

## **A reflexão crítica como instrumento de qualidade do jornalismo<sup>1</sup>**

Fábio PUPO<sup>2</sup>

Mário MESSAGI JÚNIOR<sup>3</sup>

Universidade Federal do Paraná, Curitiba, PR

### **Resumo**

A produção jornalística é de forma intrínseca uma atividade coletiva. Suas decisões cotidianas não passam apenas pelo crivo de um indivíduo, mas de uma equipe. Isso poderia ocasionar uma atividade mais inteligente e sensata da profissão, já que a pluralidade de pensamentos levaria a um jornalismo que atenda a diferentes pontos de vista, com mais relações e mais análises. No entanto, a rotina capitalista de produção acaba por fazer com que esses cargos não reflitam necessariamente sobre seus questionamentos éticos a respeito da profissão, mas sim em torno de regras e normas que se restringem quase que exclusivamente a uma técnica. Este artigo visa abordar como o não-pensamento das redações leva a contradições em sua rotina, deixando de realizar a cobertura de suicídios, mas noticiando seqüestros e escândalos de celebridades, e como a reflexão ética sobre a produção jornalística poderia acabar com esses erros.

### **Palavras-chave**

Reflexão; coletividade; normas; deontologia; ética.

### **Corpo do trabalho**

A produção jornalística está repleta de decisões cotidianas. A escolha das pautas que serão tratadas no dia, as fontes que serão ouvidas, as fotos e imagens que serão usadas, as matérias que terão destaque na capa, as palavras que serão inseridas no texto, bem como as que serão retiradas do texto, etc. Essas decisões não cabem exclusivamente a um indivíduo. Geralmente, o jornalista está inserido numa rotina coletiva de trabalho. Isso por si só já diminui sua liberdade nas decisões, e restringe seu pensamento crítico, já que a divisão de tarefas acaba por impedir uma reflexão crítica do trabalho como um todo.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Divisão Temática, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação do 7º. semestre do Curso de Jornalismo da UFPR, email: pupofabio@gmail.com.

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da UFPR, email: messagi@ufpr.br.

Geralmente os jornalistas estão dispostos numa hierarquia composta por titulações como editor-chefe, editor, chefe de reportagem, chefe de pauta, e outros. Todos possuem atribuições específicas, mas na maior parte dos casos uma função está revestida de mais poder do que outra. Por um lado, esse aspecto é positivo, já que a democratização da escolha pode adicionar mais opiniões sobre um assunto. Como o jornalismo é direcionado a um grande público, que compreende diversos pontos de vista, ideologias, preferências e opções de diferentes indivíduos e grupos, a escolha coletiva dentro das redações é benéfica para respeitar essa heterogeneidade dos leitores.

Por outro lado, a coletividade de trabalho acaba por dificultar a quebra de padrões, já que um profissional age como fiscalizador do trabalho do outro. Diz Cornu:

“O aspecto coletivo da atividade jornalística tem um papel de grande importância. Se a ética supõe uma liberdade, o exercício desta liberdade quase nunca é puramente individual. O jornalista nunca faz suas escolhas de maneira totalmente autônoma. (...) nada impede de considerá-la, ao contrário, como incentivo a uma reflexão crítica, pois ela cria as condições de uma responsabilidade solidária nas escolhas e no tratamento da informação” (CORNU, 1998).

Muitas vezes, o modo de produção industrial capitalista do jornalismo acaba por desencadear um comportamento automático, permeado de técnicas, mas sem uso de reflexão a respeito do que está se passando. Isso resulta num respeito às normas do veículo, e até à deontologia da profissão, mas não colabora para o pensamento ético a respeito da profissão do jornalista ou sobre a função do jornalismo. Ou seja, há uma obediência às normas em geral, mas não se tem a exata noção sobre a importância de seguir tais pressupostos.

### **Caráter comercial da veiculação**

Ganha importância também, sob essa percepção, a influência da empresa jornalística como, propriamente dita, uma empresa. Antes de ser um meio de comunicação de massa, ela precisa pagar seus funcionários, suas contas de água e energia, o aluguel do terreno da sede, e também fazer lobbies com governantes, garantir que seus interesses sejam mantidos no jogo capitalista. E para que isso aconteça, é preciso cuidado naquilo que se veicula. E o cuidado, nesse caso, é em relação à empresa.

Cornu defende que o dever do jornalista é informar sempre, assim como também é o dever da empresa jornalística. E para alimentar esse ciclo da informação, nada mais lógico do que a empresa armar-se de estratégias para garantir sua sobrevivência. E, dentre essas estratégias, há a possibilidade de se cortar uma determinada informação, ou transformar o conteúdo de determinada reportagem, ou artigo, etc. Diz Cornu: “O fato de que uma empresa de comunicação tenha o objetivo de informar o público não a exime de garantir sua própria existência” (CORNU, 1998). Assim, como o objetivo é informar, a empresa deixar de veicular certas informações que possam interferir na atração de anúncios publicitários, ou desencadear outras conseqüências que seriam prejudiciais à empresa, para garantir sua própria existência e assim continuar a informar.

E assim, submetido nessa rotina de produção, o jornalista segue as normas do veículo, mas não pensa em seu cotidiano na ética profissional. Seu único trabalho naquele espaço de tempo chamado expediente é produzir, e não refletir. Para isso já foram feitos os Manuais de Redação, a quem os profissionais devem obedecer sempre. E mesmo quando não concorda com as posições da empresa, o jornalista não pode fazer algo diferente do que é comum naquele meio justamente pela regulação dos colegas e de seus superiores na hierarquia. Estabelece-se, assim um sistema rígido de obediência aos padrões, uma ignorância reinante que leva a uma sucessão de erros.

### **Suicídio: elemento banido da notícia**

Um exemplo de como os jornalistas obedecem às normas sem realizar uma reflexão sobre o sentido dessa obediência em alguns casos é a recusa de se cobrir suicídios, enquanto a cobertura de seqüestros é realizada. É consenso entre as redações jornalísticas que o suicídio, tanto em casos em que pessoas cometeram o ato, ou em situações em que um indivíduo queira se matar, não deva merecer cobertura por parte da imprensa. A idéia por parte dos profissionais é que se coloca o público diante de um fato puramente sensacionalista, de caráter extremamente comercial. A segunda conseqüência é menos pensada por parte dos profissionais, mas talvez seja mais importante do que a primeira.



Ao apontar as lentes das câmeras para um suicida, o jornalista põe aquele caso como um fato tão importante como outras informações do dia, pois é exibido ao lado de outros. Ou seja, o jornalismo reveste de importância e relevância um assunto que não merecia sequer uma cobertura. Quando se quer noticiar o suicídio, o problema principal é legitimar a ação do próprio suicida, fazendo com que o indivíduo se reconheça como um fato relevante do dia, e se convença de uma importância que não tem, dando prosseguimento a sua ação. Ele mesmo, embora não tenha a noção de interesse público, sente-se como algo de legítimo interesse naquela circunstância, o que pode até incentivar o ato.

Os motivos para não se cobrir um suicídio não param por aí. O ato de se matar talvez seja o caso mais baixo na escala de relevância e interesse público. Além dos motivos já expostos, o suicídio se refere à ação de uma pessoa em particular, e por isso não traz impacto a um grupo. Além disso, o exercício de entender os reais motivos de um suicídio já é bastante difícil por parte da psicologia. O jornalismo, em sua produção cotidiana, reforçaria estereótipos sem buscar compreender a complexidade do tema. Por todos esses motivos, é consenso entre as redações que o suicídio não é de interesse público.

Entretanto, se o suicídio chegou a um ponto em que a regra é não cobrir nenhum caso – exceto se a pessoa for de extremo interesse público, como o presidente da República, em que as consequências teriam de ser pensadas e as especulações solucionadas –, por que a produção cotidiana autoriza a exploração de outros fatos não relevantes para a sociedade? A resposta é simples. Porque os profissionais seguem determinadas normas sem pensar no que motivou a criação daquelas normas.

### **Seqüestro e seu apelo comercial**

Os casos de seqüestro são um exemplo. Ao se dar cobertura a uma situação dessas, está se tentando legitimar aquilo como de real interesse público. Há pouco tempo ocorreu o caso do seqüestro da adolescente Eloá Cristina Pimentel. Durante 100 horas, os olhos de vários repórteres estiveram voltados para um conjunto habitacional na periferia de Santo André, no ABC. Em um dos apartamentos, Lindemberg Alves, de 22 anos, tomado pelo

ciúme, mantinha a ex-namorada Eloá, de 15, refém. Nesse caso, não houve aprofundamento por parte da imprensa. Não havia um cunho político, nem social na cobertura. O motivo era ciúme, uma relação pessoal de duas pessoas. Mesmo assim, virou notícia. E virou notícia a tal ponto de merecer cobertura 24 horas por dia. As críticas à imprensa residiram no fato de que o jornalismo atrapalhou a ação da polícia, o que não deixa de ser uma verdade, embora a polícia não deixe de ter sua parcela de culpa na ação trágica que se desencadeou – a morte de Eloá.

O que interessa nesse caso não é discutir se o jornalismo atrapalhou ou não a ação da polícia, mas entender porque um seqüestro isolado no ABC paulista, motivado por ciúme, mereça tanta exposição na mídia. O comentário mais simples seria de que as empresas tenham feito isso para garantir mais pontos de audiência. Mas é mais complexo que isso, embora não tão difícil de entender. O caso de Eloá se desencadeou próximo a São Paulo, sede das empresas de comunicação. Como as maiores empresas pautam as menores, logo todas começaram a cobrir o seqüestro. Outro argumento para que a cobertura fosse realizada é que Eloá era de uma classe social média, o que contribuiria para a identificação do público com a situação. Mas qual a real relevância do caso?

Foram 100 horas de cobertura, e mais o que foi noticiado depois do desfecho trágico. Entretanto, a notícia não ganhou aprofundamento. O acontecimento foi tratado de maneira superficial, pura e simplesmente como um fato isolado que era. Não tinha uma problemática social envolvida, e mesmo se tivesse, é difícil pensar que ganharia os contornos aprofundados e análises levando em conta a problemática social que então mereceria. O jornalismo acaba virando uma espécie não de forma de se refletir sobre a sociedade em que vivemos, mas um modo de entretenimento, quando o que importa é se fazer “eficaz” perante os olhos do público. E essa eficácia poucas vezes é traduzida na forma de um agente gerador de pensamento e crítica, mas sim num organismo que diverte, choca, emociona. O jornalismo acaba se voltando muito mais para o sensacionalismo. Um erro que poderia ser eliminado ou então amenizado caso houvesse uma discussão antes de o fato ser retratado e havendo uma consciência para o limite da informação.



O interesse por parte do público por ler reportagens e matérias que reflitam o caráter superficial da notícia deve ser impedido pelos profissionais. Diz o autor Michel Plon:

“O ser humano não é a priori intelectual, artista ou filósofo, é antes de tudo um ser forjado por seus instintos, que em psicanálise chamamos de pulsões: pulsão de vida, primeiramente, que guia o ser humano para a procura do prazer mais fácil e imediato, o que lhe dá menos desgaste intelectual” (PLON, 2005).

Assim, às vezes a sociedade espera do jornalismo que contemple valores que na verdade não devem ser contemplados, por uma questão deontológica e ética da profissão. O interesse pelo extraordinário deve ser ceifado cotidianamente, fazendo com que o noticiário não dê sustentabilidade a temas sensacionalistas. Até porque a simples veiculação de uma notícia já desencadeia o debate sobre o acontecimento retratado, mesmo que ele não tenha uma real relevância. Isso impede que outros assuntos, de maior interesse público sejam debatidos de forma concreta pela sociedade.

A sociedade em geral não tem o pleno conhecimento do jornalismo como profissão e como produção cotidiana sujeita a questionamentos de ordem filosófica. O conjunto de regras é compreendido em sua plenitude somente por esses profissionais, que conhecem (ou deveriam conhecer) a profissão e sabem de seus entraves, e seus dilemas éticos em diferentes circunstâncias. A sociedade, por outro lado, não conhece o cotidiano da rotina produtiva, e às vezes espera do jornalismo valores que na verdade não são corretamente aplicáveis a sua realidade.

### **O escândalo de celebridades como valor da novidade**

Enquanto as construções das sensações entorno de um caso de anônimos no ABC paulista parece inquestionavelmente insustentável, a divulgação dos atos particulares de *pessoa pública* ganha outra problemática. Pois se é notícia (ou deveria ser) o que é de interesse público, a vida particular de uma pessoa pública pode ser noticiada? E o que seria uma pessoa pública?

Uma noção de pessoa pública seria somente a pessoa ser “famosa”, ser conhecida da população em geral. Então qualquer artista, qualquer ator de televisão seria uma pessoa

pública. Outra idéia seria que pessoa pública é aquela relacionada diretamente às instituições políticas e sociais, como o prefeito de uma cidade.

O caso do ator da TV Globo Fábio Assunção, estampado na capa da revista Veja da edição 2087, com a manchete: “A luta pela vida – O drama do ator Fábio Assunção para se livrar da cocaína é um alerta aos que minimizam o poder destruidor das drogas”, é outro exemplo.

É certo que o ator é uma figura pública, mas é de interesse público a divulgação de um fato particular que ele mesmo não queria divulgar? É um caso diferente, por exemplo, da denúncia de corrupção de um deputado federal. No caso do parlamentar, há a questão, além de ele ser um homem público, de ele estar a serviço do povo, e de seus atos ilícitos serem praticados contra a administração pública, o que causa extremo interesse. Muito diferente caso ele, numa situação hipotética, traísse a esposa dormindo com outra mulher. Talvez o público tivesse enorme interesse pelo assunto, mas não é algo que seja necessariamente de interesse da sociedade.

O mais fundamental na idéia de Cornu sobre isso é que o profissional entra numa situação complicada, tendo que por um lado respeitar a idéia de interesse público, mas mesmo assim fazer seu produto ser “vendido”. Nas palavras de Cornu:

“Para poder continuar informando, uma empresa de comunicação deve conquistar uma audiência suficiente para lhe permitir vender seu produto e atrair anunciantes. (...) Esta tensão manifesta a dificuldade de conciliar o interesse público, idéia baseada na função da informação dentro das sociedades democráticas, e os interesses do público, noção relacionada à comercialização das notícias” (CORNU, 1998).

Talvez a idéia de audiência não seja a única nesse ponto. O autor José Arbex Júnior lembra que há uma procura nas redações de se manter idéias daquilo que são valores consensuais do jornalismo, mas sobre os quais não se há uma exata noção do motivo de existir aquele valor. Diz Arbex Jr:

“A notícia é, por sua própria natureza, uma mercadoria altamente perecível, torna-se antiga no instante mesmo de sua divulgação, especialmente em um mundo interconectado por satélites e bombardeamento, a cada segundo, por uma imensa montanha de novos dados. Daí a importância do furo, a

prerrogativa de ter sido o primeiro veículo a informar, adquire para as empresas de comunicação. Paradoxalmente, não importa se o furo será mesmo visto ou lido, ou muito menos compreendido pelos telespectadores e leitores, mas sim o fato de que uma empresa possa afirmar que ela foi mais rápida e eficaz do que as outras” (ARBEX Jr, 2001).

A idéia do uso de drogas por parte do ator Fábio Assunção não era disseminada entre a população. Embora muitos dos jornalistas que circulam pelos meios artísticos soubessem do fato, nenhum até então se arriscava a trazer a público a informação. Foi então que a revista *Veja* ousou noticiar o fato usando como gancho a saída de Assunção do quadro de atores de uma novela em exibição.

A informação de *Veja* poderia se traduzir de uma forma muito mais interessante par ao público, do que a notícia pura, simples e rasa do acontecimento. Por exemplo, fazer uma análise do real motivo de as drogas serem disseminadas e até certo ponto aceitas no meio artístico. Não há espaço para análises, por que o que se cria é uma exaltação da novidade, o que causa, segundo Arbex Jr., uma “amnésia permanente”:

“(...) a exaltação da novidade cria outro paradoxo: a produção de uma quantidade brutal e incessante de informação também produz a ‘amnésia permanente’. É claro: se o que interessa é a “novidade”, e essa é produzida industrialmente – a cada dia, hora ou minuto – o telespectador / leitor é convidado a abandonar qualquer reflexão sobre determinado evento, para sempre se entregar ao “novo” (ARBEX Jr, 2001).

Quase sempre o jornalista não se vê como um agente passível de erro. Isso porque ele está submetido a uma estrutura que impede a reflexão e a liberdade, e valora as normas vigentes e a técnica. O profissional acaba sendo só mais uma peça num sistema já montado. Seus acertos, e seus erros, acabam por ser uma consequência daquilo que já está consolidado na rotina de produção. Nas palavras de Kunczik sobre um estudo empírico alemão sobre a consciência da responsabilidade dos jornalistas de televisão: “somente 25% dos jornalistas opinaram que também eram responsáveis pelas consequências negativas de suas reportagens. Quase três entre quatro rejeitaram esse tipo de responsabilidade” (KUNCZIK, 1997).

### **A reflexão crítica como instrumento de qualidade ética**



Ao contrário do que poderia pensar os profissionais de Veja, o uso de drogas por parte do ator não passou a ser difundido entre os veículos. A Folha de São Paulo, por exemplo, usa somente o termo “problemas pessoais” quando vai se referir ao assunto, que é como o ator retratou seu caso. A notícia de Folha:

“(...) começou a circular a notícia de que Thiago Lacerda entraria na novela das seis, "Negócio da China", na esteira da saída do ator Fábio Assunção, que declarou "problemas pessoais" para se afastar das gravações” (UOL, 2008).

E nenhuma menção a drogas. Um caso nítido de respeito a um acontecimento particular de uma pessoa pública. Esse respeito só aconteceu depois de uma discussão na redação se a informação seria reproduzida ou não pelo veículo? Se sim, essa discussão ética deveria ser adotada por todos os veículos. Não basta só reproduzir um conjunto de normas, mas sim pensar porque elas existem. Cada caso acontece de uma maneira diferente.

Cada acontecimento tem suas particularidades, e cada um merece um tratamento especial e diferenciado. Quando o jornalista segue uma carta de princípios e não reflete sobre seu sentido ético, se sujeita a erros evidentes, que poderiam ser evitados caso se seguisse essa reflexão. O suicídio só não tem cobertura da imprensa hoje, pois se tornou uma regra, e não porque os jornalistas pensam eticamente quando se deparam diante de um acontecimento dessa natureza. Isso acarreta que eventos semelhantes a esse, que não mereceriam cobertura justamente por ter elementos semelhantes a um caso de suicídio, mas mesmo assim terem cobertura. É o caso de outros fatos que se transformam em informações mais comerciais, como seqüestros e escândalos de celebridades. São os mesmo dilemas éticos que regem todos eles, e só uma reflexão ética cotidiana amenizaria esses problemas. Em vez disso, mesmo com uma grande equipe de profissionais nas redações, os jornalistas acabam por reproduzir os mesmos esquemas de captação de audiência e reprodução de valores que não lhe cabem, a despeito do senso comum da sociedade.

As normas deontológicas são só um conjunto de normas a serem seguidas. Elas se traduzem tanto nos Manuais de Redação de cada empresa, como nos chamados Códigos

de Ética. O que se costuma pensar é que respeitando essas normas, adquire-se um respeito à ética. O que não é de todo verdade, já que as normas deontológicas são limitadas, e em parte até questionáveis. Essas normas acabam por virar um fator de emburrecimento das redações, na medida em que não há uma reflexão crítica sobre as regras vigentes, mas uma obediência que ocasiona uma reprodução técnica (e que muitas vezes passa para o campo ideológico), que poderia ser evitada com uma reflexão sobre essas regras e sobre os valores do jornalismo como um todo.

### **Referências bibliográficas**

CORNU, Daniel. Ética da informação. Bauru, SP – EDUSC, 1998.

KARAM, José. Jornalismo, ética e liberdade. Summus, 1997.

KARAM, José. A ética jornalística e o interesse público. Summus, 2004.

KUNCZIK, Michael. Concetios de Jornalismo. Editora da USP, 1997.

ARBEX JÚNIOR, José. Showrnalismo: a notícia como espetáculo. São Paulo, Casa Amarela, 2001.

PLON, Michel. Caso Pedro Nava – Reflexões sobre um suicídio e o papel da imprensa. Artigo escrito para o site Observatório da Imprensa. Paris, 4/7/2005. Também disponível em <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=336FDS002>.

REVISTA VEJA. São Paulo: Editora Abril, edição de 6 de abril de 1989.

REVISTA VEJA. São Paulo: Editora Abril, edição de 19 de novembro de 2008.