



A Ética na Percepção do Aluno de Jornalismo¹

Cristiane Portela²

Resumo

A sociedade atual discute, com mais frequência, as questões éticas na mídia, bem como a ética dos meios de comunicação e, por conseguinte, dos jornalistas. Neste sentido, analisa-se a ética na percepção do aluno de Jornalismo de uma Faculdade particular de Teresina-PI, a partir das contribuições da disciplina Ética e Legislação Jornalística, observando parâmetros como: conteúdo(s) mais interessante(s) estudado(s) na disciplina, tema(s) não contemplado(s) pela mesma, dentre outros. Para a consecução da proposta realizou-se pesquisa de campo, com aplicação de questionário aos alunos do último período do referido curso. Conclui-se que todos os alunos pesquisados consideram a disciplina de fundamental importância para o bom desempenho profissional, à medida que possibilita a apreensão de novos conhecimentos sobre a ética. **Palavras-chave:** Ética; Jornalismo-Verdade; Jornalismo-Ensino.

1 Introdução

Um dos principais problemas para os estudiosos da ética na atualidade é conceituá-la dentro de uma dimensão ampla, absoluta e incontestável, que possa ser utilizada, indistintamente, em diferentes lugares e circunstâncias. Para o filósofo Álvaro Valls (1994, p. 7), por exemplo, “a ética é daquelas coisas que todo mundo sabe o que são, mas que não são fáceis de explicar, quando alguém pergunta”. Isto ocorre porque exercemos a ética dentro de uma sociedade dinâmica, permeada por transformações sociais, políticas, econômicas e culturais, que alteram os relacionamentos e delimitam o que deve ser aceito como socialmente correto. Dessa forma, é importante ressaltar que a variação cultural e o momento histórico são aspectos fundamentais na definição do que pode ser tomado como ético, pois os costumes sofrem alterações profundas e constantes.

A partir de questionamentos propostos por Valls (1994), como: “a ética não seria então uma simples listagem das convenções sociais provisórias? Se fosse assim, o que seria um comportamento correto em ética?” (p. 10), é válido admitir que a ética não pode ser estudada ou compreendida desvinculada do contexto social em que se insere, mas deve ser analisada considerando todas as especificidades que compõem tal contexto. Assim, o próprio autor responde a seus questionamentos, afirmando que um comportamento correto deve estar sempre de acordo com os costumes vigentes, e

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Interfaces Comunicacionais, do XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste.

² Doutoranda em Comunicação Social na Universidade Metodista de São Paulo. Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco. E-mail: crisportela14@yahoo.com.



enquanto vigentes, ou seja, enquanto tais costumes tenham força para coagir moralmente uma sociedade (VALLS, 1994).

No entanto, há forças sociais, como a imprensa, cuja função e missão incorporam o dever de contribuir para o desenvolvimento de uma sociedade mais democrática e igualitária, comprometida com a transparência dos fatos, oferecendo aos indivíduos ampla possibilidade de analisar, com coerência, os acontecimentos sociais. É por isso que, na atualidade, a sociedade, ela mesma, muito tem discutido sobre a importância dos meios de comunicação enquanto agentes transformadores, pautados, sobretudo, na observância da ética, à medida que priorizem informações fundamentadas na veracidade dos assuntos noticiados.

Diante do exposto e frente à ausência de pesquisas anteriores direcionadas à percepção do aluno de Jornalismo da Faculdade Santo Agostinho - FSA sobre o tema, opta-se pela referida investigação. Para a consecução da pesquisa exploratória foram aplicados questionários aos alunos do último período do Curso de Jornalismo da FSA, perfazendo um total de 19 discentes, escolhidos porque, na qualidade de formandos, estão mais próximos de adentrarem o mercado de trabalho. O que possibilita, portanto, a partir da visão que possuem sobre o tema, investigar quais preceitos éticos nortearão a conduta profissional desta parcela de futuros jornalistas.

No que se refere ao instrumento de coleta de dados, trata-se de questionário misto composto por sete questões, sendo três perguntas abertas, duas fechadas e duas mistas. As duas perguntas fechadas compõem a primeira parte do questionário, intitulada Dados Pessoais, que investiga o sexo e a faixa etária dos respondentes. No universo dos 19 pesquisados, prevalece o sexo feminino, pois 12 (63,2%) são mulheres, enquanto apenas 07 (36,8%) são do sexo masculino. A faixa etária predominante é a de 21 a 25 anos, com 12 (63,2%) depoentes, seguida pela faixa etária de 26 a 30 anos, com 03 (15,8%) alunos. Apenas 02 (10,5%) discentes possuem idade entre de 15 a 20 anos. A mesma quantidade, também 02 (10,5%), estão acima dos 30 anos.

A segunda parte do questionário engloba questões relacionadas à disciplina Ética e Legislação Jornalística, ministrada no Curso de Jornalismo da FSA, objetivando a consecução da proposta central desta pesquisa, à medida que investiga os seguintes parâmetros: a) importância da disciplina para o contexto de formação e desenvolvimento profissional; b) novos conhecimentos adquiridos; c) conteúdo(s) mais interessante(s) estudado(s) na disciplina; d) tema(s) não contemplado(s) pela mesma.



2 Compromissos Éticos do Jornalismo

Frente às questões suscitadas por esta pesquisa, ainda é válido ressaltar o poder das empresas de comunicação na sociedade atual, que seguem rígidas orientações ideológicas, visando, acima de tudo, o lucro. Como o que gera lucro, sem dúvida, é o jornal mais vendido, a emissora de rádio e/ou televisão de maior audiência, o portal mais acessado, os veículos jornalísticos transformam as notícias em mercadorias como quaisquer outras, com o objetivo de atingir algo mais rentável do ponto de vista financeiro. Dentro do previsto por Marcondes Filho (1989) a produção da notícia passa a significar, essencialmente, a adaptação de um determinado fato social a algo mais lucrativo. Logo, torna-se imprescindível transformar e transmutar a notícia em algo cada vez mais atraente, capaz de despertar o interesse do grande público.

Isto conduz o jornalismo, necessariamente, ao sensacionalismo dos fatos sociais, na perspectiva da espetacularização da notícia, que, quase sempre, explora o sexo e a violência, além de retratar as mazelas humanas de forma inescrupulosa e sem ética. Em tais casos, em vez de atuar como elemento positivo de transformação social, a imprensa banaliza os fatos com a intenção de vencer a guerra da disputa mercadológica.

Quando desconsidera o compromisso com a verdade e envereda pelo não uso da ética, a mídia torna-se capaz de destruir reputações. Caso clássico da irresponsabilidade de alguns setores da imprensa brasileira é o da Escola de Educação Infantil Base, ocorrido em São Paulo, na década de 90. Tudo teve início, quando duas mães compareceram à 16^a Delegacia de Polícia de São Paulo para denunciar o abuso sexual contra seus filhos, cometido, segundo elas, pelos proprietários do referido educandário. O fato, que deveria ter sido cuidadosamente investigado pela polícia, de imediato, se converteu num espetáculo midiático, levado à frente pela figura exibicionista de um delegado de polícia e por alguns segmentos comunicacionais, sem o menor compromisso com a verdade e ética, que alardearam o fato, sem a menor preocupação com uma apuração cuidadosa e responsável. Anos depois, os supostos culpados foram inocentados, mas as vidas dos envolvidos no escândalo já estavam irremediavelmente destruídas.

É evidente que a imprensa deveria ter procedido a uma séria avaliação dos fatos antes de publicá-los, com controle ético da qualidade da informação, dentro do previsto por Di Franco (1996, p. 80):



Denúncias, mesmo quando carregadas de verdades aparentes, são apenas pistas para uma adequada investigação. Não são, obviamente, matéria para edição. E têm sido. Um mínimo de senso de justiça exige que, mesmo no mapeamento de um suposto delito, se proceda com cuidado, sem considerar como certo o que é apenas uma possibilidade. A retificação não consegue apagar o mal produzido. Há uma evidente desproporção entre o impacto da notícia falsa e a pálida força de retificação.

De fato, acontecimentos, como o relatado, servem de lição apenas para uma parcela da mídia, ainda que de maneira sutil, pois alguns veículos de comunicação insistem em retratar os fatos sem a cuidadosa checagem dos dados, indiferentes às conseqüências nefastas que uma notícia mal colocada pode causar.

Casos em que a ética ainda é desprezada pela mídia continuam acontecendo com freqüência. Como exemplos, também inesquecíveis do grande público pela amplitude que atingiram, há os episódios envolvendo, no âmbito internacional, o jornalista Jayson Blair, do jornal norte-americano *The New York Times*, e, em contexto nacional, o do apresentador de televisão Augusto Liberato (Gugu).

No primeiro caso, Jayson Blair “aproveitando-se da tolerância de sua chefia, sujou de lama a credibilidade do jornal mais conhecido dos EUA no exterior plagiando textos e inventando notícias” (NÊUMANNE, 2003, p. 2). No episódio nacional, Gugu Liberato abre espaço para “integrantes” de uma facção criminosa carioca ameaçarem, ao vivo, várias personalidades brasileiras, vindo à tona, posteriormente, com as devidas provas, que os “bandidos” não passavam de atores contratados pela produção do programa para tal finalidade. Os dois episódios servem para mostrar como a imprensa, sem sutilezas, ainda tenta maquiar fatos reais e sobrepujar a opinião pública.

Mesmo existindo mecanismos destinados a evitar casos como os citados anteriormente, Nêumanne (2003, p. 2) é enfático ao discutir sobre episódios que colocam em dúvida a credibilidade da mídia:

Disso resta um travo amargo difícil de digerir: o despreço pela verdade [...] tem contaminado perigosamente os meios de comunicação nesta nossa era em que os repórteres não precisam mais se encontrar pessoalmente com as fontes, “acessando-as” por computador ou telefone, nem são vistos ou cobrados, como teriam de ser, por seus chefes. Doses excessivas de intolerância e tolerância, que se potencializam mutuamente, estão solapando a ética no discurso político e no noticiário e sabotando a democracia, ao torná-la um cínico pacto mútuo do gênero “me engana, que eu gosto”.



Imprudências como as citadas anteriormente fazem com que a opinião pública, muitas vezes, seja implacável ao emitir julgamentos negativos sobre o real papel da mídia, visto que os erros tornam-se mais visíveis e comentados do que os acertos. Equívocos sempre acontecerão, mas é importante ressaltar que eles não podem acontecer de forma intencional e/ou premeditada.

Embora continuem a existir inúmeros casos que sirvam de exemplos para revelar a falta de compromisso de muitos veículos com a real exatidão dos fatos, não se deve, no entanto, vislumbrar a mídia apenas como um instrumento maléfico, pois “[...] destruir a reputação da mídia não a fará melhor. Muito mais importante – e produtivo – é estudar as críticas, aprender com elas. E, na medida do possível, elevar o padrão de futuras coberturas jornalísticas, em nome do interesse público” (ROSA, 2003, p. 30). Isto significa desenvolver senso crítico suficiente para distinguir as empresas jornalísticas comprometidas com a verdade daquelas direcionadas, exclusivamente, para os interesses mercadológicos.

As empresas de comunicação, em muitos casos, buscam profissionais com apurado nível de preparo técnico, mas apenas isto não é garantia de um material jornalístico devidamente produzido e bem elaborado, pois o compromisso com a ética também é fundamental no exercício da profissão, visto que o valor profissional não existe de forma isolada e deve estar sempre acompanhado de valores e ideais éticos, a fim de que o profissional atinja uma imagem de qualidade integral. A este respeito Sá (1998, p. 127) afirma:

Quando só existe a competência técnica e científica e não existe uma conduta virtuosa, a tendência é de que o conceito, no campo do trabalho, possa abalar-se, notadamente em profissões que lidam com maiores riscos.

.....
A profissão, pois, que pode enobrecer pela ação correta e competente, pode também ensejar a desmoralização, através da conduta inconveniente, com a quebra de princípios éticos.

Portanto, não basta dominar as técnicas que envolvem a profissão exercida, mas é preciso, sobretudo, absorver os deveres éticos que também compõem o perfil do profissional eficaz. No caso específico do Jornalismo, é necessário entender que uma notícia mal apurada pode alterar todo um contexto social e produzir efeitos nocivos e, muitas vezes, irreparáveis. Vale lembrar, que os profissionais da informação podem e



devem contribuir, decisivamente, para que a mídia exerça seu real papel de construtora da cidadania, mediante compromissos éticos.

3 A Ética na Percepção dos Futuros Jornalistas

Os jornalistas, enquanto responsáveis diretos pela construção de um jornalismo comprometido com valores que extrapolam a boa qualificação técnica, devem, de acordo com Pena (2006, p. 168), exercitar o jornalismo de resistência, que “consiste na aplicação prática de preceitos ligados à função social da profissão. Ou seja, resistir à concepção mercadológica de jornalismo”. Isto é mais viável se os profissionais da informação forem incentivados e/ou treinados para pensar assim ainda no contexto de formação universitária, antes mesmo do início da atuação profissional. O próprio Pena (2006) acredita nas possibilidades de construção social da realidade através do jornalismo e vê no profissional da imprensa um papel importante nessa dinâmica.

Bucci (2000, p. 203) ao questionar o que pode ser feito para melhorar a imprensa, responde, ele próprio, que “do ponto de vista ético, a resposta a essa pergunta passa por uma palavra: educação. Não mais a educação das boas maneiras, mas a educação para a cidadania. [...] É preciso formar os jornalistas”.

Para que o jornalista assimile e incorpore à sua prática a necessidade de um fazer jornalístico comprometido, sobretudo, com valores éticos, a sua formação acadêmica deve funcionar como a primeira instância de incentivo e de difusão desta necessidade, embora as outras instâncias de atuação profissional também tenham o papel de difundir tais preceitos:

Tanto as faculdades como as redações, tanto as empresas como os sindicatos e associações profissionais ou empresariais, têm o dever de cultivar a noção de que o jornalismo, acima de tudo, é uma ética. Não é uma técnica fria, mas uma relação de credibilidade pela qual os profissionais são autorizados a informar o cidadão de forma equilibrada, voltada para a verdade dos fatos. Nas escolas, isso se traduz por currículos que contemplem não apenas a existência de uma disciplina sobre ética, mas o compromisso ético como fundamento de cada uma das disciplinas. (BUCCI, 2000, p. 203-204).



Desse modo, a disciplina Ética e Legislação Jornalística, ministrada no Curso de Jornalismo da Faculdade Santo Agostinho - FSA apresenta-se como uma das que contemplam conteúdos que envolvem noções essenciais da ética como instrumento imprescindível no exercício da profissão. Então, os conceitos difundidos na disciplina devem ser assimilados de maneira inequívoca, para que os futuros profissionais possam utilizá-los no cotidiano.

É preciso, portanto, que os próprios discentes concebam a ética como primordial na atuação profissional e façam bom uso dos aprendizados. Assim, quando questionados, se a disciplina é de fundamental importância para o contexto de formação e desenvolvimento profissional, todos os 19 (100%) alunos afirmam que sim. Para explicar a opção pelo sim, os discentes respondem da seguinte forma:

Tabela 01

Importância da disciplina	Nº de alunos	%
Estimula a atuação ética	06	30
Colabora para a formação profissional responsável	05	25
Ensina noções de ética profissional	04	20
Mostra direitos e deveres dos profissionais da área	01	5
Ensina a Legislação Jornalística	01	5
Desperta interesse pelo tema	01	5
Não responderam	02	10
TOTAL	20*	100

*Um mesmo aluno considerou mais de um motivo para a importância da disciplina.

Tabela 01: Importância da disciplina para os discentes.

FONTE: a autora, 2007.

Como a maioria dos discentes (30%) disse que a importância da disciplina deve-se ao fato da mesma estimular a atuação ética, é esperado que os futuros profissionais ajam dessa forma quando chegarem ao mercado de trabalho. Segundo Bucci (2000) a universidade pode ensinar os jovens a seguir aprendendo pelo resto da vida, e nisso ela é insubstituível, pois



a universidade é o celeiro da pesquisa e do questionamento intelectual, ela opera num tempo distinto do tempo do mercado, mais lento e mais aberto ao aprofundamento. O que ela tem a dar de melhor aos jornalistas em formação é o convívio com as ciências humanas aplicadas aos temas da imprensa. (BUCCI, 2000, p. 204).

No que diz respeito a novos conhecimentos, novamente, todos os 19 (100%) discentes afirmam que a disciplina acrescentou alguns conteúdos realmente novos, que eles não conheciam e / ou ainda não tinham ouvido falar. Quando questionados se consideraram a disciplina mais teórica e / ou prática, 15 (79%) alunos responderam que ela foi eminentemente teórica e apenas 04 (21%) disseram que a disciplina foi teórica e prática. Nenhum aluno afirma que a disciplina foi somente prática. Esta ausência de prática faz com que, muitas vezes, o aluno não entenda a aplicabilidade da disciplina no contexto de sua futura atuação profissional, bem como, por não entender e não considerar tal aspecto, ele passe a enxergar certo distanciamento entre “mundo acadêmico” (teórico) e mercado de trabalho (prático).

Quando questionados sobre o assunto, discutido na disciplina, considerado por eles como o(s) mais importante(s), as respostas foram bastante variadas:

Tabela 2

Assunto(s) mais importante(s) discutido(s) na disciplina	Nº de alunos	%
Legislação jornalística	05	20,8
Direitos e deveres do jornalista	04	16,7
Responsabilidade social do Jornalismo	03	12,5
Ética profissional	03	12,5
Código de Ética dos Jornalistas	03	12,5
Credibilidade da informação	01	4,2
Ética nos meios de comunicação	01	4,2
Não lembram	02	8,3
Não responderam	02	8,3
TOTAL	24*	100

*Um mesmo aluno considerou mais de um assunto importante discutido na disciplina.

Tabela 02: Assunto(s) mais importante(s) discutido(s) na disciplina.

Fonte: a autora, 2007.



A maioria dos alunos (20,8%) considera a Legislação Jornalística como temática importante discutida na disciplina, o que demonstra sintonia com a necessidade de (re)conhecê-la como prioritária na formação do profissional da área, à medida que mostra direitos e deveres, envolvendo normas de atuação, com validade e eficácia garantidas pelo estado democrático. Embora o segundo assunto, qual seja Direitos e deveres do jornalista, considerado por 04 (16,7%) discentes como importante, também englobe questões relacionadas à Legislação, o que confere ainda maior grau de importância ao tema.

Chama atenção o fato de 03 (12,5%) alunos citarem, especificamente, o Código de Ética dos Jornalistas, fazendo com o que assunto apareça como o terceiro mais lembrado. Embora empatado com Responsabilidade social do Jornalismo e Ética profissional, todos os três são assuntos que se complementam. Espera-se, assim, que os futuros jornalistas utilizem as orientações do Código no exercício profissional, visto que ele “tem a vantagem de sacramentar os princípios que regem as tomadas de decisão. Um iniciante que seja apresentado a ele não tem mais a prerrogativa de dizer que o ignora” (BUCCI, 2000, p. 205). O mesmo autor ainda acrescenta que:

A validade dos códigos de ética está no compromisso prévio que eles contêm e no acúmulo de sabedoria ética que representam. Eles anunciam para a sociedade que seus signatários firmam o propósito de observar, para benefício dessa mesma sociedade, aquele conjunto de princípios, valores e padrões de conduta. Vistos desse ângulo, os códigos são educativos e podem proporcionar um patamar comum para que os dilemas éticos sejam equacionados e, depois, se assim for indicado, debatidos em público. (BUCCI, 2000, p. 207).

A última abordagem feita aos alunos trata dos conteúdos não contemplados pela disciplina. Quando questionados se a mesma deixou de abordar algum assunto importante, a maioria, ou seja, 12 (63,1%) discentes responderam que não, apenas um (5,3%) aluno não respondeu e 06 (31,6%) responderam que sim.

Dentre os 06 alunos que optaram pelo sim, 04 afirmam que a disciplina poderia ter abordado assuntos, sem citar quais, que envolvessem uma perspectiva mais prática da ética. Eles sentiram falta de: “situações práticas que envolvam a ética”; “temas realistas, [pois] às vezes idealizamos demais, acho que teria que ter um contato com a prática”; “cases, para associar teoria e prática”. Um aluno sentiu falta de uma análise



ética da imprensa piauiense e o outro reclamou que a disciplina poderia ter discutido sobre a obrigatoriedade da formação acadêmica para os jornalistas.

4 Considerações Finais

Os resultados desta pesquisa revelam, grosso modo, que os formandos do Curso de Jornalismo da Faculdade Santo Agostinho – FSA do segundo semestre de 2007, consideram a disciplina Ética e Legislação Jornalística, ministrada no referido Curso, de fundamental importância para um bom desempenho profissional, à medida que a mesma possibilita a apreensão de novos conhecimentos sobre o tema. Acrescente-se a isso a afirmação, pelos discentes, de que a disciplina favoreceu o acréscimo de novos conteúdos, que eles desconheciam. De forma sucinta, seguem as principais inferências:

- ▲ a maioria dos discentes (30%) considera que a disciplina estimula uma atuação ética, bem como colabora para uma formação profissional responsável (25%);

- ▲ quase todos os alunos (79%) destacaram o caráter eminentemente teórico da disciplina;

- ▲ grande parte dos formandos (20,8%) aponta a Legislação Jornalística como o assunto mais importante discutido na disciplina;

- ▲ 63,1% dos entrevistados afirmam que a disciplina não deixou de abordar nenhum assunto importante.

A partir da análise dos dados, é possível recomendar, sugerir, que a disciplina Ética e Legislação Jornalística tenha um alcance mais prático, a fim de que os alunos concebam a real aplicabilidade da mesma no exercício profissional. Isto é possível, por exemplo, com atividades que promovam a ida dos discentes às empresas jornalísticas, para que entendam um pouco da prática jornalística desses veículos, bem como para que conheçam as reais condições de trabalho dos profissionais que já atuam na área.

REFERÊNCIAS

BUCCI, E. **Sobre ética e imprensa**. 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

DI FRANCO, C. A. **Jornalismo, ética e qualidade**. Petrópolis: Vozes, 1996.

MARCONDES FILHO, C. **O capital da notícia**: jornalismo como produção social da segunda natureza. 2. ed. São Paulo: Ática, 1989.



NÊUMANNE, J. “**Me engana, que eu gosto**”. O Estado de São Paulo, cad. A, p. 2, 18 de jun. 2003.

PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2006.

ROSA, M. **A era do escândalo**: lições, relatos e bastidores de quem viveu as grandes crises de imagem. São Paulo: Geração, 2003.

SÁ, A. L. de. **Ética profissional**. São Paulo: Atlas, 1998.

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