



Uma Perspectiva Analítica da Mídia Brasileira, Tendo em Vista os Princípios Éticos do Jornalismo¹

Diego Almeida de Souza²
Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, Bahia, BA

“O médico acha que é Deus.
O jornalista tem certeza.”
Ricardo Noblat

RESUMO

O presente artigo se propõe a caracterizar a importância da ética no jornalismo abordando algumas implicações existentes nesse campo. Após uma breve análise histórica da ética na mídia televisiva, o artigo descreve as características que lhe são associadas, tendo como principal abordagem a forma como os meios de comunicação podem manipular informações, pelo fato de serem submissos ao capital publicitário. Em sua extensão este artigo traz uma constante reflexão da notícia como espetáculo e as implicações éticas, daí provenientes.

PALAVRAS-CHAVE: ética; espetacularização; liberdade de expressão; mídia televisiva.

Introdução:

É notório à sociedade, em geral, o progressivo avanço e desenvolvimento dos meios comunicacionais. A circulação de notícias jornalísticas nos meios de comunicação abordando os mais variados aspectos – ocorrências policiais, crises e conflitos políticos e sociais, guerras e desastres ambientais – estão fundamentados na liberdade de expressão.

No entanto, não é incomum inferências na mídia diante os fatos, por meio dos jornalistas, aduzindo que *isto* ou *aquilo* é certo/errado ou que ele/ela é o culpado, extrapolando a função primordial do jornalista que é informar.

Dessas inferências é trivial o aparecimento de *achismos* que não se fundamentam numa investigação jornalística, mas, sim na opinião – que muitas vezes, se não todas, é

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 10 a 12 de junho de 2010.

² Estudante de graduação, 5º semestre, do Curso de Comunicação, com habilitação em Jornalismo, da UFRB. É também estudante de graduação, 5º semestre, do curso de Administração de Empresas da Universidade Salvador (UNIFACS), sendo nesta bolsista de iniciação científica da FAPESB. E-mail: diegoalmeida16@yahoo.com.br. Trabalho orientado pelo professor Dr. Sérgio Mattos, do curso de Comunicação da UFRB. E-mail: smattos@gmail.com.



congruente com a do veículo emissor da notícia – de um especialista que detém o conhecimento pleno e irresoluto que, apenas, pode ser contestado pelo especialista alfa: o âncora.

Este último é o detentor da *verdade* e, muitas vezes, aproxima-se mais de um Deus, de um juiz do que da profissão de jornalista ao sentenciar o que é crível nos telejornais. Esse julgamento, por sua vez, é implícito e explícito simultaneamente. Ele é implícito na sua intencionalidade e explícito porque ocorre através de imagens que utilizam-se das pessoas envolvidas para justificar uma opinião.

Transmissões ao vivo, programas de auditório baseado em entrevistas e debates, telejornais repletos de notícias diárias são na contemporaneidade as formas mais comuns de interação do jornalista com o espectador, sendo que este último se sente, em vários momentos, aturdido com tamanha quantidade de informação.

Entretanto, o paradoxo como aduz Marilena Chauí (2006, p. 50) “está em que há uma verdadeira saturação de informação, mas, ao fim, nada sabemos, depois de termos tido a ilusão de que fomos informados sobre tudo”. Esse é, então, apenas, um dos pontos salientes no que se refere à problemática da mídia televisiva e os jornalistas, por sua vez, são os protagonistas desse processo de avalanche informacional, sendo os postulados éticos do ato de comunicar dependentes da conduta desses profissionais.

Como a mídia tornou-se detentora e as imagens referência da *verdade*, respectivamente? Até que ponto esse domínio sobre a *verdade* é ético e revelador dos fatos como eles realmente são? E onde está a ética na notícia como espetáculo? São outros aspectos relevantes na tentativa de se estabelecer ou identificar os limites da liberdade de expressão nas esferas pública e privada tendo em vista os princípios éticos.

Assim, este artigo nas seções seguintes abordará os aspectos conceituais e jurídicos haja vista existir uma regulamentação constitucional para a liberdade de expressão; trará um breve histórico da televisão brasileira, buscando evidenciar a sua dependência do capital publicitário e o problema ético, aí, existente e; num outro momento dando continuidade a avaliação dos conflitos éticos será examinada a notícia como espetáculo.

Da Abordagem Ética aos Princípios Jurídicos

Uma das áreas em que a ética é extremamente fundamental é o jornalismo, já que é a partir dele que as pessoas conseguem formar uma opinião a respeito dos acontecimentos que as cercam.



O jornalismo é uma atividade social, que revela dados da realidade e interliga fatos desconexos para uma maior compreensão humana. É uma prática que orienta, instrui e denuncia desmandos e desvios. É uma profissão que lida com pessoas, interesses, honras e reputações. É um campo que dissemina afirmações, reforça preconceitos, forma opiniões e organiza (ou tenta reorganizar) o cotidiano das pessoas. Por isso, a responsabilidade cresce no exercício dessa profissão, já que muita coisa está em jogo (CHRISTOFOLETTI, 2008, p. 18).

Nesse aspecto, o que se pode observar atualmente é que a busca incessante de notícias em primeira mão reduziu a qualidade do compromisso que o jornalista deve estabelecer com o público. Assim, os estudos sobre ética jornalística estão sendo cada vez mais enfocados no meio acadêmico e na própria mídia, já que o jornalista deve estar disposto a cumprir as metas estabelecidas ao seu cargo, mostrando seriedade e compromisso com fatores sociais e de relevante preocupação. Pois, “para um jornalista, abandonar um compromisso com a verdade não é um deslize, é uma falha ética grave” (CHRISTOFOLETTI, *ibidem*, p. 11).

A maneira que os programas de cunho jornalístico passam as informações pode moldar e desviar o interesse da população dos detalhes que realmente são importantes. Além disso, o exagero nas informações pode acabar transformando o jornalismo sério e ético, em mero instrumento para distração dos espectadores.

O problema não está na liberdade de expressão, pois este é um quesito defendido pela Constituição Federal. O problema está no exacerbamento noticioso, que muitas vezes é feito sob a égide da liberdade de expressão e acoberta manipulações e distorções da imagem e do caráter do indivíduo que está sendo alvo da mídia.

A Declaração Universal dos Direitos Humanos, Artigo XIX declara:

Todo ser humano tem direito à liberdade de opinião e expressão; este direito inclui a liberdade de ir e vir, sem interferência, ter opiniões e de procurar, receber e transmitir informações e idéias por quaisquer meios e independentemente de fronteiras.

O que o jornalista precisa ter em mente é que liberdade de expressão não é igual à liberdade de opinião. Apresentar um acontecimento da forma como ele aconteceu, denunciando irregularidades e apontando possíveis soluções é aceitável. Porém, emitir o acontecimento a partir de um ponto de vista específico é perigoso, ainda mais se ele for feito sem uma investigação jornalística.



Nesse sentido de acordo com CHRISTOFOLETTI (*op. cit.*) não se trata de os jornalistas darem um tratamento VIP aos criminosos, réus, confessos ou suspeitos, mas, sim, que os jornalistas dêem a mesma importância e respeito às mais variadas fontes de informação, às diferentes pessoas que circulam pela sociedade, não sendo isso uma questão de etiqueta; mas dos aspectos da ética, o que deriva um comportamento jornalístico de tratamento igualitário.

Então, nesse aspecto o art. 5º, inciso X da Constituição Federal explicita que: “são invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas, assegurado o direito a indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação”. Ser prudente e acima de tudo ético na sua abordagem jornalística é o aspecto primordial para superar essa tênue fronteira entre a liberdade de expressão e os direitos privados do cidadão.

Mídia Televisiva e Imagens, Ambas, Detentoras da Verdade

A expressão acima somente assume denotação válida se for avaliada a televisão. Esta, no Brasil, nasceu no dia 18 de setembro de 1950, quando foi ao ar a primeira transmissão ao vivo da Tupi, em São Paulo.

Em sua gênese a televisão era um aparelho doméstico tão comum como uma geladeira, era isenta de postulações ideológicas, era como se tais aspectos estivessem adormecidos. Porém, foi no período ditatorial com a missão de integrar o país que a televisão saiu do estágio de letargia em que se encontrava e passou a ser utilizada como um instrumento de articulação e manipulação da realidade pelos governantes da época. A televisão numa visão mais mordaz tornou-se o mundo da simulação, do teatro, da manipulação das imagens, da prestidigitação do discurso – mesmo quando se acredita que suas câmeras estejam desligadas (ARBEX, 1995).

Assim, a partir da década de 80 a televisão já tinha o seu perfil delineado – abrangente, forte e unificador – e, passava a servir aos interesses governamentais, subjugando-se ao capital.

O crescimento da televisão brasileira foi excepcional. Em 1964, quando a história da televisão iria começar para valer, o Brasil tinha 34 estações de TV e 1,8 milhões de aparelhos receptores. Em 1978, já eram 15 milhões de aparelhos. Em 1987, 31 milhões de televisores se espalhavam pelo país, dos quais 12,5 milhões em cores. O número de domicílios com TV, no Brasil, saltou de 15,8 milhões em 1982 para 33,7 milhões em 1995, até chegar a quase 40 milhões em 2001 (BUCCI, 2006, p. 224).



Mais abaixo Bucci (*op. cit.*, p. 224) complementa que “ligar a TV todas as noites tornou-se tão essencial como jantar todas as noites”. As duas afirmações de Bucci vêm a explicitar a relevância da TV diante a população e demonstra a influência do Estado sobre a economia, sendo isso direta e indiretamente refletido nos meios de comunicação (MATTOS, 2005). Conceder licenças para importar materiais e equipamentos, assim como estabelecer diretrizes econômicas que em algum grau beneficiam ou prejudicam as instituições jornalísticas é de acordo com Mattos (*ibidem*) o que tem levado os meios de comunicação de massa a adotar uma postura de manutenção das ações governamentais. O que em outras palavras, permite dizer que a TV passou a ser um palco para a representação, sendo ela subjugada aos princípios econômicos.

Assim sendo, como admitir o que é transmitido na televisão como verdadeiro? E quanto as suas imagens, como seriam elas verossímeis? Observa-se, então, que o jornalista televisivo deve atentar-se para dois fatos essenciais para ter uma postura ética. O primeiro é referente à alta audiência televisiva e, conseqüentemente, a abrangência que uma notícia veiculada por esse meio alcança diante a população. O segundo fato diz respeito à utilização da imagem e a força comprobatória que ela possui numa informação noticiosa.

Esse teor comprobativo da imagem, muitas vezes, é utilizado de forma não ética pelos profissionais da comunicação. A edição de imagem é neste caso a grande vilã dos aspectos éticos. A supressão de uma fala, uma frase descontextualizada, um gesto isolado são formas variadas, porém não menos significativas de um comportamento profissional inadequado.

Nessa conjuntura, observa-se uma relação de poder que está estruturada ao âmago da sociedade, que segue conforme diz Bucci (*ibidem*, p. 33) “... uma outra lei, a lei de nossa era, a era do audiovisual: o que não aparece na TV não acontece de fato”. No entanto, nessa estruturação de poder não se pode desconsiderar um fator importante: o capital.

Este é o *poderoso Deus* que implícito determina os hábitos, os gestos, os hobbies, o que pensar, a moda não somente de um indivíduo, mas de uma sociedade, que alienada acostuma-se com o irreal, com as propagandas abusivas – que enganam com a falsa sensação de que aquele produto é indispensável na busca humana pela felicidade.

Além disso, é por meio desse *poderoso Deus* que a empresa midiática, bem como o jornalista, em muitos casos, passam a ter as suas preferências noticiosas, chegando ao ponto da omissão informacional. Atingi-se, então, a censura induzida pelo capital, que



na sua versão mais branda, porém não menos sórdida impõe o princípio da autocensura ao jornalista, que repassa isso por meio da notícia ao espectador, que não mais choca-se com o que lhe é suavemente imposto pela tela imagética da televisão.

É, então, nesse contexto em que o sentimentalismo foi posto em segundo plano que o Estado tornou-se o maior anunciante do país e com isso contribui para o avanço da publicidade, bem como para o aumento da pressão e controle sobre os veículos de comunicação (MATTOS, 2005). Para se ter uma ideia conforme aduz Mattos (*ibidem*, p. 162) “em 2004, o governo Luiz Inácio Lula da Silva gastou 867,1 milhões de reais em publicidade, 40,5% superior ao investido em 2003. Lula gastou, portanto, 250 milhões de reais a mais que em 2003”.

A publicidade e o capital, dela advindo, passaram a ser muito importantes aos veículos de comunicação e nesse sentido para que não houvesse perdas com as finanças um comprometimento político e econômico foi firmado entre as empresas jornalísticas e os grandes anunciantes. Tal fato pode levar essas empresas e os jornalistas que nelas trabalham a adotar certas práticas de manipulação e tirar proveito ilícito delas.

Há desta forma, uma relação de subversão, porém o que não se percebe nessa relação entre o *poderoso Deus* e o espectador é a ubiquidade do primeiro e a sua conseqüente transubstanciação em TV, assim como não se percebe a devoção do segundo diante este aparelho de TV. E, então, esta dominação do capital sobre a programação televisiva vem a corroborar a afirmação de Marx & Engels (2006, p. 65) “as ideias dominantes de uma época sempre foram as ideias da classe dominante”.

O Espetáculo Não se Compromete com a Ética

A palavra espetáculo vem dos verbos latinos *specio* e *specto*. *Specio*: ver, olhar, perceber. *Specto*: ver, olhar, examinar, ver com reflexão, provar, ajuizar, acautelar, esperar. Assim, o campo do espetáculo pertence à visão.

Visão essa que está embebida do irreal. Porém, esta irrealidade é uma realidade construída para o espectador. Ela é um presente contínuo que se baseia num recorte da sociedade devendo ser transmitida aos espectadores como a mais pura verdade.

Imaginemos uma simples reportagem na zona rural de uma cidade qualquer. Haverá nessa reportagem uma construção do irreal à medida que o repórter pede para o agricultor que está em sua casa ir para a sua roça ficar em uma posição determinada e demonstrar o seu trabalho. Se o exemplo acima teve a sua realidade transfigurada o que imaginar do casamento do príncipe Charles com a princesa Diana, em que até a roupa



não somente dos noivos como dos convidados foi escolhida para a interpretação do real que seria transmitida aos espectadores? Até que ponto é ética essa manipulação do real? Até onde o jornalista pode interferir na realidade que será apresentada ao espectador?

“Em outras palavras, o espetáculo não se refere ao acontecimento e sim à encenação do acontecimento, ao seu simulacro” (CHAUÍ, 2006, p. 17). Sendo essa afirmação de Chauí corroborada por Guy Debord (1997, p. 14):

O espetáculo apresenta-se ao mesmo tempo como a própria sociedade, como uma parte da sociedade, e como um instrumento de unificação. Como parte da sociedade, ele é expressamente o setor que concentra todo olhar e toda consciência. Pelo fato de esse setor estar separado, ele é o lugar do olhar iludido e da falsa consciência; a unificação que realiza é tão somente a linguagem oficial da separação generalizada.

Essa encenação, por sua vez, intensifica-se em programas televisivos como o Jornal Nacional e o Fantástico, devido a presença dos âncoras. Atentando-se para o Fantástico um programa dominical exibido pela Rede Globo, em específico, para a exibição do dia 11/05/08, que conteve uma entrevista exclusiva, é possível observar até que ponto o espetáculo pode ser articulado sob a justificativa da liberdade de expressão.

Nesta exibição ocorreu uma entrevista de 30 minutos, dividida em dois blocos com Ana Carolina Oliveira para que ela falasse sobre a morte da sua filha Isabela Nardoni³.

Ana Carolina foi conduzida a dar explicações, a dizer o que achava, contar sobre a intimidade que tinha com a sua filha e, até mesmo apontar um culpado para o assassinato de sua filha. Não havia a necessidade dessa entrevista. Aquelas explicações e descrições, apenas, serviam para duas coisas: primeira intensificar a o sofrimento daquela mãe que chorou durante quase todo o decorrer da entrevista; segundo, satisfazer o desejo sórdido do âncora – nessa reportagem foi o responsável pela execução da entrevista –, que era transformar a morte daquela garota em um espetáculo do entretenimento, na qual a sociedade do espetáculo (DEBORD, 1997) estava ávida para vê.

³ Às 23h30, do dia 29 de março de 2008, aos seis anos e idade, Isabela Nardoni cai do sexto andar sobre o gramado em frente ao prédio. A menina chega a ser socorrida, mas morre pouco depois. O pai da menina e a sua mulher (madrasta de Isabela) vão à delegacia, onde dizem que alguém jogou Isabela do sexto andar, mas não sabem quem foi. Sua morte obteve grande notoriedade diante a mídia pelo fato de seu pai, Alexandre Nardoni, e sua madrasta, Anna Carolina Jatobá, terem sido considerados como suspeitos, responderam ao processo, no ano de 2010, e foram condenados pelo crime.



Outro caso interessante e que relaciona-se com uma extrapolação dos limites do público e o privado é o caso Renan Calheiros. Em 2007, o senador Renan Calheiros (PMDB-AL) recebeu várias acusações de corrupção.

No dia 26 de maio do ano citado, a Revista Veja publicou reportagens revelando que Renan recebia recursos da empreiteira Mendes Júnior, por meio do lobista Cláudio Gontijo, para pagar pensão à jornalista Mônica Veloso, com quem tem uma filha fora do casamento. De acordo com a revista, Gontijo arcaria com o pagamento do aluguel de R\$ 4.500 de um apartamento de quatro quartos em Brasília e com a pensão mensal de R\$ 12 mil para a jornalista. A partir daí, a mídia de forma avassaladora começou a denunciar várias suspeitas do envolvimento de Renan em fraude.

A Revista Veja, 04/08/2007, publica nova reportagem contra Renan na qual informa que o senador é sócio oculto de uma empresa de comunicação em Alagoas. Ele teria usado *laranjas* e pago R\$ 1,3 milhão em dinheiro vivo, parte em dólares, para virar sócio de duas emissoras de rádio em Alagoas, que valem cerca de R\$ 2,5 milhões.

Essa credibilidade e confiabilidade da mídia deve-se ao modo como ela cativou os seus espectadores e conforme Chauí (2006) explanou:

Ela deve-se ao apelo à intimidade, à personalidade, à vida privada como suporte e garantia da ordem pública. Em outras palavras, os códigos da vida pública passam a ser determinados e definidos pelos códigos da vida privada, abolindo-se a diferença entre espaço público e espaço privado.

Nota-se, aí, o tamanho do poder mediático que para nutrir-se tem a necessidade de suprimir a fronteira entre o público e o privado para que, assim seja criado um espaço único em que tudo possa ser transmitido e/ou veiculado a qualquer momento. As relações interpessoais e as relações grupais passam a ser baseada nos dogmas transmitidos pela mídia. E de modo natural o processo de socialização desses indivíduos se realiza através desses meios comunicacionais, que hoje não somente educa como domestica os seus hábitos.

A opinião pública é um juízo emitido em público sobre questão relativa à vida política, é uma reflexão feita em público e por isso define-se como uso público da razão e como direito à liberdade de pensamento e de expressão (CHAUÍ, 2006).

No entanto, essa definição de Chauí para a expressão opinião pública não é válida para o caso Renan Calheiros, em que uma relação extraconjugal foi o estopim para uma



crise política que culminou na retirada do ex-senador Renan da presidência do senado. Neste caso, foi visível, à população brasileira, um alheamento do público para o privado, pois foi após a denúncia contra Renan de improbidade administrativa e, conseqüente, investigação, que chegou-se a ex-amante do senador – Mônica Veloso. Porém, qual o interesse da população em uma relação extraconjugal? Por que o jornalista deve veicular os aspectos privados de uma personalidade pública?

Nesse processo de espetacularização do privado, a ex-amante Mônica Veloso passou a dar entrevistas em vários programas, expôs seus sentimentos, gostos e preferências, posou nua para uma revista masculina e foi referência à personagem Bebel – interpretada pela atriz Camila Pitanga – da novela Paraíso Tropical, da Rede Globo. Em lugar de opinião pública, tem-se, neste caso, a opinião pública dos sentimentos (CHAUÍ, 2006), ratificando o poder da mídia televisiva defronte a desestruturação das esferas público e privada quando o que se está em xeque são os seus pontos de audiência.

Considerações Finais

Ao estudar os vários conceitos acerca do tema Ética no jornalismo, evidencia-se a existência de uma gama de fatores que promovem a espetacularização das notícias. A postura adotada por jornalistas na transmissão de acontecimentos ganha cada vez mais destaque em literaturas, devido à forma como a mídia influencia diretamente a sociedade.

A mídia contribui para o julgamento social de pessoas e organizações, às vezes, decidindo sua imagem atual ou mesmo seu futuro imediato. E isso não é pouca coisa como afirma CHRISTOFOLETTI (2008). O que se pode notar é que é inconcebível a concretização do jornalismo sem regras claras que apontem o limite do respeito para com o próximo. E é por isso que o jornalista deve se basear no código de ética, a fim de evitar cometer falhas. “Erros jornalísticos podem provocar mortes sociais que mais se parecem com sentenças perpétuas de sofrimento, ou matar de verdade.” (CHRISTOFOLETTI, *ibidem*, p. 20).

Nesse sentido, com essas implicações éticas, observa-se que a notícia ganha notoriedade, porque os limites não estão bem estabelecidos, visto que a mídia por defender a busca e o noticiamento da informação, assim como o aumento da audiência, invade o alheio e destrói o confidencial propalando aos espectadores – quando inquirida – que sua(s) ação(ões) foi/foram em prol da famigerada liberdade de expressão e,



também, ocorre à notoriedade da notícia porque os espectadores, em sua maioria, estão ávidos pela notícia intrínseca e dissecada.

Esse dissecamento consiste numa exposição exacerbada das personagens noticiados cujo objetivo é saciar o desejo voyeur do espectador que não preocupa-se mais com o conteúdo informacional da notícia, mas, sim, com a abrangência que a espetacularização da vida privada ou pública pode proporcioná-lo diante a tela da TV.

O jornalista, neste contexto, tem a obrigação de lembrar que não é Deus, portanto não tem conhecimento acerca de todas as coisas. Suas possibilidades de acesso à informação são amplas, porém isso não significa dizer que veicular notícias verdadeiras é algo fácil. É preciso estudar se as fontes são confiáveis, se a informação realmente condiz com o real e evitar a emissão de opiniões desnecessárias ao fato. É necessária a compreensão por parte do jornalista de que é o espectador que deve emitir uma opinião sobre o fato, cabendo ao jornalista apenas o noticiar o acontecimento.

As pessoas são facilmente influenciadas por opiniões, mas o jornalismo ético não existe com o objetivo de moldar a forma de pensar dos indivíduos, estabelecendo para estes um julgamento antecipado ao noticiar. A função do jornalista é a de informar o(s) fato(s) primando sempre pela constante busca pela verdade, sendo necessário para tal alcance a investigação jornalística e o aceite dos princípios éticos, para que assim não somente o jornalista seja respeitado diante à sociedade, como também o indivíduo noticiado e o receptor da notícia.

REFERÊNCIAS

ARBEX, José. **O poder da TV**. São Paulo: Scipione, 1995.

BRASIL. **Constituição Federal**. Brasília: Senado Federal, 1988.

BUCCI, Eugênio. **Videologias: ensaios sobre a televisão**. São Paulo: Boitempo, 2004.

CHAUÍ, Marilena. **Simulacro e poder**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2006.

CHRISTOFOLETTI, Rogério. **Ética no jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2008.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contratempo, 1997.



MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. **Manifesto do partido comunista**. São Paulo: Martin Claret, 2006.

MATTOS, Sérgio. **Mídia controlada**: a história da censura no Brasil. São Paulo: Paulus, 2005.