DISPOSITIVOS DE AVALIAÇÃO DA CONDUTA ÉTICA NO JORNALISMO

Prof. MsC. Rogério Christofoletti
Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI) – SC
Doutorando em Jornalismo na ECA-USP
rogeriochristofoletti@bol.com.br

Resumo

A busca da conformidade nos procedimentos jornalísticos passa por uma profunda discussão ética das condutas dos meios e dos profissionais. Entretanto, na maioria das vezes, as ações se restringem ao plano dos debates, sem efetiva mudança de comportamento. Mais do que apontar deslizes éticos, é preciso dispor de mecanismos para avaliação da mídia, sedimentando novas práticas sociais de acompanhamento dos veículos de comunicação. Muitos desses dispositivos, que denomino *Monitores de Mídia*, já existem; alguns precisam ser aperfeiçoados, e outros, criados. Este artigo traz alguns dos resultados de uma pesquisa sobre como o mercado catarinense de jornalismo se relaciona com estes monitores.

Palavras-chave: **Ética – Jornalismo – Monitoramento**

“The rush of events forces us to make ethical decisions

by reflex more than by reflection”

C.G.CHRISTIANS

A rotina do jornalismo é quase sempre apontada como a grande causadora dos erros e deslizes dos profissionais e dos veículos. Por causa dos prazos curtos e do acúmulo de trabalho, a edição é feita às pressas para que não atrase o fechamento. As cobranças são muitas, e é sob pressão que a jornada cotidiana é vencida. O jornalista opera no limite de sua capacidade, e as decisões – muitas, ao longo do dia – são tomadas num ambiente dispersivo, barulhento, agitado e que não permite hesitações. Não é à toa que o momento mortal, a hora em que o tempo se esgota seja chamada de *deadline*. Dar a matéria ou não, furar a concorrência ou segurar a reportagem até

que o outro lado seja ouvido, divulgar os nomes dos suspeitos ou omiti-los. Os dilemas éticos fazem parte da rotina do jornalismo. O problema é que a mesma rotina é que nos força a tomar as decisões por reflexo e não por reflexão.

Embora pareça apenas um jogo de palavras, há uma diferença muito grande entre os dois procedimentos. De um lado, os encaminhamentos são dados de forma apressada, condicionada, sem controle, de maneira quase inconseqüente. De outro, há mais sensatez, tentativa de equilíbrio no julgamento, racionalidade, atenção às conseqüências, ensaio de responsabilidade. A diferença entre a reflexão e o reflexo vai marcar a escolha do profissional, interferindo decisivamente na condução do noticiário. A habitual agressividade da linha editorial pode se mostrar mais flexível. Uma certa passividade pode dar lugar a um vigor renovado.

É certo que, numa redação, não há muito tempo para que se façam assembléias ou fóruns de discussão ética a cada momento que um dilema surja. É fato também que, mesmo que haja discussão, o prazo para tais reflexões é sempre exíguo. De qualquer forma, a história do jornalismo mostra que os profissionais ficam mais propícios ao erro quando estão submetidos à pressão e a condições desgastantes, como as exigências por qualidade e as cobranças pelo cumprimento dos prazos.

O jornalista vive com pressa, sim. Vive da pressa também. O desafio é conviver com ela, equilibrar-se na corda bamba ética, sem despencar ou ter de se livrar da barra da responsabilidade para se salvar. A visibilidade dos casos de deslizes éticos aumentou nos últimos anos porque a preocupação com a matéria também vem crescendo. Não basta apenas apontar o erro e seu autor. É preciso que existam mecanismos que possibilitem uma avaliação mais efetiva das ações da imprensa, que possam aferir o comportamento dos jornalistas, que sirvam à população como monitores de acompanhamento da mídia.

Dispositivos e práticas sociais

Os erros de informação, a má fé na condução do noticiário, a flagrante falta de critérios de julgamento, a invasão de privacidade, o prejulgamento e a parcialidade nas coberturas são algumas das traduções concretas dos deslizes dos jornalistas. A eclosão de casos que ilustram estes maus exemplos contribui para a colocação de uma questão: é preciso controlar a mídia para que o rastro de suas vítimas não se alongue mais? Em outras palavras: os limites para os meios de comunicação estão claros e delimitados?

Se se considerar que a mídia precisa de limites em sua atuação, é necessário que se questione de que forma isso pode se dar, quem deve exercer este controle, em quais ocasiões e sob que justificativas.

O debate sobre a atuação dos meios de comunicação e a intervenção que devem sofrer é contemporâneo à explosão mundial do uso da informação. A difusão massiva das notícias, o infinito abastecimento de manchetes e imagens, modificaram a sociedade e alguns dos seus referenciais mais importantes, como o de esfera pública. Esse ambiente redimensiona o papel da mídia na sociedade. Reconfigura também a relação do cidadão com o conjunto dos meios de comunicação. Neste sentido, é preciso, sim, avaliar a imprensa e os jornalistas. É necessário acompanhar seus passos e sua evolução, analisar a influência dos meios de comunicação na sociedade, e construir mecanismos que os monitorem.

Se a lista de crimes cometidos e a fila de vítimas não justificam a interferência no quadro, outros motivos podem fazê-lo. Não é demais lembrar, por exemplo, que a exploração de rádio e televisão são concessões públicas, recheadas de contrapartidas e responsabilidades, e que podem ser revogadas. Que jornais e revistas, mesmo na condição de empresas privadas, vivem da prestação de um serviço público: comunicar. Não é exagero reforçar também que os meios de comunicação lidam com reputações, honras pessoais, valores e símbolos, afetam terceiros, influenciam e ditam tendências. Jornalistas não têm procuração para invadir impunemente a privacidade alheia, sem qualquer preocupação com as conseqüências. Órgãos de imprensa não têm o direito de prejulgarem suspeitos, condenando o resto de suas existências ao estigma. Boatos não devem ser transformados em notícias. O jornalismo não é um mecanismo de construção e destruição de carreiras, nem um instrumento de reforço de preconceitos e desinformação.

> Assim, é fundamental o acompanhamento da mídia. Quais dispositivos utilizar e quando se deve acioná-los são decisões exclusivas da sociedade. Mas é preciso tê-los à mão. Profissionais e proprietários dos meios, governos e cidadãos, enfim todos, precisam ter a clareza de dispositivos que façam o acompanhamento do trabalho da mídia. É através destes mecanismos que se pode observar o andamento da programação das televisões e avaliar a qualidade do noticiário dos jornais e revistas, por exemplo. Para cercear o poder dos jornalistas? Para minar a liberdade de imprensa? Para ressuscitar a censura? Não, não e não. Apenas para oferecer uma possibilidade de participação efetiva do público em geral no

processo de comunicação, trazê-lo para dentro da estrutura e permitir que a acompanhe. Deixando que o telespectador anônimo, o leitor comum, os grupos sociais, as minorias, e aqueles que só são vistos enquanto receptores passivos da informação e do entretenimento possam exercer junto com as outras esferas da sociedade um controle público da qualidade dos produtos da mídia.

A direção é o acompanhamento dos meios, a observação, o monitoramento. Por isso, cabe denominar tais dispositivos de avaliação de *monitores de mídia*, já que o termo se encaixa precisamente ao que se quer aqui descrever. Nos dicionários, monitor é aquele que aconselha, que dá apoio. Seu caráter é auxiliar, já que presta assistência, serve de consulta, oferece ajuda. Os físicos nucleares chamam de monitor o instrumento que detecta e mede a radioatividade. Na Eletrônica, é um aparelho receptor dos sinais de teledifusão, e aqui o caráter auxiliar se soma a sua condição de acompanhamento, avaliação, análise.

Os *monitores de mídia* seriam os dispositivos que a sociedade dispõe para avaliar o jornalismo. E já existe um sistema de órgãos, de instrumentos e de espaços já constituídos (e outros a serem) que lançam um olhar mais atento ao que é divulgado nos meios. Um olhar mais crítico, que busca a diversidade de vozes ouvidas numa notícia, que procura qualidade de informação, que se ancora nos princípios de veracidade e de objetividade factual, e que enxerga no ato comunicativo um processo de envolvimento e participação social. Estes monitores vão de dispositivos normativos como os códigos profissionais e empresariais a comissões de aconselhamento ético nos órgãos classistas; de páginas de discussão na internet a seções de cartas nos meios impressos; de publicações especializadas a serviços de "vigilância" ética dos meios, realizados por algumas organizações não-governamentais.

O conceito de monitor de mídia que se lança aqui é muito semelhante ao de MARS (Meios de Assegurar a Responsabilidade Social da Mídia), adotado por Claude-Jean Bertrand (1999). Para ele, um MARS "é todo meio não estatal usado para tornar os meios de comunicação responsáveis perante o público. Compreende tanto indivíduos ou grupos como reuniões regulares, documentos escritos, pequenos meios de comunicação ou ainda um longo processo ou uma abordagem específica" (142).

Embora haja grande semelhança entre os MARS e os monitores, a segunda noção não se presta a "tornar os meios mais responsáveis perante o público". Não se nega a necessidade disso, mas é preciso que existam instrumentos para que a sociedade determine o que quer ver e ouvir,

ler e receber em termos de informação. Será mesmo que simples mecanismos podem deixar, de repente, os jornalistas mais comprometidos eticamente? Será que tais dispositivos podem atuar de forma tão catequisadora, provocando mudanças tão profundas? Não. Não se pode esperar destes instrumentos de acompanhamento um protocolo evangelizador, mas sim que ampliem a participação do público, que façam a imprensa voltar-se a si mesma. Algum dia, estes esforços podem até tornar os meios mais responsáveis, empresários e jornalistas mais comprometidos socialmente. Mas, de imediato, o que concretamente se quer é mais informação de qualidade, uma televisão menos banalizadora, uma imprensa mais pluralista e menos atrelada a núcleos de poder, uma internet realmente democrática[ix].

Educar socialmente os proprietários dos meios e os concessionários de canais de TV e de rádio é preciso, sim. Conscientizar eticamente os jornalistas e todos os demais profissionais envolvidos no processo comunicativo, também. Alertar o público em geral, idem. Mas instrumentos acessíveis, ágeis e funcionais são ferramentas fundamentais para um acompanhamento maior da evolução da mídia nas cidades e no país. É preciso observar antes de agir. Não se pode mudar o que não se conhece. E boa parte do público ainda ignora como funcionam os meios de comunicação, em que base se apoiam, que contrapartidas sociais deveriam oferecer, e qual o papel que podem ocupar na vida diária.

O conceito de Bertrand não é descartável, mas há uma necessidade anterior: dispor de mecanismos de observação que possam trazer condições – agora sim – para que os meios tornem-se mais responsáveis frente à população. Ter estes instrumentos é delegar ao público uma função que lhe é uma condição de existência: só quem pode zelar pela qualidade, adequação e relevância das informações é o seu próprio destinatário, sem tutelas ou mediações de escolha. Quando o espectador dispõe de monitores claros, com alta definição e larga abrangência, sua visão das imagens tem uma qualidade superior. Sua satisfação como telespectador pode estar mais próxima. Tendo um monitor, ele observa a programação de uma emissora e se não o agrada, troca de canal. Se tem vários monitores a sua frente, o acompanhamento da programação das diversas emissoras é simultâneo. Mesmo assim, o telespectador pode, às vezes, desviar seu olhar dos monitores para ver o que se passa fora deles. Olhando para os lados ou para outras janelas, o cidadão pode contextualizar os produtos de informação, comparando realidades, considerando hipóteses, exercendo senso crítico.

Mas o monitoramento da mídia não é nem vigilância, espreita ou espionagem. A

vigilância se dá de forma solitária, geralmente detida no objeto, sem uma preocupação de contextualização. O trabalho dos *monitores de mídia* se caracteriza por ser mais consciente, menos maquinal, com uma motivação diferenciada da dos seguranças. O trabalho dos monitores também não é especulativo, pois não exercem sua função ocultos ou inadvertidamente. A atuação é pública, aberta, longe de qualquer opacidade, permitida a todos que dela quiserem participar, e serve ao acompanhamento do desenvolvimento dos meios e suas práticas decorrentes.

Para além de dispor de um conjunto de possibilidades de monitoramento, é fundamental ainda que haja condições de visibilidade desses dispositivos, pois delas depende o conhecimento e o uso dos instrumentos. Caso contrário, a existência deste aparato perde relevância social na medida em que não é acionado pela população.

Diante dos monitores

Quando se tem dispositivos para acompanhar de perto um processo, consegue-se estabelecer uma relação mais próxima, direta e consistente com o objeto de observação. Em muitos casos, é por meio dos instrumentos que se consegue viabilizar uma intervenção num determinado cenário. O mesmo pode se dar com os *monitores de mídia*, na medida em que se promove o encurtamento das distâncias entre os produtores da informação e os consumidores dela.

Em Santa Catarina, o que se percebe é que alguns fatores de ordem histórica e cultural ainda servem de obstáculo para uma evolução mais rápida da mídia, e um amadurecimento mais perene das relações entre os meios e a sociedade. É preciso se debruçar sobre estes eventos, buscar soluções ou formas de contorná-los para catalisador o processo. Sem uma iniciativa positiva neste sentido e convicção do projeto de amadurecimento das relações mídia-público, quaisquer esforços vão se mostrar iniciativas isoladas e insuficientes.

Em termos de *monitores de mídia*, entre os próprios profissionais, ainda há pouca visibilidade de sua existência, função e eficiência. O código de ética é pouco consultado e, em alguns casos, pouco conhecido. Alguns artigos são sistematicamente ignorados, ao passo em que permitem o aviltamento salarial ou a conivência com a perseguição e discriminação (art.10), ou quando se deixa de ouvir todos os lados de uma questão (art.14), ou ainda quando vantagens pessoais ou financeiras são recebidas sob a condição do ofício (art.13). Sobre o código de ética paira uma nuvem de desconfiança da sua aplicabilidade, o que provoca raríssimas consultas e

denúncias à comissão de ética do sindicato. Os jornalistas catarinenses, na sua imensa maioria, desconhecem os trabalhos da comissão, e muitos se recusam a oferecer queixas por duvidarem da eficiência das penalidades possíveis por desvios éticos.

Embora não transpareça com nitidez nos discursos dos jornalistas locais, ainda vigora nas redações um espírito de auto-suficiência ética[ix]*. Principalmente entre os mais experientes, reina a idéia de que o público não sabe como se faz jornalismo e, por isso, não pode opinar sobre eventuais problemas éticos ou técnicos. Com isso, os jornalistas devem resolver eles mesmos as pendências, sem nenhuma sombra de tutela estatal, já que isso pode configurar censura, intromissão em decisões de caráter executivo ou mesmo intervenção política. Aos profissionais do ramo bastam suas próprias consciências e bom senso. Esta autoproteção impede olhares mais atentos sobre o fazer jornalístico, e por extensão, barra qualquer crítica externa. Acomodados em suas mesas – ou bunkers ? -, os jornalistas se apropriam, então, de todo o processo comunicacional, relegando ao público as migalhas adormecidas do produto jornalístico.*

Esta auto-suficiência ética dos profissionais ajudou a sepultar a única experiência de monitoramento de mídia com um ombudsman. Entre 1995 e 1997, o jornal ANCapital teve um profissional exercendo a função, iniciativa que não teve continuidade na empresa, nem similar nos concorrentes.

As escolas de comunicação, por sua vez, ainda lutam por consolidar uma posição forte no estado. Seu advento é recente - a primeira turma formada data de 1983 -, mas estes 18 anos ainda não significam a maioridade das faculdades de jornalismo em Santa Catarina. Os cursos vêm auxiliando a formar mão-de-obra capacitada para exercer as atividades jornalísticas, mas as escolas ainda não se colocam como laboratórios plenos de experimentação de linguagem e tecnologia, nem sequer como observatórios da mídia local, a ponto de propor novas práticas em comunicação.

Falta visibilidade de outras experiências de monitoramento de mídia no estado. As discussões não ganham corpo, os espaços que o público tem são escassos e mal-usados. É o caso das seções de cartas dos jornais. Não há publicações especializadas que discutem a ética no jornalismo[ix]*, são desconhecidas iniciativas na internet que possam servir a este fim*[ix]*, ou mesmo programas de rádio ou televisão públicas sobre o tema.*

Avançando no diagnóstico, percebe-se que o mercado de comunicação catarinense é muito fechado, com poucos grupos dominando os escassos meios, oferecendo aos profissionais um número restrito de empregos e, à sociedade, quase nenhuma diversidade na informação. Esta condição é atraente apenas aos empresários do setor, que repartem as fatias de consumo entre si, mantêm controle sobre o mercado de trabalho na área e não permitem que *estrangeiros* se aproximem.

É verdade que a democratização dos meios de comunicação no Brasil é uma discussão que se estende há anos e não tem sequer previsão de definição. Entretanto, pode-se buscar, em prazos mais curtos, formas de abertura do mercado local, como o fortalecimento da imprensa sindical ou popular, ou a proliferação de iniciativas na internet, ou ainda maior diversidade por meio do surgimento de rádios e tvs comunitárias. A desconcentração pode impulsionar uma participação maior no processo de acompanhamento da mídia por parte de camadas da população até então alijadas.

Ainda que pareçam soberanamente acomodados, os grupos que sustentam a chamada grande imprensa precisam abrir os olhos e observar com atenção o público catarinense. Titãs como a RBS – que congrega uma emissora de TV, duas rádios e dois diários – e A Notícia desconhecem o poder das pequenas empresas de comunicação, espalhadas pelo território local. As tiragens diárias dos quatro maiores jornais (*Diário Catarinense*, *A Notícia*, *Jornal de Santa Catarina* e *O Estado*), somadas, não chegam a um terço dos exemplares editados pelos mais de 170 pequenos empreendimentos editoriais[ix]. Mas não é apenas a expansão das empresas menores que deve motivar um olhar mais atento dos grandes grupos. Há muito mercado para se conquistar: as tiragens são tímidas frente ao potencial, o sistema de TV a cabo está apenas engatinhando no estado, e a internet ainda não é uma preocupação quando se fala em negócios.

O empresariado do ramo ainda não tem noção da responsabilidade que acarreta a exploração dos meios de comunicação. Para muitos, os veículos são instrumentos de viabilização de suas vontades pessoais, extensões tentaculares de sua família. Assim, administram um jornal como se este fosse um mural de recados onde se penduram as fotos dos amigos e clientes, impedindo qualquer acesso das *personas non gratas*. Diretores e editores baixam listas de personalidades e assuntos proibidos naquelas colunas. Proprietários “orientam” como devem ser as coberturas. Tacitamente, vigora uma lei de ignorância mútua entre os meios, e o fato que um

dá, o outro não cobre. Em outros momentos, um *pool* é formado entre os veículos, e a informação é estandartizada, formatada de uma maneira homogênea nos mais diferentes espaços.

Apesar disso tudo acontecer, o público – na maioria das vezes – fica sem saber. Falta transparência e consciência da natureza pública do processo comunicativo, sobra arrogância e provincianismo.

Longe das redações, há dificuldades que impedem maior amadurecimento na relação público-mídia. A própria sociedade, na sua espessa maioria, só desperta agora e muito lentamente para a importância de discutir sua participação neste processo. É fundamental, por exemplo, que a sociedade tenha a consciência da relevância de discutir a sua presença na direção e condução dos meios de comunicação. É importante também que ela se reconheça nestes veículos e que se sinta instada a determinar a agenda dos meios. É a sociedade quem deve pautar a imprensa, e não o contrário. É imprescindível que a sociedade tenha mecanismos para acompanhar a evolução e o desenvolvimento da mídia. Que tenha acesso a estes dispositivos, enxergue-os, acredite neles e faça uso destes *monitores de mídia*.

Um único dispositivo não é o bastante para dar conta da questão ética no jornalismo. No processo, vai ser determinante o conjunto de mecanismos, sua forma de atuação, a constância com a qual os monitores são acionados, e o nível de participação das pessoas. Somadas, todas essas variáveis devem apontar para os resultados que se quer colher. Cada detalhe é relevante, pois tem conseqüências em outros pontos.

> *Comparados a outros profissionais locais, os jornalistas catarinenses ficam bem aquém do que se pode esperar no que tange à abertura para a discussão ética de sua categoria, à disposição de meios para debater seus procedimentos profissionais e à eficácia de aferição destes comportamentos. Frente aos médicos, aos advogados e aos engenheiros, a primeira impressão que se tem é que o jornalista é daqueles trabalhadores que voltam-se mais para a crítica dos que o cercam, esquecendo-se quase sempre da análise interna, da autocrítica. Assim, o jornalista catarinense mais parece o macaco que senta sobre o próprio rabo para apontar e zombar das caudas alheias.*

Enquanto no Direito e na Medicina erros técnicos são avaliados eticamente, e nas engenharias já exista forte tendência de absorver tal parâmetro, no jornalismo, os erros de informação não provocam sanções formais ou reprimendas, já que não constam do código de ética da categoria. Entre as penalidades aplicáveis, o máximo que cabe aos faltosos é a desfiliação

do sindicato, o que não constitui muita coisa já que não é compulsório associar-se. A Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj), órgão máximo de representação da classe, não pode cassar registros profissionais, como já aconteceu na Ordem dos Advogados do Brasil, no Conselho Regional de Medicina e no Conselho Regional de Engenharia, Arquitetura e Agronomia.

A estrutura dos órgãos de avaliação ética é proporcional à demanda das denúncias, à natureza dos resultados das sentenças, e à visibilidade destes órgãos frente à sociedade como um todo. O que significa dizer que o rigor com o qual julga os processos torna o Tribunal de Ética e Disciplina da OAB e os Conselhos de Ética Médica mais acionados pelos membros da categoria e por cidadãos comuns, insatisfeitos com os serviços prestados. No Sindicato dos Jornalistas de Santa Catarina, praticamente não chegam queixas de leitores, sendo as denúncias dos próprios trabalhadores pouco numerosa. Num certo viés, estes fatos podem ser considerados índices da pouca visibilidade destes monitores no jornalismo e da ainda escassa confiança em sua eficácia.

Se os *monitores de mídia* são essenciais no processo de aprofundamento das discussões da ética jornalística, em Santa Catarina, o percurso ainda carece de muitos passos firmes e certeiros. Há uma trajetória a ser cumprida e a impressão que se tem é de que, às vezes, a sociedade local está patinando, marcando passo apenas. Acertar o caminho e colocar-se em marcha depende do envolvimento dos profissionais, dos proprietários dos meios e do público como um todo. É preciso ainda definição de um roteiro, um projeto do que se pretende, para que não se fique andando às cegas. Os monitores vão servir na caminhada, vão apontar a direção, vão sinalizar possíveis obstáculos ou desvios perigosos. Podem funcionar como mapas ou bússolas, depende do uso e do bom senso de seus usuários. Mas, certamente, se bem utilizados, vão indicar uma senda a ser trilhada. O ponto de chegada cabe ao caminhante.

Referências Bibliográficas

BERTRAND, Claude-Jean. A deontologia das mídias. Bauru: Edusc, 1999

BUCCI, Eugênio. Sobre ética e imprensa. São Paulo: Cia das Letras, 2000

CHRISTIANS, Clifford G. et al. Media Ethics - cases and moral reasoning. 5ª ed. Longman, 1998

CHRISTOFOLETTI, Rogério. Monitores de Mídia – Como o jornalismo catarinense percebe seus deslizes éticos. Itajaí: junho de 2001. No prelo

FERNANDES, Mario Luiz. Perfil da Pequena Imprensa de Santa Catarina. Porto Alegre: PUC,

outubro de 2000. Dissertação de mestrado.

LONDON, Jack. 9 Faces do Brasil na web. Revista Exame, 6 de setembro de 2000.