



## A ética como estratégia no campo jornalístico<sup>1</sup>

Prof. Dr. Luís Mauro Sá Martino<sup>2</sup>

Professor da Faculdade Cásper Líbero/SP

### Resumo

Parece existir um paradoxo entre a ética jornalística e as condições práticas de ação do jornalista. No cotidiano os princípios éticos são constantemente confrontados com exigências empresariais e interesses pessoais. Assim, ter uma atitude ética ou não é uma decisão baseada apenas na vontade do jornalista, mas nas condições em que isso for possível – isto é, quando o procedimento ético traz o maior lucro simbólico. A partir de entrevistas realizadas com jornalistas é possível notar em que medida a ética se converte em uma estratégia profissional de conquista de posições no campo jornalístico.

### Palavras-chave

Jornalismo; Ética; Interesse; Prática

Quando o Fokker 100 da TAM caiu em São Paulo, em 1997, um repórter novato de uma emissora de rádio paulistana viu-se em um dilema. Não era seu horário de trabalho e uma colega já havia sido designada para a cobertura. No entanto, ele morava próximo ao local. Poderia estar lá em cinco minutos, antes dela. A ética profissional mandava esperar. O interesse profissional, ir. O repórter foi. A colega foi demitida.

Neste artigo são delineadas algumas questões relativas à ética profissional em seu conflito com os interesses pessoais e empresariais a partir de entrevistas com jornalistas de diversos níveis hierárquicos publicadas no Site de Jornalismo da Faculdade Cásper Líbero no período em que fui editor (2000 / 2003).

O plano de análise do trabalho repousa sobre a noção de interesse, espécie de antípoda da ética. Esse cenário, todavia, é desafiado a cada momento pela objetivação dessa ética em ações práticas. As contingências do cotidiano desafiam a cada minuto as

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no VII Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação – NP Jornalismo.

<sup>2</sup> Jornalista e professor universitário. Autor dos livros *Mídia e Poder Simbólico* (Paulus, 2003) e *O habitus na comunicação* (Paulus, 2003), entre outros. Editor da revista *Communicare*, da Faculdade Cásper Líbero.

soluções éticas pela desigualdade fundamental entre cada ser humano. Conciliar esses dois cenários é um desafio nas questões sobre ética (Playsance e Skiwes, 2003:833).

A ética jornalística é apresentada, por vezes, como uma espécie de tábua de logaritmos morais aplicados a uma prática jornalística livre de qualquer contingência externa, como se dependesse apenas da vontade do profissional. A apresentação das normas de conduta do jornalista parecem excluir alguns elementos contraditórios da profissão – como a própria definição da profissão (Guilhaume, 1991:11). Ao insistir nas definições em lugar do estudo da aplicação dessas normas na prática, há uma insuficiência notada de todo e qualquer código de conduta profissional. Sem nada além de regras genéricas de valor para garantir a eficácia do trabalho, os códigos de ética e a própria Lei de Imprensa só funcionam efetivamente depois da concretização do fato – a publicação da notícia (Meyer, 1989).

Nem sempre essa estrutura normativa de um *ethos* jornalístico, isto é, de um padrão de conduta, tem como objeto a prática. Definir uma ética pressupõe um critério valorativo para a escolha entre duas ou mais ações possíveis, dentre as quais uma é superior a todas as demais. Assim, qualquer ética está vinculada ao processo de escolha na prática (Herrscher, 2002:281).

A relação dialética entre as possibilidades virtuais e reais de escolha nem sempre é contemplada. O cotidiano do trabalho jornalístico envolve constantemente um processo de tomadas de decisão, pautadas ao mesmo tempo pela dupla vinculação do jornalista – ao mesmo tempo uma espécie de servidor público da informação e funcionário de uma empresa particular objetivando o lucro (Karam, 1996:29). As contradições entre o trabalho jornalístico ideal e as condições efetivas de produção são o cenário de reflexão de qualquer teoria normativa. O *ethos* do trabalho jornalístico é, por definição, uma relação dialética entre as possibilidades da ética e as limitações da prática (Goodwin, 1991:23).

Uma norma moral prevê sua aplicação em um número de situações mais ou menos amplo. É exatamente essa gama de possibilidades de ação que caracteriza a ética como princípio orientador de uma ação. Esses dois aspectos dão a estrutura deste trabalho. Em primeiro lugar, (I) veremos como a ética e o interesse fazem parte de uma dialética da estratégia na ação social; em seguida, (II), como o duplo vínculo do profissional reduz as possibilidades de escolha no cotidiano.

## (I) A ética como estratégia legítima

Um princípio ético só tem valor quando tende a um máximo de aplicações. Um *ethos* orientado exclusivamente de acordo com as circunstâncias imediatas é contraditório em si. Exceto, é claro, se isso for compreendido como o único princípio universal, agir de acordo com os interesses do momento. Mas eis aí novamente a noção de *interesse* e conseqüente deslegitimação do procedimento (Bourdieu, 1991:34).

Provavelmente a categoria menos nobre para analisar uma situação social é a noção de interesse. Desprezível por contrariar a nobreza esperada de toda ação, a idéia de interesse não ganha contornos mais nítidos até a sociologia de Max Weber mostrar o quanto a ação social está eivada de interesses. A “ética”, em Weber, é o elemento fundamental responsável pela orientação de uma conduta específica em relação ao mundo. Essa ética, por sua vez, está necessariamente vinculada a uma espécie de interesse subjacente responsável por garantir, em termos psicológicos, a eficácia da ação.

A conduta aprovada como “ética” em um determinado cenário apresenta-se à apreensão sincrônica como a resultante de uma série de interesses específicos voltados para um equilíbrio de interesses comuns. O princípio da ação garante uma possível igualdade de condições nas práticas cotidianas. A normatização de uma ética é a objetivação dessa igualdade, ressaltada a cada momento pelas denúncias de quebra ou de interesse. “Os jornalistas, portanto, estão no perigo constante de oscilar entre, por um lado, a perseguição incansável de um estreito auto-interesse e, por outro, de estarem paralisados em inação por medo de serem julgados não-éticos” (Meyer, 1989:10).

A ética parece ser o elemento oposto do interesse na medida em que este representa apenas o particular imediato e aquela a tendência para o universal. Agir em interesse em princípio ético é destruir a idéia de um comportamento válido para diversas situações – portanto, uma doutrina normativa. A norma de conduta obviamente não pode ser considerada universalmente válida. Dizer isso equivaleria a tentar achar uma espécie de imperativo categórico fora de propósito no espaço deste trabalho. É evidente que uma ética universal estaria, como bem nos mostra Wittgenstein, “fora do mundo”. Daí o conteúdo das proposições estritamente éticas não terem a validade universal



pretendida (Wittgenstein, 1991:63). Quando se fala em “tendência ao universal” pretende-se mostrar a importância da socialização de um mesmo princípio orientador da ação social em toda uma comunidade, a partir dos quais serão erigidas, em um segundo momento, códigos, normas e princípios não escritos de regência da comunidade (Christian, 2005:433).

O ex-ombudsman da *Folha de S.Paulo*, Bernardo Ajzenberg, mostra as condições desse procedimento: “Ou a pessoa tem ética ou não tem. E isso vale para qualquer profissão ou ofício. No caso do jornalista, ainda mais, por causa de suas responsabilidades públicas”.

A ética de uma comunidade é a prioridade das chamadas *agrafa nomoi*, isto é, das “leis não escritas”. Já na Grécia Antiga o princípio ético de um determinado grupo nascia exatamente nesse tipo de prática aparentemente não orientada, oriunda da obediência às leis não escritas mas respeitadas por todos. O interesse particular era contido pelo limite dessa lei, objetivada na expressão “costume”, dimensão estabelecida como elemento fundador de uma realidade social na forma de um hábito (Weber, 2003:2).

O hábito é o elemento central da construção social da realidade na medida em que garante a reciprocidade da ação entre meu semelhante e eu. “O hábito pode ser considerado como um método, como o único método real, por uma série convergente infinita, para a aproximação da relação, real em si, mas incomensurável pelo intelecto, da natureza e da vontade” (Ravaisson, s.d. 49).

Somos orientados basicamente pelos mesmos princípios, pelos mesmos esquemas geradores de uma percepção mútua da mesma realidade. Vemos as mesmas coisas, temos, a princípio, as mesmas reações diante de situações semelhantes e podemos ter um certo grau de certeza, assim como uma percepção da realidade por conta do hábito e dos costumes. A ética de um grupo é o princípio orientador, objetivada no hábito. No dizer de Félix Ravaisson, “o hábito transforma pouco a pouco em uma ação involuntária a vontade da ação. Os costumes e a moralidade formam-se dessa maneira”.

(A) Ética do procedimento



A matriz ética de uma sociedade tende a estabelecer o hábito como o ponto de equilíbrio entre o interesse individual e a sobrevivência coletiva, estabelecendo limites e punições para aqueles que tentarem ultrapassar essas fronteiras. Essa tendência, porém, é frequentemente colocada em questão no momento da prática dado a um certo grau de ambigüidade em todos os costumes e mesmo nas Leis. Houvesse uma sociedade com leis absolutas, a própria Justiça se faria desnecessária – não haveria o que julgar por conta da inexistência, em si, de ações com reação ainda não prevista. No caso do jornalismo, os dilemas éticos são uma espécie de fronteira entre o hábito social e as situações regidas pela Lei de Imprensa (Bucci, 2001:20).

Para o jornalista Eugenio Bucci, “A ética não é como a lei que diferencia o lícito do ilícito. A ética cada vez mais se ocupa das decisões individuais entre o que é certo e aquilo que também é certo; qual a melhor escolha a fazer”.

A ética é um modo de ação coletivo estabelecido na expectativa social recíproca dos indivíduos. Os princípios normativos de um determinado grupo fazem parte do sistema de pensamento de cada época, sendo a ética de um determinado período histórico parte de toda sua *episteme*. As causas efetivamente naturais do cotidiano urbano são muito poucas.

O que impede a transformação de todo padrão ético em lei universal é a utilização do interesse imediato. O pensamento, construído sobre a ilusão da naturalidade dos fatos, muitas vezes se exime da reflexão sobre as causas do cotidiano refugiando-se em uma difusa exigência por Ética nas instâncias políticas e sociais. A idéia da ética, porém, está relacionada desde Aristóteles não como um conjunto unicamente prescritivo de regras, mas sobretudo como uma teoria da prática, criada a partir da reflexão e da pesquisa vinculada à vida diária. Está nesse contexto a discussão sobre ética jornalística – o *locus* para crítica da prática.

A contradição entre ética e interesse é o ponto dinâmico na dialética entre a ação interessada e o ato do dever. Note-se que é um elemento regulador, não de coerção. Princípios éticos podem ser colocados em questão pelo interesse do momento. É comum encontrar, no cotidiano, contradições entre a ética e o interesse particular. Sei que devo esperar a luz verde do semáforo para andar, mas se estiver em uma esquina deserta no meio da madrugada serei tentado a deixar de lado a ética de conduta (“respeitar as leis; cuidar da segurança no trânsito”) e assumir um comportamento orientado apenas pelos



interesses do momento, mesmo sabendo o quanto isso afronta meus padrões de ação e mesmo coloca em risco, ainda que mínimo, a integridade de alguém.

Conforme sintetiza o repórter Ricardo Kotscho, “Não existe imprensa neutra, mas você deve sempre perseguir a verdade. Quanto menos interferências houver, melhor. É claro que cada um tem sua preferência política, mas quanto mais comprometido se está, mais difícil fica perseguir a verdade”.

A prescrição da norma garante a igualdade de disposições mas não parece levar em consideração as divergências baseadas no interesse. Diante do fato objetivo, a norma ética é colocada frequentemente em questão, julgada a partir princípios utilitários. No entanto, na medida do possível isso é feito de forma melíflua, evitando o conhecimento por parte de outros – agir de forma ética é uma estratégia para garantir a legitimidade perante o grupo.

O reconhecimento é raramente é explícito, como nesta frase de Bernardo Ajzenberg: “Se deve reconhecer, até segunda ordem, que o jornalismo hoje é de fato parte de um mercado”.

#### (B) O princípio da estratégia

A contradição entre a ação ética e o interesse, no entanto, pode ser interpretada quando introduzimos a noção de estratégia como princípio do critério de uma razão prática. A estratégia garante um modo de ação coerente com os resultados esperados – sempre o melhor para cada participante da ação, independente de ser o melhor para os outros.

A ação orientada pela ética e a ação movida deliberadamente pelo interesse estruturam-se a partir da definição de uma estratégia de valorização do capital simbólico estipulado em cada uma das situações em questão. Agir conforme a ética, isto é, segundo normas já previamente valorizadas como ótimas garante ao indivíduo uma transferência desse valor ótimo para si – confiança e credibilidade, tendência a ser visto como alguém fiel às regras e, portanto, indiretamente ao grupo. Agir segundo um interesse contrário à ética do grupo pode significar, também, ganho fácil e vantagens

imediatas de tal ordem que compensem uma eventual perda de prestígio diante dos outros (Schopenhauer, 1998:141).

Para o jornalista Leão Serva, “Estamos formando jornalistas para o mercado que existir, não? O jornalismo não muda tanto de um meio para outro, seus principais defeitos e qualidades vão se passando de um suporte para outro”.

A intersubjetividade é a garantia de uma ação recíproca validada sobre princípios igualmente recíprocos e legítimos. A realidade, em primeira instância, é constituída a partir da intersubjetividade das ações sociais garantidas por um princípio de reflexo do outro. Explica Weber: “Por relação social entendemos o comportamento reciprocamente referido quanto ao seu conteúdo de sentido por uma pluralidade de agentes e que se orienta por essa referência” (Weber, 2003:16).

A aplicação desse princípio de reciprocidade à prática jornalística fica evidente na afirmação de Francisco Karam: “Jornalismo não é o que diz apenas um profissional, é uma profissão a qual aderem pessoas que, mediante determinados princípios técnicos, éticos, teóricos e estéticos, vão exercê-la sabendo que as vontades e paixões pessoais devem estar submetidas ao interesse público”.

O ato de “furar uma fila” é típico da questão. Ético é obedecer à ordem de chegada e conformar-se com o lugar obtido. Essa estratégia, porém, tende a render muito pouco. Se a pessoa for anônima diante de um público anônimo e tiver a oportunidade de entrar no meio da fila sem arcar com o custo de ser descoberto pelos outros, há uma tendência à mudança de estratégia para uma menos ética mas individualmente melhor.

Não há incompatibilidade entre a ética do discurso e a prática menos ética. A noção de estratégia resolve a questão igualando-as como formas distintas de se chegar a um resultado com formas de lucro diferentes. A normatização ética garante o princípio de lucro de todos os envolvidos em uma disputa. O interesse particular, por sua vez, garante um lucro maior, mas também mais arriscado.

Isso fica claro quando se tem em mente a idéia weberiana de “relação social”. Para Weber, “o conteúdo do sentido que constitui de maneira perene uma relação social pode ser expresso na forma de máximas, cuja observação média ou aproximada os participantes esperam do ou dos parceiros e pelas quais orientam suas próprias ações” (Weber, 2003:17).



Para o então editor de *Época*, Paulo Moreira Leite, “está na hora de as pessoas pararem de dar crédito a quem não apura. O Brasil está se modernizando. Cada vez mais, o jornalismo é feito não apenas de opiniões. Você precisa demonstrar, sustentar o que está falando. Você não pode pegar uma declaraçãozinha ali, uma impressão aqui e dizer que é isso que está acontecendo no Brasil e no mundo”.

Os limites da prática social – e, portanto, do lucro simbólico de uma ação – estão garantidos pela ética e pela moral de cada sociedade (Habermas, 2004). A adoção de estratégias mais ou menos de acordo com esses princípios baseia-se no cálculo inconsciente de vantagens e desvantagens de se afastar desse padrão. A matriz de ações sociais possíveis, portanto, estrutura-se a partir de um princípio ético e um princípio de interesse, subordinado e ao mesmo tempo oposto. Fossem apenas esses dois, seria possível calcular em cada circunstância exatamente os resultados de uma prática social.

Isso, no entanto, não acontece. Ao menos não inteiramente.

A nobreza da ação é verificada sobretudo pela possibilidade de independência frente aos interesses. No dizer de Mino Carta, “Não vamos esmorecer na nossa crença de que jornalismo é algo que se faz com espírito crítico, fiscalizando o poder. Então nós continuaremos fiscalizando o poder”.

Em outras palavras, o grau de um determinado espaço em uma estrutura pressupõe a existência de um indivíduo tendencialmente próximo do tipo-ideal necessário para utilizar esse espaço, e sua conseqüente apreensão em um fluxo de poder. O tipo mais conhecido desse tipo de ação é o chamado “duplo vínculo” – isto é, um duplo interesse, não necessariamente oposto, entre ações (Bourdieu e Acquaint, 2004).

## (II) O vínculo duplo e a ética jornalística

No caso do jornalismo, esse duplo vínculo fica ainda mais visível pela ausência de inúmeras fronteiras simbólicas entre o cidadão comum e o jornalista (Bourdieu, 1997:53). Na tarefa de transformar a realidade em signos, o jornalista está exposto sistematicamente a eventuais contradições entre suas condições objetivas de trabalho e os princípios éticos de sua ação social (Bucci, 2001:45). A ética específica da profissão não prevê o vínculo do jornalista com nenhuma outra atividade exceto o próprio



jornalismo. Na realidade isso não acontece e toda a ética do jornalista torna-se um elemento de conflito/cooperação (mas sempre diferente) da ética do cidadão. O ato moralmente condenável deve ser entendido a partir do próprio senso comum, não dos critérios de julgamento do repórter.

“Exatamente porque o jornalista é um ser humano como qualquer outro, ele vive estes dilemas. É necessário, ao jornalista, conviver com isso. Ele não pode tentar se despir das suas convicções, é como se despir da sua condição de humano. Ele é um homem, ou uma mulher, um gay, um cristão, um liberal, um comunista. O jornalista deve decidir dentro disso. Ele não está acima das suas paixões, das suas fraquezas, dos seus sonhos”, afirma Eugenio Bucci.

É possível ser médico e militante de um partido sem que as paixões políticas interfiram no momento de operar alguém. Da mesma maneira, o alfaiate evangélico cose tão bem quanto seu correlato umbandista. No caso do jornalismo, não há oposição entre os diversos vínculos por conta da especificação de fronteiras simbólicas claras entre a atividade e o ócio. No caso do jornalista esses momentos não são discriminados. Ao contrário, a superposição é estimulada a partir da doutrina, como no caso do *Manual da Folha*: “o jornalista está sempre investido de sua posição”.

Assim sendo, a “ética do marceneiro” proposta por Cláudio Abramo torna-se a única ética possível para o jornalista. É evidente que sua ética será a mesma do cidadão: não há opção. Não existem fronteiras simbólicas claras, e o vínculo com o jornalismo atua exatamente ao mesmo tempo dos outros. A ética jornalística não traz em si nenhum princípio que também não possa ser aplicado ao cidadão. E, da mesma maneira, ao ser entrevistado pelo interesse, o jornalista poderá ter as mesmas reações de um indivíduo qualquer (Harcup, 113).

Embora se pretenda quase uma figura “meta-social”, por conta de sua permanente observação da sociedade, o jornalista é parte do mesmo grupo observado – é como se o jornalismo fornecesse ao ser humano uma “segunda natureza” proveniente do hábito (Barros Filho e Martino, 2003). Ao contrário das demais Ciências Humanas, onde isso é regulado por um método científico sempre em discussão, no jornalismo a relação entre sujeito e objeto raramente é visto a partir de seu conteúdo ético específico (Barros Filho, 1995).

### (A) Objetividade e eficácia simbólica

A discussão sobre objetividade no jornalismo por vezes lembra uma discussão metafísica. E com resultados semelhantes. Independente de postura adotada em relação à objetividade, o método de produção da notícia é invariável, regido por regras e práticas implícitas e explícitas (Ryan, 2001:3). A subjetividade é apenas uma questão de percepção, mas a percepção também é determinada pela vontade. Quando a vontade é suprimida pela adoção de regras, é natural que essas regras condicionem a percepção (Meyer, 1989:81).

Daí o reflexo de pauta, daí o "procedimento jornalístico", daí o "faro da notícia" daí as práticas repetitivas, poucas vezes explícita no discurso: "As interpretações dos fatos não podem ser feitas por jornalistas. Aliás, isso vale para todas as áreas do jornalismo porque em nenhuma delas o jornalista pode interpretar fatos por si mesmo", diz o jornalista Flávio Dieguez.

Tanto o "peão de redação" quanto o "editor-todo-poderos" são elementos de um mesmo campo, regido pelos mesmos critérios, diferenciando-se por uma apropriação momentânea desigual do capital simbólico referente ao cargo e necessário para a formação de redes de relações e capitalização de contatos da mesma maneira mas em um nível diferente de qualquer foga (Bourdieu, 1997). Em outras palavras, o "cinismo ético" bem identificado por Francisco Karam (1996), é o fato de se criticar o procedimento para aplicá-lo em seguida.

As condições do vínculo duplo no jornalismo armam-se em virtude de sua própria existência. Não é à toa a preocupação constante com os elementos éticos dentro do jornalismo: eles não existem como categoria específica, mas reproduzem-se diretamente, quase como uma cópia, dos parâmetros sociais. São, na expressão de Eugênio Bucci, "duas éticas em um só lugar" (Bucci, 2001:85).

Confundindo subjetividade com interesse pessoal, a ética do jornalista é entendida como a desvinculação de outros elementos do mundo e a adoção de uma postura crítica eivada de preconceitos invisíveis dissimulados na prática profissional a partir da tendência a ver na objetividade um "ritual estratégico" com vistas a esconder os interesses em jogo (Tuchmann, s.d.).

A produção e difusão de idéias obedece a lógicas próprias e mesmo sua ramificação por outros setores da sociedade está vinculada a uma série de atitudes e ações de grupos responsáveis por sua expansão. Na opinião de Karam, por exemplo, “O jornalismo hoje trata a informação das duas formas: como bem social e como mercadoria. Se fosse só mercadoria, não poderíamos ter acesso à infinidade de fatos e versões de grande relevância social que acompanhamos diariamente, especialmente pela mídia impressa. Se fosse só bem social, não teríamos fatos e versões embalados pelo marketing informativo, com maior rendimento de acordo com as posições políticas, ideológicas e econômicas de setores da mídia”.

A gênese e a estrutura das práticas não resiste a um inquérito mais elaborado, desconstruindo as formas do senso comum. A eficácia simbólica do cotidiano reside em sua aparência de conhecimento absoluto, desprovido de qualquer História e portando impermeável a mudanças. A ilusão de realidade compartilhada o tempo todo pelos indivíduos decorre desse senso comum institucionalizado, transformado em formas específicas de conhecimento e delimitadores das possibilidades de ação na sociedade.

Esse tipo de resultado estratégico já é conhecido de longa data nos domínios da Teoria dos Jogos, mas sempre deixou a desejar na caracterização de uma ação ética. Diante de uma gama de possibilidades representada pelo conjunto universo  $U$ , qualquer indivíduo tende a escolher estratégias dentro de uma faixa de variáveis estabelecidas entre um mínimo de perdas e o máximo de lucro – ou, para utilizar a expressão consagrada de Morgenstein e Von Neumann, uma estratégia para conhecer o maior limite do mínimo ou o menor limite do máximo. “Se der errado, o máximo que vou perder é...” e “Se der certo, o mínimo que vou ganhar é...” representam essas formulações de maneira prática. Dessa maneira, a estratégia não invalida o interesse, mas define uma matriz de comportamentos possíveis – o “maximin” e o “minimax” (Epstein, 1970:92).

## (B) Ética e conhecimento prático

No espaço social, a mídia apresenta-se como um elemento de modalidade dupla. É um produto-fim, resultado de um processo de construção de texto a partir de dados imediatos da realidade, no qual várias escolhas são feitas, mas também é um produto-



meio, capaz de produzir modificações imediatas no ambiente onde se encontra. No espaço intermediário entre as outras instituições sociais, os meios de comunicação parecem ser ao mesmo tempo causa e reflexo das ações de outros campos, em uma dimensão temporal muito curta.

O intervalo de tempo para que uma novidade da mídia altere parcelas consideráveis da sociedade é pequeno. Das instituições sociais, a única capaz de provocar mudanças imediatas na esfera pública é a mídia. É verdade que essas mudanças decorrem de novidades de outros campos – político e econômico, sobretudo – mas apenas quando a mídia divulga o fato o acontecimento passa a existir. Logo, o produto midiático é ao mesmo tempo causa e efeito das alterações no cotidiano.

As modificações no campo médico, por exemplo, raramente são aplicadas ao resto da sociedade sem um considerável lapso de tempo. As modificações no campo da arquitetura, do mesmo modo, poucas vezes se refletem na realidade imediatamente. A mídia, ao contrário, a cada nova edição afeta a esfera pública, provocando alterações praticamente no mesmo instante em que ocorre.

O que leva, naturalmente, a uma crítica ao próprio modelo de jornalismo pelos jornalistas. Para o jornalista Ricardo Noblat, “o modelo dos jornais já se esgotou. Ele data de uma época em que os jornais eram fonte única de informações, para saber o que estava acontecendo, você tinha que lê-lo. Hoje, mesmo com o desenvolvimento da TV, do rádio e da internet, os jornais se comportam como se tivessem o monopólio dessa informação. A segunda razão é que eles continuam ancorados nos noticiários do dia anterior, como se essa fosse sua principal atribuição. Quando você abre o jornal já conhece as notícias que estão ali. Por mais que jornalistas e donos de jornal saibam que não deveria ser mais assim, eles têm uma dificuldade brutal em romper com essa cultura”.

O princípio da ética jornalística estrutura-se na premissa de uma ação desinteressada, de um ato comunicativo livre de interferências voluntárias do produtor. O discurso resultante está geralmente articulado fora dos limites institucionais, em uma *illusio* de autonomia reforçada no discurso mas pouco representada na prática. “No *ethos* do jornalismo, há dois tipos de código. Um tipo é escrito por uma comissão, é tornado público e representa com bastante honestidade como os jornalistas pensam que deveriam agir. O outro tipo não é escrito, oculto às vezes da consciência dos próprios

jornalistas. Por ser frequentemente inconsciente, este último código é mais difícil de descrever e analisar. Mas é o mais poderoso de ambos” (Meyer, 1989:38).

A ética, nesse sentido, é sobretudo um esforço de resistência do jornalista em relação ao ambiente institucional orientado por uma lógica de mercado. Parece existir, porém, um equívoco em opor a estratégia de ação do jornalista contrapondo-se à empresa quando esta obedece aos imperativos de um mercado. Em ambos os casos, trata-se de uma estratégia de lucro simbólico – o princípio da ética e do interesse em uma aparente oposição quando de fato revelam-se estratégias. Os valores éticos da empresa jornalística não são arranhados pela sintonia com o mercado, os do jornalista sim.

Disso resulta o discurso ético do jornalista em contraponto ao mercado representado, em primeira instância, pela empresa onde trabalha. Em alguns casos, isso leva o jornalista a encontrar elementos para explicar a prática de racionalização da empresa a partir de critérios jornalísticos.

“Uma melhor empresa jornalística produzirá um melhor jornalismo”, disse certa vez em palestra um dos criadores do *Projeto Folha*. Ou, como reconhece o então editor de *Época*, Paulo Moreira Leite, “É uma disputa saudável por um mercado que cresce quando a economia e o país também crescem. Acredito que exista uma situação nova e essa novidade está do nosso lado”.

Os atos da prática jornalística estão vinculados aos mesmos critérios éticos da ação de qualquer outra pessoa. A orientação moral da conduta encontra seu ponto de equilíbrio no interesse a ela oposto. É evidente que quando interesse e ação ética apontam na mesma direção não existe escolha e o problema desaparece. A situação de equilíbrio regulador das estratégias só existe quando há um conflito, um jogo de soma zero – um deles sairá ganhando, o outro perdendo. Essa dualidade encontra sua resolução na própria idéia da estratégia. É o que Philip Meyer chama de “efeito resfriador” na atividade jornalística: “Um efeito resfriador pode ser quase qualquer coisa que tenha um efeito desfavorável sobre o sistema de recompensa para o jornalista ou suas fontes. Ele aumenta o custo e diminui o prazer de descobrir e proporcionar informação, e assim desencoraja o livre curso da informação” (Meyer, 1989:24).

Não é possível inferir se um ato é ou não ético sem conhecer, portanto, a disposição dos interesses, lucros e gratificações no jogo social. Os efeitos de cada



jogada podem ser compreendidos como a resultante de variáveis. Algumas são determinadas e explícitas, outras indeterminadas ou invisíveis. Essa indeterminação das variáveis geradoras da ação social não significam uma acausalidade. Ao contrário. O número de relações causais envolvidas em certas ações é de tal ordem que é impossível ver, na trama de decisões a serem tomadas, uma ordem – é nesse sentido que podemos falar em um princípio aleatório da ética. A quantidade de variáveis da ação social pode gerar, em última instância e paradoxalmente, a indeterminação última da ação social. O princípio da ética jornalística como “ética do marceneiro”, portanto, não é a própria ética como princípio do agir tendencialmente para o bem, mas como a estratégia de garantia de legitimidade.

Cobrir um fato no lugar da colega designada para tal foi um dos trampolins para a carreira do jornalista citado no início deste trabalho. Chama-se, em gíria, “puxar o tapete” da pessoa, uma ação éticamente condenável na medida em que desagrega o conjunto. Mas foi o estopim de uma carreira, de maneira que o interesse particular pôde ser justificado, moldado e transformado em “interesse público”. O dilema desaparece nos meandros da prática. Entre a ética e o interesse, a estratégia.

## Bibliografia

- BARROS FILHO, C. *Ética na Comunicação*, São Paulo, Summus, 2003.
- BARROS FILHO, C. E MARTINO, L.M.S. *O habitus na comunicação*. São Paulo, Paulus, 2003.
- BOURDIEU, P. e ACQUANT, L. *Towards a reflexive sociology*, Routledge, 2004.
- BOURDIEU, P. *Razões Práticas*, Campinas, Papyrus, 1993
- BOURDIEU, P. *Sobre a televisão*, Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 1997, p. 53.
- BUCCI, E. *Sobre ética e imprensa*, São Paulo, Cia. Das Letras, 2001, p. 20/21.
- CHRISTIANS, C. “Ethical Theory in Communications Research” *Journalism Studies*, Volume 6, Number 1, 2005, pp. 3 14
- EPSTEIN, I. “Teoria dos Jogos e Anti-Jogo”, São Paulo, *Revista Brasileira de Filosofia*, no. 79, 1970, p. 262.



- GOODWIN, E. *Procura-se ética no jornalismo*, São Paulo, Nórdica, 1991, p. 23
- GUILHAUME, Philippe, “Éthique et information”, in. vva. *Éthique et Communication*, Paris, Beauchesne, 1991.
- HABERMAS, J. *Ética da discussão e a questão da verdade*, São Paulo, Martins Fontes, 2004.
- HARCUP, T. “Journalists and Ethics: the quest for a collective voice” *Journalism Studies*, Volume 3, Number 1, 2002, pp. 101–114
- HERRSCHER, R. “A Universal Code of Journalism Ethics: Problems, Limitations, and Proposals” *Journal of Mass Media Ethics*, 17(4),277–289 Lawrence Erlbaum Associates, 2002.
- KARAM, F. “Qualidade de ensino e cinismo ético no jornalismo”, *Comunicação e Educação*, São Paulo, (6): 29 a 34, mai./ago. 1996.
- MARTINO, L.M.S. *Mídia e Poder Simbólico*. São Paulo, Paulus, 2003.
- MEYER, P. *Ética no jornalismo*, Rio de Janeiro, Forense-Universitária, 1989.
- NÊUMANNE, J. “Entre a trincheira de combate e a caixa registradora”, *Comunicação e Educação*, São Paulo (5): 13 a 22, Jan./Abr. 1996.
- PLAISANCE, P. L. e SKEWES, E. “Personal and professional dimensions os news work: exploring the link between journalists’ values and roles. *Journalism and Media Communication*, Vol. 80. No. 4 Winter 2003.
- RAVAISSON, F. *Do hábito*, Lisboa, Inquérito, s.d., p. 63
- RYAN, M. “Journalistic Ethics, Objectivity, Existential Journalism, Standpoint Epistemology, and Public Journalism”. *Journal of Mass Media Ethics*, 16(1),3–22 Lawrence Erlbaum Associates, 2001.
- SCHOPENHAUER, A. *Sobre o fundamento moral*, Martins Fontes, 1998,p.141.
- TUCHMANN, G. “Objetividade como ritual estratégico”, in: TRAQUINAS, N. *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”*, Lisboa, Vega, S.d.
- WEBER, M. *Economia e Sociedade*, Brasília, UnB, 2003.
- WITTGENSTEIN, L. *Tractatus Logico-Philosophicus*, São Paulo, Edusp, 1994.