independente.⁷³

Com isso, Chaparro⁷⁴ entende que os jornalistas nem sempre são sujeitos do processo informacional, já que eles dependem das ordens superiores de diretores, editores e chefes de reportagem, personagens que Paillet⁷⁵ chama de “árbitros”, e que são responsáveis pelos conteúdos, intenções, enfoques, relevância e formas de expressão das notícias. Logo, como o jornalista não é um “árbitro”, nem sempre pode se expressar livremente em “oposição aos poderosos e às instituições que refletem um certo poder econômico”⁷⁶. Então, conclui Chaparro baseado no pensamento de Paillet:

...as empresas em que trabalha podem constituir ou estar vinculadas a um poder econômico, contra o qual nada pode o lado “anti” da personalidade jornalística. Essa posição paradoxal explica as ambigüidades que atingem tanto a atividade quanto o comportamento e a psicologia do jornalista.⁷⁷

Niceto Blázquez afirma que é um erro achar que a missão do comunicador de informar pode se dar de maneira “eticamente indiferente e asséptica”⁷⁸. Para ele, os informadores por

⁷² JOSÉ, E. 1996, pp. 113-114

⁷³ DREIER, P. & WEINBERG, S. *apud*. HULTENG, J. 1990, p. 56

⁷⁴ CHAPARRO, M. 1993, p. 79

⁷⁵ PAILLET, M. *apud*. Idem, p. 79

⁷⁶ Idem, p. 80

⁷⁷ Idem, p. 80

⁷⁸ BLÁZQUEZ, N. 1999, p. 25

mais imparciais que sejam esperam uma compensação econômica e um reconhecimento por parte do público: “Aquele que informa o faz por algum interesse individual ou coletivo.”⁷⁹

Segundo ele, os problemas éticos que surgem daí são justamente ligados ao fato do “fazer jornalístico” não ser mais algo independente e com objetivo primordialmente informacional, mas sim algo dependente de outras instâncias e contextualizado no sistema capitalista:

...a grande virada ética dos MCS contemporâneos consiste no seu deslocamento progressivo rumo às instâncias de poder nos âmbitos econômico, político e ideológico. O padrão ético já não é mais a verdade objetiva como paradigma ideal, mas a sinceridade subjetiva com a menor carga possível de responsabilidade. Já não se trata de informar de acordo com a realidade, mas de informar “criando” a realidade que mais interessa ao emissor ou ao destinatário. A verdade informativa, sob o novo padrão ético, não é a que se refere a uma realidade original e que se transmite pelos canais informativos, mas sim aquela que o próprio meio fabrica e transmite como sua obra exclusiva.⁸⁰

A prática jornalística segundo interesses que não sejam o de informar acaba influenciando de forma muitas vezes negativa a ética central do jornalismo, a qual determina que as notícias devem ser divulgadas honesta e totalmente. Ao citar vários exemplos dessa conduta, John Hulteng avalia como pode ser perigosa a relação do jornalismo com o poder:

...refletem a disposição das pessoas que detêm um grande poder, em empregá-lo não no interesse público, mas no seu próprio. Um estadista britânico advertiu, certa vez, que o poder corrompe; ele estava falando de e para políticos, mas suas palavras poderiam ser também apropriadamente aplicadas àqueles em cujas mãos estão os controles dos poderosos megafones dos meios de comunicação de massa.

E dentro desse jogo de poder e subordinação, o leitor acaba sendo deixado de lado, pois dificilmente consegue interferir em conteúdos e intenções. Chaparro chama a atenção para o fato de que, apesar do leitor ser o objetivo final dos meios de comunicação, eles acabam, na verdade, sendo tratados como mero consumidores. Para isso, Chaparro analisa os manuais de redação da *Folha de São Paulo* e de *O Estado de S. Paulo*, e cita como exemplo o *Mandato do Leitor* presente no manual da *Folha*:

MANDATO DO LEITOR – ... cada leitor delega ao jornal que assina ou adquire nas bancas, a tarefa de investigar os fatos, recolher material jornalístico, editá-lo e publicá-lo. Se o jornal não corresponde a suas exigências, o leitor suspende esse mandato, rompendo o contrato de assinatura ou interrompendo a aquisição nas bancas. A força de um jornal repousa sobre a solidez e na quantidade de mandatos que lhe são delegados.⁸¹

⁷⁹ Idem, p. 25

⁸⁰ Idem, p. 26

⁸¹ FOLHA DE SÃO PAULO, Novo Manual de Redação *apud*. CHAPARRO, M. 1993, p. 81

Chaparro argumenta que “em nenhum momento se capta, na leitura dos manuais de redação dos dois jornais, qualquer preocupação ou reflexão mais sociológica ou cultural que trate o leitor como sujeito de um processo de comunicação e cidadão com direitos específicos”.⁸²

Ele cita a Declaração Universal de Direitos Humanos, de 1948, que diz no artigo 19: “Todo indivíduo tem direito à liberdade de opinião e de expressão; este direito inclui o de não ser molestado por causa de suas opiniões, o de investigar e receber informações e opiniões e difundi-las sem limitação de fronteiras, por qualquer meio de expressão”.⁸³

Quando os meios de comunicação agem de acordo com interesses econômicos ou políticos, subtraindo a verdade ao seu público ou suprimindo determinadas notícias, eles estão tirando das pessoas o direito fundamental de liberdade de informação, pois esta está ligada ao direito de dar e **receber** informações também.

Medina analisa que a predominância da angulação de nível grupal por empresas jornalísticas está ligada a fase econômica em que se inserem, neste caso seria entre uma “fase pré-grande industrialização e a fase industrial amadurecida”.⁸⁴ Porém, para ela, tão logo a empresa ganhe a característica de “grande indústria da informação”⁸⁵, o nível-massa vai crescendo a ponto de ultrapassar o nível grupal. Medina avalia a angulação pela massa como uma produção de notícias voltadas para atrair o público, ligada à lógica comercial estudada no item anterior:

Nota-se especialmente na formulação de textos, nos apelos visuais e lingüísticos, na seleção das fotos, a preocupação em corresponder a um “gosto médio” ou, em outros termos, em embalar a informação com ingredientes certos de consumo. Não só a formulação está relacionada com a angulação-massa, o próprio conteúdo – dados significativos de realidade que passam para representação – recebe essa influência.⁸⁶

Não daremos muita ênfase à angulação pessoal, visto que dentro de nosso objetivo, ela tem pouca relevância. Mas convém conceituá-la: está associada ao destaque dado aos criadores das notícias, formando assim, modelos de como seria um grande jornalista. Para Medina, “o gênio de redação se manifesta, como um valor destacado, no brilho de seu texto, a capacidade de criar novos recursos de estilos”.⁸⁷

⁸² CHAPARRO, M. 1993, p. 82

⁸³ DECLARAÇÃO UNIVERSAL DE DIREITOS HUMANOS *apud*. Idem, p. 82

⁸⁴ MEDINA, C. 1978, p. 75

⁸⁵ Idem, p.75

⁸⁶ Idem, p. 75

⁸⁷ Idem, p. 76

CAPÍTULO 3 – QUEBRA DO SIGILO BANCÁRIO DO CASEIRO FRANCENILDO DOS SANTOS COSTA

Com base em aspectos éticos da prática jornalística abordados até aqui, apresenta-se neste capítulo, um estudo de caso que mereceu destaque por parte da mídia em geral, e em especial por outros profissionais de comunicação, com relação à postura ética adotada por uma reportagem publicada pela revista *Época*. Através de entrevistas com Paulo Roberto Amaral, jornalista e editor-chefe do jornal *SPTV*, da Rede Globo; e Muniz Sodré, jornalista e professor do curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ –, aliadas a postulações teóricas, faz-se uma análise da reportagem-bomba que acabou contribuindo, de forma indireta, a deposição do então Ministro da Fazenda Antônio Palocci.

Questões como a falta de apuração, o sigilo da fonte - garantido aos jornalistas - e o direito à vida privada - garantido a todos os cidadãos -, foram levantadas após a publicação da matéria que revelava o extrato bancário (não autorizado pela Justiça) de um caseiro sob investigação de CPI's e da Polícia Federal por acusar o então Ministro da Fazenda Antônio Palocci de frequentar uma casa onde supostamente funcionaria um esquema de captação de recursos fraudulentos.

Neste capítulo, será feita uma análise específica das polêmicas levantadas e ainda pretende-se contrapor a postura adotada pela *Época* e o que consta nos códigos normativos da profissão jornalística. Posteriormente, serão colocados alguns problemas éticos correntes enfrentados por profissionais de comunicação, assim como possíveis soluções para que o ofício de informar à sociedade seja exercido com consciência, seriedade e respeito ao público.

3.1) Análise de Caso

A reportagem publicada pela revista *Época* em que foi divulgado o sigilo bancário do caseiro Francenildo dos Santos Costa, suscita certas polêmicas correntes no jornalismo. Denúncias estão, na maior parte das vezes, associadas a algum interesse. Ao obter extratos bancários não-autorizados pela Justiça de um acusador do ex-ministro Antônio Palocci, dentro do contexto que a política nacional se encontrava - com uma onda de acusações a Palocci -, a revista acabou infringindo certos códigos éticos que poderiam ter sido evitados se algumas precauções fossem tomadas.

De princípio pode-se identificar três erros cometidos pela *Época*. O primeiro seria o de acatar uma denúncia anônima, o extrato bancário do caseiro, sem contestação, entenda-se aqui como contestação, o fato de não questionar como esse dado foi obtido e se foi movido por algum interesse político da oposição. O segundo seria a divulgação pela revista do extrato em si, como uma exposição da intimidade do caseiro. E o terceiro seria a condução da reportagem pela revista, feita de forma a exaltar o que lhe parecia mais importante: os depósitos na conta do caseiro. Nesse caso, faltou questionar a origem do extrato, uma vez que a quebra do sigilo bancário de Francenildo não havia sido determinada pela Justiça.

No jornalismo, obter informações ou denúncias de fontes oficiais, principalmente no jornalismo político, requer bastante atenção e cuidado, já que grande parte delas está relacionada a algum interesse. O *Manual de Redação e Estilo*, de *O Globo*, diz que “quase toda denúncia está associada a um interesse, ostensivo ou oculto, de quem denuncia”.⁸⁸

No caso do contexto em que o extrato foi divulgado, um momento que o ex-ministro Palocci sofria uma série de acusações a respeito de irregularidades em sua gestão enquanto prefeito de Ribeirão Preto, em São Paulo, a revista deveria ter isso em mente e questionar a obtenção daquele extrato, porém publicou o seguinte:

O valor do depoimento de Francenildo parecia inestimável para os interessados em ver o governo Lula sob ataques no campo da moral e da ética. Mas documentos aos quais ÉPOCA teve acesso sugerem que aquele valor **pode, talvez, ser expresso em moeda corrente**. Um conjunto de extratos da Caixa Econômica Federal - da conta de poupança número 1048-8, da agência do Lago Sul, próxima à casa onde Francelino trabalha e mora - indica que, desde o início do ano, a conta recebeu depósitos de R\$ 38.860. Todos registrados como depósitos em dinheiro. De acordo com os extratos, quando o ano começou, a conta em nome do caseiro tinha um saldo de R\$ 24,76. No dia 6 de janeiro, é registrado um depósito de R\$ 10 mil. Três dias depois, um saque com cartão eletrônico de R\$ 2.500. Nos dias seguintes, há outros saques, de menor valor. Em 6 de fevereiro, aparece outro depósito, de R\$ 9.990. A conta ficou parada até o dia 15 de fevereiro, quando há um saque de R\$ 15 mil, com cartão eletrônico. Um dia depois, outro depósito, de R\$ 10 mil, mais uma vez em dinheiro. No dia 3 de março, há o registro de mais um depósito, desta vez de R\$ 3.870. Finalmente, em 6 de março há um depósito no valor de R\$ 5 mil. No dia 16 de março, quando foi tirado o extrato, o saldo da conta é de R\$ 19.662,35. Nesse dia, Francenildo depôs na CPI. (ANEXO 1)

Ao dizer que o valor do depoimento do caseiro pode ser “expresso em moeda corrente”, a revista está sendo tendenciosa, assumindo apenas um lado, ou seja, acatando aquela denúncia como a “verdade” que a fonte queria passar. Michael O’Neill, então editor do *New*

⁸⁸ GARCIA, L. 2005, p. 120

York Daily News, comentou no encontro com da Sociedade Americana de Editores de Jornal, em 1982:

Devemos resistir mais do que nunca ao logro na mídia – pseudo-acontecimento, as acusações falsas, o protesto encenado, o candidato pré-fabricado, a notícia de primeira mão e a entrevista televisionada. Devemos denunciá-los tão vigorosamente quanto denunciemos a corrupção oficial.⁸⁹

O professor da Escola de Comunicação da UFRJ Muniz Sodré também compartilha desse pensamento, pois segundo ele o que se valorizou foi “o extraordinário da apuração, ou seja, o dinheiro na conta do caseiro, e não como ela (a informação) foi obtida”. Para Muniz, houve um erro de apuração e justifica como sendo um grande problema do jornalismo hoje em dia, já que as matérias são feitas em cima de prazos. Porém, defende que a imprensa deveria abrir mão do furo em determinados casos, como esse, por exemplo.

O editor-chefe do telejornal *SPTV*, da Rede Globo – SP, Paulo Roberto Amaral, avalia que é função do repórter desconfiar e buscar informações. Para ele, é normal o repórter estranhar a movimentação financeira de R\$ 25 mil de um caseiro que denunciou um ministro. Porém, compartilhar essa “estranheza”, segundo Paulo, só caberia em um artigo ou editorial. No entanto, ao divulgar o fato como notícia, Amaral também acredita que houve falta de apuração adequada por parte da revista, que em sua visão, seria a divulgação sem a correta checagem.

Com relação à divulgação de informações sobre a vida privada do caseiro, a *Época* não só revelou suas movimentações financeiras, como também atingiu sua intimidade, pois, segundo Francenildo, o dinheiro depositado viria de seu pai biológico, que não o havia reconhecido como filho oficialmente:

Ao receber os extratos, a reportagem de ÉPOCA entrou em contato com o advogado Wlício Chaveiro Nascimento, que representa o caseiro. Ele levou um susto. Não sabia que Francenildo tinha dinheiro. O advogado diz que está defendendo o caseiro de graça. Quinze minutos depois, Nascimento telefonou para a redação. De acordo com ele, Francenildo re admitiu os depósitos. Afirmou que o dinheiro veio de seu pai. **Ele diz ser filho bastardo do empresário Euripedes Soares da Silva, dono de uma empresa de ônibus em Teresina.** (ANEXO 1)

Muniz Sodré avalia que houve uma dupla violação, sendo a primeira a do sigilo e a segunda seria a da imprensa que divulgou, sem a devida crítica, os extratos bancários. Para

⁸⁹ O’NEILL, M. *apud*. HULTENG, J. 1990, p. 130

ele, a culpa não é do editor nem do repórter, mas sim da própria mídia, que faz do furo uma obsessão e não se preocupa muito com a vida das pessoas.

Já Paulo Roberto Amaral analisa que a *Época* publicou uma informação que, mesmo não estando devidamente apurada, era de interesse público dentro do contexto histórico. Portanto, não condena o fato do extrato bancário do caseiro ter sido divulgado pela revista, mas sim a violação do sigilo do mesmo ter sido feita sem ordens superiores. E isso, segundo ele, não foi feito pela revista.

Como já foi visto anteriormente, o direito à vida privada aparece como um dos elementos mais correntes nos códigos de ética jornalísticos:

O direito à vida privada – É um dos pontos centrais da ética do jornalismo. Na maioria dos códigos, especifica-se não serem permitidas as intrusões na vida privada quando se trata apenas de satisfazer a curiosidade, mas são consideradas exceções para este princípio os casos em que o comportamento privado de uma pessoa afeta o interesse geral, daí o público ter o direito a estar informado.⁹⁰

Ou seja, grande parte dos códigos deontológicos defende que se o interesse público prevalecer, o direito à vida privada deixa de existir. Porém, nesse caso, até que ponto a violação do sigilo bancário ajudou as investigações em curso? Parece que o desdobramento dessa reportagem foi contrário àquele pretendido pela fonte que forneceu o extrato. Se a idéia era mostrar que o caseiro estava sendo “comprado” pela oposição, acabou tendo destaque a violação bancária do mesmo.

Blázquez defende que “o interesse público tampouco deve ser confundido com os pontos de vista do profissional de comunicação irresponsável, que tende a crer que os interesse e gostos do público são aqueles que coincidem sempre com os seus”.⁹¹

Aprofundando um pouco mais a questão da interpretação dada por quem publica a notícia, Muniz Sodré entende que a revista poderia ter dado um enfoque diferente à reportagem, publicando: “Foi violado o sigilo bancário de alguém”. Porém, analisa que a *Época* acabou sendo tendenciosa ao exaltar o que lhe parecia mais interessante (os depósitos na conta bancária do caseiro). Para ele, um fato foi assumido como real, ficando a matéria do lado de uma das partes. John Hulteng condena essa interferência na realidade como forma de destacar algum aspecto:

⁹⁰ BLÁZQUEZ, N. 1999, p. 155

⁹¹ Idem, p. 264

Geralmente, entretanto, quando repórteres, operadores de câmera ou redatores violam a ética jornalística retocando um pouco a imagem da realidade, não parece ser para ganhos pessoais ou por simples despeito. Na maioria dos casos, isso resulta da tentativa consciente ou inconsciente do jornalista em interpretar a notícia seja para destacar os melhores pontos de um indivíduo que é normalmente notório nos meios de comunicação; para revelar a natureza negativa de um vilão comum; para promover uma causa vista como “correta”, ou ainda para revelar um movimento entendido como “errado”.⁹²

Niceto Blázquez classifica esse tipo de atitude como sensacionalismo informativo, enfocando o exagero intencional: “O exagero tende a exaltar irracionalmente sensações pré-selecionadas, chamando a atenção através de efeitos técnicos para algum aspecto determinado, mas sem ocultar outro”.⁹³

Em seu blog⁹⁴, no dia 1º de abril de 2006, a *Época* alegou que ouviu todos os lados, assim como a versão apresentada pelo caseiro de que os depósitos teriam sido feitos pelo seu suposto pai biológico. Porém, a revista repassa à matéria a sua opinião de estranhar essa transação financeira, enquanto deveria munir o público apenas com dados, deixando que cada um formasse sua opinião:

De acordo com o advogado, o pai mandou esse dinheiro em segredo, porque a família não sabe que ele ajuda Francenildo. Segundo o caseiro, o pai teria enviado R\$ 25 mil. O saque de R\$ 15 mil teria sido feito para a compra de um carro. Ele desistiu de comprar o veículo e depositou de novo parte do dinheiro, cerca de R\$ 13 mil, disse Nascimento.

Francenildo também afirmou ao advogado que fora interrogado sobre o assunto pelo delegado Wilson Damásio, da PF. Na sexta-feira à tarde, o caseiro dispensou a proteção policial e foi para casa. O empresário Euripedes Soares confirmou a ÉPOCA os depósitos, mas negou que seja pai do rapaz. **Independentemente de quem esteja com a razão, os extratos põem em dúvida a credibilidade do caseiro.** (ANEXO 1)

O diretor de redação da *Época*, Hélio Gurovitz, em entrevista ao programa *Observatório da Imprensa*, da TVE Brasil, no dia 4 de abril de 2006, admite que se fosse escrever a mesma reportagem hoje, a par de tudo que aconteceu, a matéria seria diferente. Porém, se defende dizendo que o título era “Quem está dizendo a verdade?”, ou seja, para ele, não foi estabelecido um pré-julgamento. Hélio explica que havia uma dúvida naquele momento e que depois, as coisas foram sendo esclarecidas. Porém, o diretor de redação diz que estar lá na hora, tomar uma decisão com base naquelas informações, é outra história.

⁹² HULTENG, J. 1990, p. 252

⁹³ BLÁZQUEZ, N. 1999, p. 60

⁹⁴ Blog da revista *Época*. Publicado em 1º de abril de 2006. Disponível em <http://www.eblog.globolog.com.br>
Acesso em: 25 de abril de 2006

O enfoque dado pelo jornalista que escreveu a matéria passou por uma orientação, que normalmente é dada pelo editor. Cremilda Medina classifica o editor como sendo:

O sujeito “bem informado”, sensível à demanda, que antevê a oportunidade de determinadas coberturas, que sabe selecionar as informações “essenciais” que o repórter traz, que sugere perguntas e, acima de tudo, que *angula* a matéria..... O editor está em perfeita sintonia com a angulação da empresa, com a angulação-massa – ou seja, age como elemento regulador da oferta e da demanda.⁹⁵

Nota-se que há um poder implícito nessa função: o de decidir como determinado aspecto da realidade será apresentado à opinião pública. Não há como afirmar com toda certeza que a *Época* possuía interesses em publicar a matéria enfatizando somente a quantia na conta do caseiro ao invés de destacar a origem dos extratos, porém em muitos casos, a ideologia da empresa acaba sendo repassada para a notícia em si, mesmo que de forma sutil. O próprio manual de *O Globo* chama atenção para isso: “Quase todo veículo de informação segue uma linha editorial – conjunto de convicções que defende em seus editoriais – e é praticamente inevitável que ela tenha alguma influência no tratamento das notícias”.⁹⁶ Manuel Carlos Chaparro culpa os editores, que como disse Medina, são responsáveis por angular as matérias de acordo com a ideologia da empresa:

O poder de arbítrio e a frouxidão ética dos editores que destroem ou distorcem o trabalho dos repórteres, deturpando o sentido dos textos com títulos tendenciosos elaborados não em função dos conteúdos produzidos, mas por causa de interesses ideológicos ou pontos de vista próprios.⁹⁷

Em um capítulo dedicado à ética, o manual de *O Globo*, analisa que o jornalista não deve abusar desse poder de retratar a realidade como lhe convém, principalmente se for para servir a fins políticos ideológicos ou pessoais. Porém, concorda que é difícil ser tão isento a ponto de não transmitir determinados pontos de vista: “ninguém consegue despir idéias e sentimentos como quem tira um paletó antes de começar um dia de serviço”.⁹⁸ Porém, o manual defende que ainda assim, o jornalista deve ter o máximo de isenção possível. Será possível?

Chaparro argumenta que há uma pobreza ética na cultura jornalística no Brasil. Para ele, faltam discussões a respeito desse assunto, para que possa haver princípios morais fortes,

⁹⁵ MEDINA, C. 1988, p. 79

⁹⁶ GARCIA, L. 2005, p. 112

⁹⁷ CHAPARRO, M. 1993, p. 98

⁹⁸ GARCIA, L. 2005, p. 112

nítidos e principalmente, para que esses valores sejam enraizados no caráter dos jornalistas. De acordo com Chaparro, essa ausência ética é notável nas introduções dos manuais brasileiros que, ao contrário do jornal madrilenho *El País*, por exemplo, destacam critérios meramente utilitários. Para ilustrar, ele aponta três jornais brasileiros: *O Estado*, *O Globo* e *Folha de São Paulo*:

O Estado:

1 – Seja claro, preciso, direto, objetivo e conciso. Use frases curtas e evite intercalações excessivas ou ordens inversas desnecessárias. Não é justo exigir que leitor faça complicados exercícios mentais para compreender a matéria.

O Globo:

O bom lead não nasce no terminal do computador: o repórter o traz da rua.

Em outras palavras, qualidade de texto e qualidade de apuração andam juntas. A matéria bem apurada dá a impressão de se escrever quase sozinha; já muitos defeitos do texto ruim resultam de esforços frustrados para tapar os buracos de uma apuração deficiente.

A Folha:

A Folha é um jornal feito em São Paulo com irradiação nacional, que se propõe a realizar um jornalismo crítico, apartidário e pluralista.

Do ponto de vista político, sustenta a democracia representativa, a economia de mercado, os direitos do homem e o debate dos problemas sociais colocados pelo desenvolvimento.

Como empresa, o jornal se enraíza nas forças de mercado e adota uma atitude de independência face a grupos de poder. Procura melhorar a qualidade dos serviços que oferece, pautando-se por uma política de competição comercial, modernização tecnológica e valorização da competência profissional.⁹⁹

Ao contrário desses três, Chaparro chama a atenção para o periódico *El País*, que estabelece em sua introdução, os seguintes princípios:

1. El País se define estatutariamente como um jornal independente, nacional, de informação geral, com uma clara vocação de europeu, defensor da democracia pluralista segundo os princípios liberais e sociais, e que se compromete a guardar a ordem democrática e legal estabelecida pela Constituição. Nesse ideário, acolhe todas as tendências, exceto as que propugnam a violência para o cumprimento de seus fins.

2. El País se esforçará por apresentar uma informação veraz, a mais completa possível, interessante, atual e de alta qualidade, de maneira que ajude ao leitor a entender a realidade e a formar seu próprio juízo.

3. El País rechaçará qualquer pressão de pessoas, partidos políticos, grupos econômicos, religiosos ou ideológicos que tentem colocar a informação a serviço de seus interesses. Esta independência e a não manipulação das notícias são uma garantia para os direitos dos leitores, cuja salvaguarda constitui a razão última do trabalho profissional. A informação e a opinião estarão claramente diferenciadas entre si.¹⁰⁰

Aliado a isso, Chaparro diz que os jornalistas do *El País* podem cobrar o cumprimento desses pontos pelo jornal através do “Estatuto da Redação”, ou ainda podem invocar a

⁹⁹ CHAPARRO, M. 1993, p. 103

¹⁰⁰ Idem, p. 102

cláusula da consciência, caso as mudanças ideológicas do periódico entrem em conflito com as suas. Ou seja, segundo ele, é um jornal que destaca a integridade e a ética como valores principais, ao contrário dos três diários brasileiros analisados, que ressaltam aspectos técnicos.

Porém, Chaparro destaca que mesmo que existam manuais para guiar a conduta ética do jornalista, há um abismo separando a teoria da prática, pois segundo ele, há outros fatores não explicitados nos códigos que possuem um peso importante na condução de reportagens:

Na realidade, existem dois discursos: o discurso da fisionomia institucional, configurado nos manuais e na metalinguagem de cada veículo; e o discurso-produto que resulta da prática, desenvolvida no contexto complexo das relações sociais, culturais, políticas e econômicas, de múltiplos intervenientes e conflitantes interesses, e do qual o próprio jornalista faz parte – tanto o repórter, que investiga e escreve a notícia, quanto o editor que, direta ou indiretamente, pauta, reescreve e decide o *quê*, o *porquê* e o *como* do que vai ser publicado. E pelo que vimos, os manuais pouco servem para acrescentar aos conteúdos.¹⁰¹

Apesar de alguns itens sustentados pelo manual de *O Globo* não terem sido rigidamente seguidos na conduta da reportagem da *Época*, como por exemplo, o respeito à vida privada e o enfoque destacando aspectos não devidamente apurados, o próprio livro destaca que as atitudes ética dependem das circunstâncias de cada caso e que “um código que desse resposta eficaz a todos os possíveis dilemas éticos seria volumoso demais para ter utilidade prática”.¹⁰²

Porém, uma frase desse manual resume objetivamente o que cada jornalista deveria ter em mente na hora da tomada de decisões: “Ética não é mordaza. O que ela pede não é menos notícia, mas notícia correta: a informação completa, digna”.¹⁰³

Uma outra questão levantada pela reportagem da *Época*, que não tem a ver com a condução da mesma, mas que reaviva uma antiga polêmica no jornalismo é o sigilo da fonte. A revista não ajudou a violar o sigilo bancário do caseiro, porém sabemos que alguém o violou sem autorização judicial e que, se a revista divulgasse o nome da fonte, a sociedade brasileira saberia o nome de quem agiu contra a lei.

Porém, o que a revista publicou remete a um crime que consta no primeiro capítulo da Constituição, que trata dos direitos individuais. O inciso X do artigo 5º diz: “São invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas, assegurando o direito à indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação”. Em seguida, no inciso

¹⁰¹ Idem, p. 100

¹⁰² GARCIA, L. 2005, p. 113

¹⁰³ Idem, p. 111

XIV também do artigo 5º, a Constituição estabelece: “É assegurado a todos o acesso à informação e resguardado o sigilo da fonte, quando necessário ao exercício profissional”.

O jornalista Leonardo Attuch publicou um artigo denominado “Silêncio acima da fonte”¹⁰⁴, em 2 de abril de 2006, no qual avalia que para saber quem cometeu o crime, os policiais poderiam indagar os repórteres, porém, estes também poderiam se apoiar na Constituição, uma vez que o sigilo da fonte é um direito garantido aos profissionais de comunicação. Porém, Leonardo levanta a questão: “um inciso deve prevalecer sobre o outro? O direito da revista *Época* de informar e proteger suas fontes é mais importante do que o direito do caseiro de identificar quem violou sua intimidade?”

Leonardo analisa que a mesma discussão já vinha ganhando força nos meios jurídicos no Brasil, antes do caso Francenildo. Ele aponta um artigo escrito pelos juízes Alexandre Cassetari e Luiz Renato Pacheco Chaves de Oliveira, intitulado “Grampo Público”¹⁰⁵, em abril de 2005, no qual defendem que “sempre que os direitos fundamentais forem utilizados como escudo protetor de possíveis práticas ilícitas, é possível justificar a prevalência de outros princípios constitucionais implícitos ou explícitos sobre tais direitos, sem que haja qualquer mácula à ordem jurídica, principalmente constitucional”. E mais adiante: “A pacificação social nunca será alcançada se for permitido a indivíduos promoverem ações ilícitas protegidos por direitos fundamentais que visam exatamente combater tais práticas”.

Para Muniz Sodré, apesar de o Ministério Público e a imprensa possuírem funções semelhantes, ou seja, ambos investigam e apuram fatos perturbadores da ordem social, a mídia não tem conexão com o sistema jurídico. Então, Sodré entende que a *Época* deve proteger a fonte sim, e o MP é que deve expô-la.

Paulo Roberto Amaral se classifica um jornalista romântico, daqueles fiéis à fonte. Para ele, se o acordo for obter a informação em troca de sigilo, sua palavra é mantida. Amaral acha, inclusive, viável que não se publique uma informação se for comprometedora e caso o profissional perceba que sua divulgação pode levá-lo a quebrar seu compromisso com a fonte. Ele argumenta que para ter credibilidade o profissional deve ter caráter, apesar de saber que, muitas vezes, tais atitudes são polêmicas no meio.

Como se pode perceber, é uma questão que envolve pontos de vista conflitantes. O sistema jurídico defende uma determinada postura que não coincide com a da classe

¹⁰⁴ ATTUCH, L. 2006. Disponível em <http://conjur.estadao.com.br/static/text/43225,1>. Acesso em: 15 de abril de 2005

¹⁰⁵ CASSETARI, A. & PACHECO, L. *apud*. ATTUCH, L. 2005. Disponível em <http://conjur.estadao.com.br/static/text/43225,1>. Acesso em: 15 de abril de 2006.

jornalística. Não há como chegar a um consenso, porém é interessante discorrer sobre os diferentes ângulos para perceber a complexidade que o sigilo da fonte acarreta.

3.2) Jornalismo Ético: É Possível?

Hoje em dia, mediante os rumos que o jornalismo tomou, a ética na profissão se torna uma questão complexa. Vários fatores que não mais o de informar honestamente, influenciam os meios de comunicação. E como o atual estágio das sociedades globalizadas cobra cada vez mais pessoas atentas em tudo o que acontece no mundo, a mídia ganha destaque como fonte de atualização, só que nem sempre sua conduta condiz com o que o público merece receber.

Para Niceto Blázquez, vários problemas ligados à sociedade industrializada avançada surgem quando se fala em ética jornalística, como por exemplo a “revolução tecnológica” aplicada à informação. De acordo com Blázquez, essa revolução leva a uma valorização do desenvolvimento da tecnologia da comunicação, em detrimento da qualidade das mensagens informativas: “As relações humanas diretas são substituídas pelo meio técnico. Este se torna mais importante do que a dimensão humana entre os emissores e os destinatários, do que a qualidade das mensagens.”¹⁰⁶

Esse ponto de vista pode parecer um pouco radical, contudo em uma sociedade que valoriza a imagem, fica difícil não pensar que o jornalismo muitas vezes privilegia mais os recursos visuais do que a qualidade da informação.

Segundo Blázquez, há ainda a tendência dos meios de comunicação serem parciais e unilaterais quando se aproximam de poderes, tanto políticos quanto econômicos, como estudado anteriormente. Para ele, “a revolução tecnológica dos MCS implica uma perigosa revolução dos monopólios econômicos internacionais e das ideologias políticas em voga.”¹⁰⁷

John Hulteng chama a atenção também para a tendência à concentração de propriedade na mídia, o crescimento das redes e grupos. Para ele, nesses casos é difícil para um indivíduo pensar em ética da informação, uma vez que há vários acionistas com opiniões conflitantes e, que na maior parte do tempo, se preocupam com estratégias de venda e análises de balanços contábeis. Hulteng aponta uma citação de Bgdikian que mostra claramente sua preocupação:

¹⁰⁶ BLÁZQUEZ, N. 1999, p. 27

¹⁰⁷ Idem, p. 28

Mais e mais empresas da mídia noticiosa estão sendo absorvidas por redes e conglomerados que não somente aumentam a despersonalização, como também fazem com que o jornalismo esteja se tornando um segmento subsidiário ou subproduto de grandes empresas jornalísticas. Se é justificável que uma corporação não jornalística tente influenciar positivamente o tratamento que suas atividades recebem dos meios de comunicação, o que acontece quando a mesma empresa detém a propriedade desses meios que ela deseja influenciar?

Blázquez destaca ainda a invasão arbitrária da intimidade e da vida privada citada anteriormente como problema da ética no jornalismo atualmente. De acordo com seu pensamento, “nunca foi tão forte a tentação de acreditar que o direito de informar autoriza a que nos metamos na vida dos demais.”¹⁰⁸ Enfim, há inúmeros sintomas que apontam para a gravidade da falta de ética no exercício do jornalismo. Manuel Carlos Chaparro os evidencia de forma sucinta, porém abrangente:

O escamoteio ou a distorção de informações; as pautas motivadoras por interesses particulares não revelados; a irresponsabilidade com que se difundem falsas informações ao público; a acomodação dos repórteres a um jornalismo de relatos superficiais; os textos confusos e imprecisos; a facilidade com que a imprensa acolhe, sem apurar, denúncias que favorecem ou prejudicam alguém, a freqüente prevalência dos objetivos do marketing sobre as razões jornalísticas; o desprezo pelo direito de resposta; a arrogância com que se protege o erro e se faz a apropriação anti-social do direito à informação (direito do leitor) – são claros sintomas de um desequilíbrio de identidade do jornalismo, enquanto função social.¹⁰⁹

John Hulteng propõe algumas possíveis soluções para que haja um maior controle ético no jornalismo, capaz de aumentar a credibilidade nos meios de comunicação. Cita os códigos jornalísticos, que apesar de não sofrerem rigorosas fiscalizações, servem como orientação normativa aos profissionais:

Apesar de suas limitações, os códigos têm algum valor. É essencial, como já observamos nesta discussão, que haja consenso dentro de uma sociedade – ou dentro de um campo profissional dessa sociedade – em relação ao que é geralmente aceito como uma conduta correta e ao que é considerado inapropriado dentro do contexto daquela sociedade e naquela época. Mesmo que os códigos que delineamos sejam amplos e generalizados em sua natureza (como é o caso dos códigos jornalísticos), eles são, ainda assim, úteis. Aqueles que realmente quiserem obedecer a uma consciência ética, têm ao menos alguns preceitos pelos quais possam se orientar.¹¹⁰

Para os profissionais conscientes, os códigos funcionam como uma espécie de regra, aumentando o desempenho da imprensa, porém como vimos no item anterior, em muitos casos a prática cotidiana dos meios de comunicação não coincide com a teoria dos manuais.

¹⁰⁸ Idem, p. 28

¹⁰⁹ CHAPARRO, M. 1994, p. 108

¹¹⁰ HULTENG, J. 1990, p. 285

Muniz Sodré avalia que pelo fato de os códigos jornalísticos serem feitos pelas próprias empresas, a deontologia dos profissionais de comunicação se torna muito “lábil”, ou seja, instável.

Para aqueles que não são comprometidos com a função social do jornalismo, Hulteng¹¹¹ aponta outros mecanismos que ajudam a diminuir seus graus de atuação na sociedade, como por exemplo, a avaliação crítica dos meios de comunicação pelos próprios jornalistas.

Sempre existiram críticos individuais da imprensa, porém com o passar dos anos surgiram também publicações que, mesmo sendo em grande parte acadêmicas, já representam um grande estímulo à profissão, uma vez que os estudantes oriundos desse ensino estarão mais capacitados para enfrentar situações envolvendo dilemas éticos. Na televisão também há iniciativas nesse sentido, como o *Observatório da Imprensa*, da TVE Brasil, que em sua linha editorial se intitula um precursor de mudanças na imprensa brasileira quanto à questão ética:

O Observatório da Imprensa é um instrumento estratégico no processo de aumentar o grau de participação da sociedade brasileira em tudo o que lhe concerne. E tem sido um valioso estímulo para as discussões internas que hoje convertem-se em rotina nas redações. Os êxitos nos dois formatos descortinam um potencial de crescimento que poderá provocar profundas alterações na qualidade do jornalismo brasileiro e na própria atitude do público diante da agenda nacional.¹¹²

Outro elemento que Hulteng julga importante para a consciência ética na profissão, é a preocupação por parte de alguns dirigentes da mídia em criar departamentos internos de avaliação crítica para estar constantemente reiterando as responsabilidades dos jornalistas. Em jornais impressos, por exemplo, houve a adoção do *ombudsman*, criado nos EUA. Sendo que sua figura “não só age como um canal para receber as reclamações dos leitores sobre mau tratamento ou erros de fato, assegurando que tais queixas sejam prontamente consideradas, mas ele também, em geral, atua como orientador do desempenho da equipe”.¹¹³

Mesmo que alguns veículos de comunicação não queiram adotar esses métodos, Hulteng avalia que eles podem ser empregados de formas diferentes, com o intuito também de aperfeiçoar o relacionamento com o público. Como, por exemplo, programas destinados a oferecer ajuda aos leitores, ouvintes e telespectadores com relação a problemas que vão desde a administração pública até direitos dos consumidores, e conclui:

¹¹¹ Idem, p. 286 e 287

¹¹² TVE BRASIL, Observatório da Imprensa. Disponível em www.tvebrasil.com.br/observatorio. Acessado em 15 de maio de 2006

¹¹³ HULTENG, J. 1999, p. 289

Os meios de comunicação de massa, via de regra, são vistos pelos leitores e telespectadores como grandes organizações, superpoderosas e arrogantes. Qualquer medida que faça com que o relacionamento pareça menos assustador – mediadores, conselhos de imprensa, colunas de editores ou comitês de orientação – pode ajudar a acentuar o respeito do consumidor pela mídia, como também a manter equipes dessas organizações comprometidas com os direitos e sentimentos do público leitor, ouvinte ou telespectador.¹¹⁴

Como foi visto neste sub-capítulo, ainda há bastantes problemas envolvendo os profissionais de comunicação, contudo já se pode perceber também, algumas iniciativas no sentido de reduzi-los. No entanto, cabe aos profissionais de comunicação terem um comprometimento individual com a função social que o jornalismo exerce, ou seja com um relato veraz e honesto.

Muniz Sodré acha que a ética individual pode ser facilmente suprimida pelo mercado de trabalho, pois ninguém está disposto a perder seu emprego. Para ele, “a única maneira de reverter isso é fazer com que o chamado sentimento ético individual fosse ao encontro do coletivo. Seria fazer com que o jornalista participasse do “Conselho de Redação” e tivesse controle sobre a propriedade do meio, como houve no *Le Monde* em determinado período”.

Já John Hulteng tem outro ponto de vista com relação à consciência individual, pois para ele, se os donos das empresas jornalísticas também tiverem um comprometimento com princípios morais, a ética pode ser preservada: “Neste ponto, finalmente, chegamos naquele fator que na maior parte da história do jornalismo tem sido a principal garantia de integridade – o caráter e a consciência dos homens que detêm a propriedade e trabalham nos meios de comunicação de massa”.¹¹⁵ E cita John C. Merrill para enfatizar a necessidade do comprometimento pessoal no jornalismo:

O conceito de dever ao princípio...protege a liberdade e satisfaz a razão: ele resguarda o jornalista das oscilações e incertezas provenientes da pressão social e da conveniência pessoal. Protege-o contra as razões do utilitarismo. O jornalista tem como objetivo a verdade porque ele desejaria que todos os jornalistas buscassem a verdade; é seu dever buscar e apresentar a verdade, não pela convicção de que “a verdade tornará melhor a administração” ou visando benefícios próprios, mas simplesmente porque tem um compromisso com o princípio que os jornalistas devem apresentar a verdade.¹¹⁶

¹¹⁴ Idem, p. 291

¹¹⁵ Idem, p. 297

¹¹⁶ MERRILL, J. *apud.* Idem, p. 298

Paulo Roberto Amaral acha que apesar do jornalista ter que respeitar a linha editorial da empresa, o profissional também deve respeitar determinados limites éticos. Para ele, é o compromisso com o relato veraz que leva o meio de comunicação a ter sucesso ou não.

De acordo com Manuel Carlos Chaparro, o jornalista não deve somente obrigações para com o relato veraz. Para ele, o profissional deve sempre esclarecer suas intenções ao divulgar algum fato, pois só a partir de então, o público estará devidamente munido para julgar o que lê, escuta ou vê:

Sob o ponto de vista ético, a intencionalidade jornalística precisa do *porquê* (motivo), não do *para quê* (propósito). Conectada aos motivos éticos, a intenção controla a utilização das técnicas, inspira a curiosidade, ativa a compreensão, gera critérios valorativos para a apuração, depuração e ordenação das informações e opiniões recolhidas. E dá direção à sensibilidade criativa, na elaboração do relato veraz.¹¹⁷

Chaparro explica melhor, em outras palavras, que “denunciar à sociedade o comportamento corrupto e imoral de um presidente da República é dever do jornalismo e do jornalista; derrubá-lo é prerrogativa do povo organizado”.¹¹⁸ Ou seja, deve-se buscar mecanismos pra esclarecer ao público qual a inclinação ideológica do meio de comunicação que ele escolheu para se manter informado. E aliado a isso, a mídia também deve ter a consciência de informar com responsabilidade, relatando os fatos de forma veraz.

¹¹⁷ CHAPARRO, M. 1993, pp. 120 e 121

¹¹⁸ Idem, p. 121

CONCLUSÃO

Ao analisar a ética no jornalismo no atual estágio da sociedade Contemporânea, o presente trabalho mostra que outros fatores, além do comprometimento individual com valores morais, possuem pesos consideráveis na divulgação ou não de um fato, assim como na forma que ele será relatado. Ou seja, há um conjunto de forças, necessidades e interesses - às vezes até mesmo antagônicos-, que acabam por influenciar ou até mesmo determinar as condutas individuais e da própria categoria dos jornalistas e das empresas de comunicação (informação).

Na realidade, as empresas jornalísticas possuem ideologias que acabam influenciando o corpo de repórteres e editores que trabalham no meio de comunicação. Cedo ou tarde, o profissional irá se deparar com um dilema ético que, dependendo da integridade da empresa, poderá ser resolvido de uma maneira considerada honrosa ou não.

No âmbito pessoal, que envolve o profissional enquanto dependente de uma empresa de comunicação para sobreviver, a consciência individual também constitui um fator importante na hora da tomada de decisões.

Por exemplo, se um indivíduo tiver que publicar uma matéria na qual sabe que faltou uma apuração mais detalhada, ou então que foi dado destaque a um aspecto secundário e que isso prejudicaria a imagem de alguém, cabe à sua consciência aceitar aquilo ou não. Se o seu caráter não for abalado com isso, o jornalista publica, sem remorsos. Há ainda aqueles que sentem remorsos, mas que, por pressão financeira, não podem correr o risco de perder o emprego e acabam publicando.

Mas, há também alguns que preferem seguir a risca seu comprometimento com a ética: não publicam, mesmo sabendo que vão perder o emprego. Muniz Sodré cita Alberto Dines, como um dos poucos jornalistas que ainda tem esse tipo de atitude e coragem. Porém, diz que são raros hoje, pois “cada um quer segurar seu emprego”.

Com frequência, a consciência pode não ser suficiente para se evitar pressões exercidas por diferentes grupos. A liberdade de um jornalista agir de acordo com seus pensamentos e a ética na profissão são ameaçadas por outros fatores que nem sempre são visíveis, mas que estão presentes nas bases da existência dos meios de comunicação e em todas as fases do processo informacional.

A partir de vários tipos de pressão – mecanismos que retêm informações e que estão fora do alcance do público – são realizadas censuras de informação freqüentemente, inclusive com manipulações sutis da opinião pública. Afinal, antes da polêmica em torno da reportagem da revista *Época*, analisada aqui, se voltar para a quebra ilegal do sigilo bancário do caseiro, quem a lia era levado a crer que alguém, provavelmente da oposição, havia pago dinheiro para Francenildo acusar o então Ministro da Fazenda Antônio Palocci de praticar corrupção.

A consecução de um equilíbrio adequado entre a liberdade e a responsabilidade não dependem somente dos esforços conscientes dos que trabalham nos meios de comunicação, mas também, do contexto sócio-econômico em que estes meios estão inseridos, assim como de suas estruturas internas.

Dependendo das relações que a empresa tece com o público em geral – anunciantes, acionistas, patrocinadores, consumidores –, sua linha editorial vai ganhando determinados contornos que podem estar voltados única e exclusivamente para a lógica comercial, deixando de lado a função social da profissão; ou podem estar voltados para um jornalismo comprometido com a responsabilidade social, procurando adequar a sustentação econômica do meio (anúncios, patrocínios) com sua ideologia.

A ética no jornalismo não pode, portanto, limitar-se a proclamar princípios e exigir que os jornalistas os respeitem. Essa monografia, apesar de não esgotar completamente o assunto, pretender ser mais um objeto de reflexão, chamando a atenção para a necessidade de esforços constantes para aumentar as oportunidades reais de uma atividade livre e eticamente responsável nos meios de comunicação.

E, como Muniz Sodré chamou a atenção nesse projeto, uma das condições mais viáveis para atingir tal fim seria democratizar as relações internas nos meios de comunicação, fazendo com que “o chamado sentimento ético individual fosse ao encontro do coletivo”. Porém, sabe-se que a valorização dos jornalistas enquanto participantes da tomada de decisões, depende do estilo da administração da empresa, da política editorial, dos recursos financeiros, entre outros fatores.

A ética jornalística torna-se, portanto, necessária dentro das redações. Expressando-se na moralidade com que um profissional, seja ele dono do meio de comunicação ou apenas um repórter, age perante diferentes interesses e pressões e ajudando-o a considerar como prioridade as posturas mais elevadas sob o ponto de vista da importância que a comunicação pública tem para o indivíduo e para a sociedade em geral.

Enquanto futura profissional de comunicação, entendo que os jornalistas, sejam eles donos de um meio de comunicação ou repórteres, devem ter um comprometimento individual com a função social de informar. Sabe-se que com a complexa estrutura capitalista é um tanto difícil não pensar em auferir lucros, porém há maneiras de se conciliar a informação honesta com a prosperidade do empreendimento.

Conforme o jornalista Paulo Roberto Amaral afirmou, é o público quem rege o mercado. Se o meio de comunicação for comprometido com o relato veraz e honesto, seu retorno financeiro será satisfatório. A credibilidade na mídia em questão possibilitará bons ganhos financeiros.

Já em uma via inversa, comprometida apenas com a maior audiência ou a maior venda de tiragens, a qualidade informacional se reduz e o objetivo mercadológico se sobrepõe a função social do jornalismo. E o público percebe essa mudança de estrutura, fazendo com que o retorno financeiro de meios de comunicação como este não se igualem ao patamar alcançado por empresas sérias e responsáveis.

Paulo Roberto disse uma frase na entrevista que marca bem essa diferença: “Na medida em que o público fica cada vez mais exigente e questionador, inclusive para gerar lucros, a verdade se torna um artigo de primeira necessidade. E é o próprio mercado que determina o princípio ético. Nós temos na mão, como consumidores, a possibilidade de aceitar ou não a linha editorial de um veículo”.

Referências Bibliográficas

- ATTUCH, Leonardo. **Silêncio acima da fonte**. Consultor Jurídico, 2 de abril de 2006. Disponível em <http://conjur.estadao.com.br/static/text/43225,1>. Acesso em: 15 de abril de 2005
- ARBEX JR., José. **Showjornalismo: a notícia como espetáculo**. São Paulo: Casa Amarela, 2002. p. 59.
- BARBOSA, Marialva. **Ética jornalística ou ética humana?** In: XXV CONGRESSO ANUAL EM CIÊNCIA DA COMUNICAÇÃO, 2002, Salvador. Disponível em <http://hdl.handle.net/1904/18679>. Acesso em: 12 de abril de 2006.
- BLÁZQUEZ, Niceto. **Ética e meios de comunicação**. São Paulo: Paulinas, 1999. p. 19-346.
- BRANCO, Alberto Manuel Vara. **A ética e a informação: o jornalista como profissional e o jornalista como pessoa**. 2004, p. 9, Portugal. Disponível em: www.ipv.pt/forumedia/6/9.pdf. Acesso em: 24 de abril de 2006.
- BLOG da Revista Época. 1º de abril de 2006. Disponível em <http://www.eblog.globolog.com.br>. Acesso em: 25 de abril de 2006.
- CHAPARRO, Manuel Carlos. **Pragmática do jornalismo: buscas práticas para uma teoria da ação jornalística**. São Paulo: Summus, 1993. 132 p.
- FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Minidicionário da língua portuguesa**. 3 ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1993. 371 p.
- FERREIRA, Giovandro Marcus. **Apontamentos sobre as propriedades do campo de produção jornalístico**. 2003, p. 5. Disponível em www.intercom.org.br/papers/xxii-ci/gt20/20f02.PDF. Acesso em: 24 de abril de 2006.
- GARCIA, Luiz. **Manual de redação e estilo de O Globo**. 29 ed. São Paulo: Globo, 2005. 246 p.
- HERMAN, Edward S.; CHOMSKY, Noam. **A manipulação do público: política e poder econômico no uso da mídia**. São Paulo: Futura, 2003. p. 18.
- HULTENG, John L. **Os desafios da comunicação: problemas éticos**. Florianópolis: UFSC, 1990. 305 p.
- KRIEGER, Gustavo; MEIRELES, Andrei. Quem está dizendo a verdade? **Revista Época**. São Paulo, edição 409, mar. 2006. Disponível em <http://www.revistaepoca.globo.com>. Acesso em: 25 de abril de 2006.
- LAGE, Nilson. **Ideologia e técnica da notícia**. Petrópolis: Vozes, 1979. 116 p.

MEDINA, Cremilda. **Notícia, um produto à venda: jornalismo na sociedade urbana e industrial.** 2 ed. São Paulo: Summus, 1988. 191 p.

NEVES, Ricardo. **Vade Mecum da Comunicação Social.** São Paulo: Rideel, 2000. 284 p.

TRAVANCAS, Isabel Siqueira. **O mundo dos jornalistas.** São Paulo: Summus, 1992. 114 p.

VALLS, Álvaro L. M. **O que é ética.** 9 ed. São Paulo: Brasiliense, 1994. 81 p.

ANEXOS

Anexo 1

Reportagem da revista *Época* – “Quem está dizendo a verdade?”

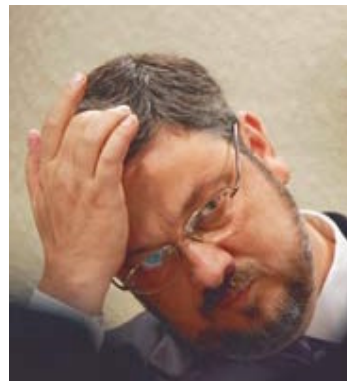
BRASIL

Quem está dizendo a verdade?

Extratos bancários mostram depósitos em dinheiro na conta do caseiro que acusa Palocci

Andrei Meireles e Gustavo Krieger

Ele foi, no primeiro momento, a solução da administração Lula. Num cenário de apreensão, quase de pânico, sobre os rumos que seriam dados para a economia pelo recém-chegado governo petista, o ministro da Fazenda, Antônio Palocci, representou como que um suspiro de alívio. Com palavras e, mais que isso, atitudes de efeito calmante, Palocci instantaneamente virou uma espécie de garantia contra maluquices na economia. Não, o Brasil não daria as costas ao mundo e não rejeitaria a era da globalização. Não, o Brasil não assistiria a um festival extemporâneo de estatizações. Não, o Brasil não romperia contratos em sua relação com credores e investidores. Sim, o Brasil de Lula ficaria bem parecido, nas diretrizes econômicas, com o Brasil de Fernando Henrique Cardoso. E, se isso aborrecia militantes petistas e negava muitas promessas do candidato Lula, era um bálsamo para um país que parecia correr o risco de se descolar do mundo contemporâneo. O homem sereno do interior transmitiu exatamente isso - serenidade - ao Brasil. E por isso sua imagem logo se associou à estabilidade econômica.



CONSTRANGIDO

Palocci disse ao presidente que não frequentou a casa de lobby.

Lula disse que tem dúvidas

Mas é um dado da vida que soluções muitas vezes se convertam em problemas. E a esse anátema não escapou o ministro Antônio Palocci. Nas últimas semanas, desde que a CPI dos Bingos concentrou seu fogo sobre uma casa de Brasília na qual pretensamente se misturavam negócios suspeitos e mulheres de idoneidade ainda mais suspeita, Palocci foi crescendo como um problema para Lula. Ele diz que não frequentava a casa, mas as palavras incisivas e nacionalmente marteladas do caseiro Francenildo dos Santos Costa pareciam selar a sorte do ministro. O caseiro afirmou que vira Palocci pelo menos dez vezes na casa. 'Confirmo até a morte', disse Francenildo na CPI.

O valor do depoimento de Francenildo parecia inestimável para os interessados em ver o governo Lula sob ataques no campo da moral e da ética. Mas documentos aos quais

ÉPOCA teve acesso sugerem que aquele valor pode, talvez, ser expresso em moeda corrente. Um conjunto de extratos da Caixa Econômica Federal - da conta de poupança número 1048-8, da agência do Lago Sul, próxima à casa onde Francelino trabalha e mora - indica que, desde o início do ano, a conta recebeu depósitos de R\$ 38.860. Todos registrados como depósitos em dinheiro. De acordo com os extratos, quando o ano começou, a conta em nome do caseiro tinha um saldo de R\$ 24,76. No dia 6 de janeiro, é registrado um depósito de R\$ 10 mil. Três dias depois, um saque com cartão eletrônico de R\$ 2.500. Nos dias seguintes, há outros saques, de menor valor. Em 6 de fevereiro, aparece outro depósito, de R\$ 9.990. A conta ficou parada até o dia 15 de fevereiro, quando há um saque de R\$ 15 mil, com cartão eletrônico. Um dia depois, outro depósito, de R\$ 10 mil, mais uma vez em dinheiro. No dia 3 de março, há o registro de mais um depósito, desta vez de R\$ 3.870. Finalmente, em 6 de março há um depósito no valor de R\$ 5 mil. No dia 16 de março, quando foi tirado o extrato, o saldo da conta é de R\$ 19.662,35. Nesse dia, Francenildo depôs na CPI.



'Confirmo até a morte (que Palocci ia à casa). Se eu estivesse com esse celular, tirava foto dele dentro do quarto e jogando tênis'
Francenildo Costa, caseiro da mansão alugada pelos amigos do ministro

Os extratos de Francenildo que chegaram a ÉPOCA foram emitidos às 20h58min21s desta quinta-feira. Quando isso aconteceu, o caseiro estava sob proteção da Polícia Federal em uma casa de segurança de Brasília. Ao receber os extratos, a reportagem de ÉPOCA entrou em contato com o advogado Wlício Chaveiro Nascimento, que representa o caseiro. Ele levou um susto. Não sabia que Francenildo tinha dinheiro. O advogado diz que está defendendo o caseiro de graça. Quinze minutos depois, Nascimento telefonou para a redação. De acordo com ele, Francenildo re admitiu os depósitos. Afirmou que o dinheiro veio de seu pai. Ele diz ser filho bastardo do empresário Euripedes Soares da Silva, dono de uma empresa de ônibus em Teresina.

De acordo com o advogado, o pai mandou esse dinheiro em segredo, porque a família não sabe que ele ajuda Francenildo. Segundo o caseiro, o pai teria enviado R\$ 25 mil. O saque de R\$ 15 mil teria sido feito para a compra de um carro. Ele desistiu de comprar o veículo e depositou de novo parte do dinheiro, cerca de R\$ 13 mil, disse Nascimento.

Francenildo também afirmou ao advogado que fora interrogado sobre o assunto pelo delegado Wilson Damásio, da PF. Na sexta-feira à tarde, o caseiro dispensou a proteção policial e foi para casa. O empresário Euripedes Soares confirmou a ÉPOCA os depósitos, mas negou que seja pai do rapaz. Independentemente de quem esteja com a razão, os extratos põem em dúvida a credibilidade do caseiro.

Palocci está no centro dos ataques da oposição há mais de seis meses. Na CPI dos Bingos, a oposição tem maioria. O catálogo de investigações passa por denúncias de corrupção na Prefeitura de Ribeirão Preto em 2001 e 2002, ligações com ex-assessores que viraram lobistas e acusações de que ele teria intermediado doações ilegais para a

campanha eleitoral do PT.

Até aqui, o ministro sobreviveu a todos os ataques. A onda atual é mais sensível. O ministro da Fazenda é acusado de mentir à CPI ao negar que tenha posto os pés na casa de lobby montada por seus ex-assessores. É a palavra dele contra a de duas testemunhas - o caseiro Francenildo e o motorista Francisco das Chagas. É difícil provar quem está dizendo a verdade. Entre um político e uma pessoa simples, a tendência é acreditar no caseiro e no motorista, diz um ministro.



PROMOTORA DE EVENTOS

Festas na mansão teriam sido animadas pelas garotas de programa agenciadas por Jeany Mary Corner

Apelidada de 'Casa do Espanto', nome de um filme de terror, a casa foi alugada por um grupo antes ligado a Palocci. Dele fazia parte Rogério Buratti, que se transformou no grande acusador do ministro depois de ter sido preso pela Polícia Civil de São Paulo em razão de um inquérito que investiga corrupção em Ribeirão. Buratti descreveu a casa como uma central de negócios e diz que as contas eram pagas por um consórcio de empresas interessadas em fazer negócios com o governo do PT. Em janeiro, quando depôs na CPI, Palocci negou conhecer a casa. O primeiro a contestar essa versão foi Francisco das Chagas, motorista que trabalhou para Buratti. Ele disse ter visto o ministro três ou quatro vezes na casa. O depoimento do caseiro Francenildo Costa foi mais comprometedor.

O caseiro deu detalhes sobre a rotina da casa. Disse que ali eram realizadas festas com empresários, políticos e garotas de programa. Afirmou que as despesas eram todas pagas com dinheiro vivo. E disse que uma vez acompanhou o motorista Francisco das Chagas até o estacionamento do Ministério da Fazenda. Lá, Francisco teria entregue um envelope com dinheiro a um assessor de Palocci. O motorista e o assessor negaram a história. No depoimento, Francenildo reafirmou o conteúdo de sua entrevista ao jornal O Estado de S.Paulo, mas entrou em contradição. Na entrevista, disse que Palocci invariavelmente chegava sozinho à casa, dirigindo um carro. No depoimento, afirmou que, no começo, Palocci ia à casa acompanhado. Depois que se acostumou, ia sozinho.

Na quinta-feira, após uma reunião com o presidente Lula, o senador petista Tião Viana recorreu ao Supremo Tribunal Federal. Acusou a CPI dos Bingos de investigar assuntos que fugiam a suas atribuições. Conseguiu uma liminar e interrompeu o depoimento de Francenildo, mas o estrago já estava feito. O presidente Lula disse a interlocutores que acha que o ministro pode ter estado na casa, mas que foram visitas de caráter pessoal, não para discutir negócios de governo.

Os extratos bancários são o mais novo ingrediente nessa novela de desfecho imprevisível. Não se pode antever se Palocci, cuja contribuição milionária para a calma nacional há de cavar um lugar de destaque para ele na história recente do Brasil, conseguirá deixar de ser um problema para Lula. Mas é inegável que uma imagem que seria letal para Palocci desaparece caso se comprove que a credibilidade de Francenildo não vale nada: a que contrapõe o ministro poderoso ao humilde caseiro. O caseiro pode até não ter mentido, mas escondeu de todos que tinha tanto dinheiro.

Se, nos primórdios do governo Lula, se temeu, e com razão, que a saída de Palocci fosse uma ameaça para a estabilidade econômica, hoje um retrocesso parece fora de questão. Lula já não precisa de Palocci para mostrar que, se não é exatamente um neoliberal, também não tem pretensões de instalar um regime de repúdio ao capital e ao capitalismo. Neste final de primeiro mandato e num eventual segundo, Lula tenderá a ser parecido com a administração anterior, que ele tanto criticara. E Palocci já não mais é necessário como prova de que o país não está exposto ao risco de uma espécie de terror econômico.

Caso Lula seja forçado a substituí-lo, há dois candidatos para o cargo: o senador Aloizio Mercadante e o secretário-executivo do Ministério da Fazenda, Murilo Portugal. Técnico competente e afinado com a atual política econômica, Portugal seria a escolha lógica para a vaga, mas Mercadante tem dois pontos a seu favor. É um petista histórico, condição importante num ano eleitoral, e conta com a intimidade e a confiança do presidente. Há 11 meses na equipe de Palocci, Portugal é um estranho no Palácio do Planalto.

Lula não deseja demitir Palocci, o ministro não pretende pedir demissão, mas os dois sabem que esse é um desfecho possível. Se a 'Casa do Espanto' continuar a assombrar Palocci, isso poderá ser uma pedra no caminho de Lula rumo à tentativa de reeleição. Entre Palocci e o segundo mandato, a escolha de Lula não tende a ser difícil



LEALDADE O presidente Lula agiu para preservar o ministro da Fazenda, mas não se compromete caso as acusações contra Palocci arrastem o governo para uma crise

A MANSÃO

Velhos amigos usavam mansão no Lago Sul, em Brasília, para fazer negócios, jogar tênis e encontrar garotas de programa



De acordo com o caseiro Francenildo dos Santos Costa, o secretário particular de Palocci, **Ademirson Ariosvaldo da Silva**, ia à mansão acompanhando o chefe

	<p>Foi Vladimir Poletto, ex-assessor de Palocci em Ribeirão Preto, quem alugou a mansão do Lago Sul. Pagou o aluguel antecipado, com dinheiro vivo. Era o responsável por bancar a manutenção do imóvel</p>
	<p>Ex-secretário de Palocci na prefeitura de Ribeirão Preto, Rogério Buratti chegou a brigar com o antigo chefe por causa de uma das meninas de Jeany Mary Corner, segundo o caseiro</p>
	<p>Morto em 2004, vítima de um câncer, Ralph Barquete também frequentou a casa. Segundo Buratti, Ralph seria a principal testemunha das acusações que pesam sobre o ministro Palocci</p>

Fotos: Beto Barata/AE, Vivi Zanatta/AE, José Cruz/Ag. Senado e Gláucio Dettmar/ÉPOCA, Alan Marques/Folha Imagem, Antonio Cruz e Wilson Dias/ABr, Celio Messias/AE e F.L.Piton/A Cidade

Anexo 2

Entrevistas Qualitativas

Entrevistado:

Paulo Roberto Amaral, jornalista e editor-chefe do telejornal SPTV, da Rede Globo – São Paulo

1ª Pergunta:

Como você avalia a publicação pela revista “Época” da quebra ilegal do sigilo bancário do caseiro Francenildo dos Santos Costa?

Aspectos da divulgação de uma informação sempre devem ser levados em conta em qualquer análise. É preciso entender que na mecânica de funcionamento das redações há sempre fatores que podem levar a avaliações equivocadas por parte dos jornalistas. A pressão do dead-line; a disputa mercadológica; a cobrança do furo; entre outros. O erro é mais freqüente do que nós, como consumidores da informação, poderíamos tolerar, mas ele é uma realidade.

É verdade que, muitas vezes, essa é uma explicação simplista demais. É muito mais fantasioso e atraente se especular uma teoria da conspiração. Enxergar a informação maldosa por trás da notícia. É instigante. Um exercício de reflexão sobre a rotina estressante das nossas redações. Falando em tese sobre a história do caseiro, é óbvio que o trabalho do repórter é desconfiar e buscar as informações. Ora, um caseiro que, nunca teve grande movimentação bancária, recebe R\$ 25 mil é no mínimo “estranho”. Se esse dinheiro é depositado na conta dele na mesma semana em que faz uma denúncia que balança a estrutura do poder, é “muito estranho”. Aguça a curiosidade de qualquer repórter. Buscar a informação e divulgá-la é obrigação do jornalista.

O que ficou claro é que a apuração não desceu ao detalhe, portanto, não foi bem feita. Avaliar essa apuração seria trabalho dos editores que também erraram. Como se vê, houve uma sucessão de erros. É assim, que eu como profissional de redação, classifico o que foi publicado, apesar de desconhecer os detalhes da divulgação.

2ª Pergunta:

A “Época” nesse caso violou o respeito à intimidade e à vida privada do caseiro ao publicar seu extrato bancário? De quem seria a culpa afinal?

A meu ver a “Época” publicou a informação que tinha na mão, se não corretamente checada, a revista não privou o leitor de uma notícia considerada importante, principalmente dentro do contexto histórico. Compartilhar a “estranheza” daria um bom artigo, ou um editorial. No entanto se você tem acesso a documentos que corroboram a “estranheza” você pode ter uma notícia e notícia, como manda todo bom manual, tem que ser apurada, checada e confirmada. A violação do extrato bancário não foi feita pela revista. Repito, a raiz do erro foi a falta de apuração adequada. A divulgação sem a correta checagem.

É uma lição para futuros jornalistas: Confiar, desconfiando. Aceitar, checando. É esse o nosso trabalho e o nosso compromisso diário. O bem público deve ser sempre preservado, mas os personagens devem ser protegidos dos erros, que como eu disse, são comuns e a história do jornalismo está repleta de exemplos.

3ª Pergunta:

A proteção da fonte pode ser levada aos últimos limites? Acobertar uma atitude ilícita, por exemplo, é justificável à luz desse argumento?

Eu ainda sou daqueles que fazem um jornalismo romântico. Daqueles que respeitam a vontade da fonte. Se a pessoa que faz a denúncia quer proteção e pra conseguir a informação eu me comprometo com o sigilo, a minha palavra tem que ser mantida. O compromisso assumido deve ser preservado. Um profissional se constrói pela sua credibilidade, pela segurança que passa, pela firmeza de caráter. Se a informação que se busca for tão comprometedora, então não a divulgue. Não a publique. Pese as conseqüências até para proteger a sua fonte e o seu compromisso. Sei que essa é uma posição extremamente polêmica e passível de erro. Não recrimino os argumentos contrários. Mas prefiro me manter fiel ao que acredito.

4ª Pergunta:

Considerando-se que os jornalistas, ao contrário de médicos, advogados e outros profissionais liberais, dependem das empresas para exercer sua profissão, é possível falar na ética do jornalista como indivíduo? Essa ética não acaba esbarrando, cedo ou tarde, na “ética” praticada pela empresa?

Poder exercer a plenitude da liberdade é o sonho de 10 em cada 10 jornalistas. É sempre uma boa discussão de bar. Planejar a publicação que não se renda as regras do mercado. Que não se submeta às vontades dos governantes de plantão. Que seja independente na forma e no conteúdo. Para responder a essa pergunta vamos primeiro analisar o que é ser “profissional”. Profissional de jornalismo que se conhece no Brasil é aquele que respeita a linha editorial traçada pelo dono do negócio. Entende as regras do mercado e busca os melhores resultados para a sua empresa. Observe que num estado capitalista, esta é a meta a ser alcançada por qualquer profissional de qualquer ramo. E como profissional, de qualquer ramo que somos, é preciso determinar os seus limites éticos.

Que no caso do jornalista não é difícil. Se você acredita que sua informação é importante para a sua comunidade, você deve lutar por ela. Defender a verdade é um princípio ético que não se corrompe, seja por que interesse for. Na medida em que o público fica cada vez mais exigente e questionador, inclusive para gerar lucros, a verdade se torna um artigo de primeira necessidade. E é o próprio mercado que determina o princípio ético. Nós temos na mão, como consumidores, a possibilidade de aceitar ou não a linha editorial de um veículo. No caso das revistas, isso é claro e fácil de observar. Afinal o que leva ao consumo da Carta Capital ou da Veja, se não as visões políticas opostas. Aí é o leitor/consumidor que decide.

Entrevistado:

Muniz Sodré, professor da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ.

1ª Pergunta:

Como você avalia a publicação pela revista “Época” da quebra ilegal do sigilo bancário do caseiro Francenildo dos Santos Costa?

Há dois fatos aí: um é que esse sigilo bancário foi violado e outro é que esse sigilo foi publicado pela Época. Eu acho que a revista teria todo o direito de publicar uma matéria sobre “Foi violado o sigilo bancário de alguém”, ou seja, dando outro enfoque. O que ela (revista) fez? Assumi um fato como real e assim fazendo, já ficou do lado de uma das partes.

Eu acho que tem um problema aí de apuração e esse é um grande problema jornalístico hoje. Porque o jornalismo é feito em cima de prazos, de *dead-lines* quase mortíferos. Mata-se o repórter e o editor se não for cumprido o prazo. O problema da pressa no jornal diário é mais ou menos inevitável porque o jornal tem que fechar e ao mesmo tempo há hoje uma grande responsabilidade que a informação tem com relação à vida pública, com relação à fatos públicos. E eu acho que essa informação tem que ser apurada, mas muitas vezes o editor e o repórter não tem idéia da gravidade do assunto.

Eu, pessoalmente, não acho grave a atitude da Época não. Se você disser: qual foi o problema? Foi a apuração, porque não foi completa. Como é que essa informação surgiu? Eu acho que o quê se valorizou foi o extraordinário da apuração, ou seja, o dinheiro na conta do caseiro, e não como ela foi obtida. Isso é a norma da imprensa hoje e é errado. Eu acho que a imprensa tem que aprender a abrir mão do furo, a abrir mão da primeira notícia em determinados casos. Agora, pessoalmente, não vejo gravidade porque acho que outras empresas e outros jornais incorreriam no mesmo risco.

2ª Pergunta:

A “Época” nesse caso violou o respeito à intimidade e à vida privada do caseiro ao publicar seu extrato bancário? De quem seria a culpa afinal?

Há uma violação, mas é dupla: a primeira é a do sigilo e a 2ª é a da imprensa que repercute de forma não crítica a violação. E eu acho que nesse ponto, penetra-se na vida das pessoas e, de certo modo, o indivíduo está indefeso. A minha hipótese é a seguinte: nós vivemos em um tipo de sociedade cujo material orgânico é a informação. Nós pautamos nossas decisões, nossos atos cada dia por informação. Porém, ao mesmo tempo, não temos o mesmo poder que tem a mídia para transmitir nossas informações. Apesar de que, muitas vezes, podemos fazer pela Internet.

Nesse caso, a culpa não é do editor ou do repórter. A culpa é da própria mídia como estrutura que faz a notícia em primeira mão, um valor absoluto e se incomoda muito pouco com a vida das pessoas. É como se o compromisso do jornalista fosse romper com o cotidiano. Até a expressão em inglês é típica: *breaking news*. As notícias que quebram, que rompem, ou seja, as notícias em primeira mão. A palavra em inglês ainda é mais obscena, *to break* igual a quebrar. Então, o que importa é quebrar o cotidiano para captar a atenção do público leitor e vender jornal.

O jornalismo está no estatuto mais psicológico do que ético, ou mais lógico em relação à verdade. Por que psicológico? Porque o que o jornalismo quer é a atenção do leitor. Todos os mecanismos de facilitação de leitura dos jornais são, no fundo, psicossociais. É um protocolo de atenção. É esse protocolo de chamar a atenção que deixa os outros na sombra.

Na minha opinião, o jornalismo está cada vez mais à caminho da função comercial. Ele surge querendo mobilizar civicamente as pessoas. Hippólito da Costa colocava no *Correio Braziliense* uma missão de educar civicamente as pessoas por liberalismo. Essa idéia da educação, da causa pública, está se perdendo em função do comercial, de dar a notícia em primeira mão.

3ª Pergunta:

A proteção da fonte pode ser levada aos últimos limites? Acobertar uma atitude ilícita, por exemplo, é justificável à luz desse argumento?

Não cabe à imprensa revelar a fonte mesmo não. A quem cabe revelar o ilícito aí é o Ministério Público, porque no fundo, a imprensa e o MP têm funções semelhantes, apesar de a tarefa de investigar e apurar fatos que perturbam a ordem social na mídia não ter ligação direta com o sistema jurídico, ao contrário do MP. As indagações que um órgão faz e que o

outro faz podem ser as mesmas. Às vezes a imprensa até supre o MP, mas os poderes são diferentes, as funções Estado, entenda aqui como Ministério Público, e sociedade, como imprensa, são diferentes.

Então, a mídia, no meu entender, deve proteger a fonte e o MP que exponha. O interesse aqui é jurídico, qualquer cidadão brasileiro pode impetrar uma ação popular ou pode o MP dizer que tem interesse em saber quem foi a fonte. Teoricamente pode, agora saber se o promotor vai dar atenção é outra história.

4ª Pergunta:

Considerando-se que os jornalistas, ao contrário de médicos, advogados e outros profissionais liberais, dependem das empresas para exercer sua profissão, é possível falar na ética do jornalista como indivíduo? Essa ética não acaba esbarrando, cedo ou tarde, na “ética” praticada pela empresa?

A ética do jornalista é uma ética deontológica, forma assumida pela ética na modernidade. *Deontos* significa deveres. Então, todas as empresas e todas as profissões têm seus códigos deontológicos, suas prescrições de comportamento profissional. Os médicos têm, os dentistas têm e os jornalistas também têm.

Só que esses códigos jornalísticos são feitos pelas próprias empresas. Daí a idéia que o governo teve em determinado momento, que aliás eu fui contra, de um Conselho, que no fundo seria ético, mas todos sabem que na prática acabaria virando órgão de pressão. Então a deontologia dos jornalistas é muito lábil, quer dizer, instável.

A ética individual, a consciência que o sujeito pode ter, é facilmente sufocada pela pressão do mercado de trabalho. O sujeito que fizer muita reivindicação à ética, perde o emprego. A única maneira de reverter isso é fazer com que o chamado sentimento ético individual fosse ao encontro do coletivo, seria fazer com que o jornalista participasse do Conselho de Redação e tivesse controle sobre a propriedade do meio, como houve no *Le Monde* em determinado momento.

Fora isso é conversa. Quem manda mesmo é o patrão, que é o dono da empresa. E se o sujeito chiar muito, perde o emprego e vai embora. Claro que você encontra jornalistas que tem essa atitude, essa coragem. O Alberto Dines, por exemplo, para mim é um modelo. O

Dines sempre foi uma pessoa de muita independência, assim como outros. Mas, são raros e, hoje, cada vez mais raros. Cada um quer segurar seu emprego.

This document was created with Win2PDF available at <http://www.win2pdf.com>.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.
This page will not be added after purchasing Win2PDF.