

Contra o marketing, uma defesa moral do jornalismo

Francisco José Castilhos Karam

Professor do Departamento de Comunicação da Universidade Federal de Santa Catarina e Membro da Comissão Nacional de Ética e Liberdade de Imprensa da Federação Nacional dos Jornalistas.

Trabalho apresentado no II Congresso do Jornalismo de Língua Portuguesa/Rio de Janeiro – Brasil – 1 a 4 de dezembro de 1994.

Refletir sobre a ética em uma atividade é, além de um tormento pessoal, um exercício de afastamento de uma prática imediata, de complexificação da moral profissional e de sua inscrição na contemporaneidade.

A reflexão ética, não redutível nem à moral vigente nem aos códigos deontológicos, é essencialmente um momento em que nos perguntamos, radicalmente, qual o sentido do que fazemos... ou o significado de uma ocupação ou profissão. A ampliação da possibilidade de escolha diante do mundo e dos valores que o formam pode ser a própria escolha de outro mundo e outros valores, precisamente permitidos pela liberdade de escolha. Se levarmos isso para o jornalismo, podemos tomar duas atitudes. A primeira é achar que seu desdobramento contemporâneo é natural e inevitável e que, portanto, devemos apenas nos render à repetição do dia anterior. A segunda admite que é possível constituir um campo de conhecimento fundamental para a humanidade, independente de regiões e circunstâncias, no qual a inscrição da ética seja central para que o futuro não se torne apenas um conformado refém do passado. Mesmo assim, a única certeza de solução é a de que a luz no fim do túnel pode ser apenas mais fogo. A reflexão ética é, também, projeção sobre o futuro.

A norte-americana Janet Malcolm acha, por exemplo, que "qualquer jornalista que não seja demasiado obtuso ou cheio de si para perceber o que está acontecendo sabe que o que ele faz é moralmente indefensável".

Segundo ela, o jornalista é uma espécie de confidente, que se nutre da vaidade, da ignorância ou da solidão das pessoas. Vai mais adiante e diz que

os jornalistas justificam a própria traição de diversas maneiras, de acordo com o temperamento de cada um. Os mais pomposos falam de liberdade de expressão e do 'direito do público a saber'; os mesmos talen-

*tosos falam sobre a Arte; os mais decentes murmuram algo sobre ganhar a vida.*¹

Já o professor tcheco Vladimir Hudec, da Universidade de Praga, opina que "o jornalista, no exercício de sua profissão, compromete-se sempre com a classe à qual pertence".²

A validação política e econômica de um veículo não pode dissociar-se de sua validação moral. E esta só pode ser concebida se formularmos sua sustentação ao mesmo tempo particular e universal.

Janet Malcolm usa palavras como *indefensável, moralmente, ignorância, solidão, vaidade*. O que isso quer dizer? Mesmo que implicitamente, ela reconhece que as palavras representam alguma coisa e têm a ver com o mundo. Em segundo lugar, que há profissões defensáveis moralmente, mas isso não se aplica ao jornalismo. Em terceiro, ao reconhecer a existência de palavras como *vaidade, ignorância e solidão*, reconhece a existência do seu contrário, isto é, a *não solidão, a não ignorância, a não vaidade*. Ou, em outras palavras, a integração afetiva ao mundo, o saber e a simplicidade, embora, implicitamente, não ache que o jornalismo possa tratar disso. Mas a verdade é que trata, uma vez que em qualquer campo de conhecimento, em qualquer atividade, não é possível lidar com uma moralidade de mão única, porque senão as próprias palavras perderiam a sua representação conceitual.

JORNALISMO E CONHECIMENTO

Para situar o papel da informação jornalística, é necessário reconhecer que tem alguma importância, e não é pouca coisa. Não há outra atividade ou outro profissional que, contemporaneamente, permita à humanidade o conhecimento público, massivo, imediato, periódico e planetário das coisas que ela mesma produz, segundo critérios como interesse público ou relevância social. Mas é importante este conhecimento? Nos parece que sim, porque a interconexão planetária da tecnologia, economia, cultura, história e suas conexões internas faz com que, hoje, os fatos produzidos nas mais remotas regiões tenham reflexos em outras que não participaram diretamente daquele evento. A economia internacional e suas consequências sociais, como a miséria, é apenas um exemplo, mas não é qualquer exemplo.

Nos parece que esta importância moral da atividade jornalística, que deve refletir-se na configuração técnica da confecção de pautas, na apuração e redação das informações, em sua edição e distribuição deve significar alguma coisa. Isto é,

¹ MALCOLM, Janet. *O jornalista e o assassino: uma questão de ética*. São Paulo: Companhia das Letras, 1990, p. 11.

² HUDEC, Vladimir. *O que é o Jornalismo*. Lisboa: Caminho, 1980, p. 64.

deve ao menos significar que há uma profissão, que há profissionais, que há veículos que centram-se ao redor disso, e o fazem o tempo todo, em todo o mundo. E onde a informação jornalística não adquiriu ainda este estatuto, deve caminhar no sentido de adquiri-lo. Ou seja, nos parece que o jornalismo, como profissão, deve situar-se no mesmo estatuto que obteve socialmente a Medicina.

A tarefa de, mediante linguagem particular e técnicas específicas, permitir o acesso público a toda sociedade – não há outro campo de conhecimento que o faça de forma tão intensa e potencialmente democrática – deve radicar o eixo de qualquer discussão para tomadas de medidas operacionais no sentido de melhorar a informação jornalística e tornar mais eficiente, eticamente, o desempenho dos jornalistas. E se há limites para a realização da plenitude informativa, se há barreiras econômicas, políticas, mercadológicas e financeiras para o exercício profissional, é elas que devem ser removidas, e não a ética específica da profissão e a conseqüente qualidade informativa. Do contrário, nos resta o cinismo e algumas boas intenções.

Ao contrário do que pensa Malcolm, nos parece que o jornalismo é moralmente imprescindível. É a forma pela qual as pessoas vão se apropriando cotidianamente de seu movimento no interior da sociedade e da autoprodução diária da humanidade. E extraem daí sensibilidade, movimento, opinião, intervenção diante dos enormes e complexos conflitos não resolvidos pelo gênero humano.

Como mediação social, é o jornalismo que, moral e tecnicamente, permite potencialmente a liberdade de escolha e o acesso mais democrático aos fatos produzidos em esferas compartimentadas de Poder ou segmentadas do Saber, da Ciência, da Arte, da Cultura.

Este conhecimento não é o da História ou da Sociologia, porque a produção de fatos, o ritmo de sua seleção, apuração, relato, edição e circulação públicos é também bastante diferente dos outros campos de conhecimento. É menos profundo, mas mais intenso. É menos denso, mas mais imediato e global. Com esta base que os filósofos chamariam epistemológica para o jornalismo – com justa razão – chegaríamos à sua justificativa moral como profissão.

Mas é claro que os problemas não param aí. Aparece Vladimir Hudec e nos diz que há um compromisso de classe na informação jornalística. Ou seja, com estranha lógica, os fatos devem ter uma angulação prévia, a de classe, com fins que justificam meios e com fatos que, mediante critérios particulares, podem ser alterados com bastante facilidade.

Diferentemente de Malcolm, Hudec reconhece importância moral na atividade jornalística, mas ela está na cabeça particular dos grupos, dos indivíduos, das classes, e pode ir para qualquer lado, mesmo que seja para, informativamente, apoiar massacres, induzir pesquisas de opinião, reduzir declarações, suprimir fontes, alterar a hierarquização noticiosa, minimizar o maximizar a importância dos fatos, Só que o critério é particular.

Se Hudec aplica sua máxima para o ex-socialismo real, não é possível deixar de lembrar a lógica do mercado, onde a informação jornalística cede, muitas vezes, espaço ao anúncio publicitário, ao interesse financeiro, ao compromisso

político. O sinal é contrário, mas a aplicação do juízo particular ao jornalismo é o mesmo. A não ser por uma rendição antecipada ou por uma ação cínica, não é possível dizer que o jornalismo é o limite de sua prática. Se nos reunimos para discutir ética jornalística, isto precisa ser feito com alguma radicalidade. E se reconhecemos que a informação jornalística é o produto principal de um veículo de comunicação, como garantem alguns manuais e códigos, ela tem que ser um bom produto, independente da situação que envolve interesses particulares. Do contrário, faremos mais uma peça de marketing e menos jornalismo.

ÉTICA E CÓDIGOS

Desde os séculos 15 e 16, com o surgimento da imprensa, segundo Robert White,³ acentuaram-se as preocupações de ordem moral com a informação pública. A partir do século 18, com a independência dos Estados Unidos (1776) e a Revolução Francesa (1789), a emergente classe média, tanto na Europa quanto nos Estados Unidos, combateu a aristocracia e criou seu próprio *status* social, vinculado à ideologia do desenvolvimento científico e técnico. Isso gerou a *cultura do profissionalismo*, traduzindo a *filosofia social liberal* em um *ethos profissional*. Já nos final do século 19 e 20 este *ethos* se estendeu às profissões liberais, como a Medicina e o Direito, até chegar ao que White classifica de *ocupações*, nas quais está a *imprensa*.

A preocupação com a questão ética no jornalismo surge como complexidade social e a crescente mediação social exercida pela informação. Ao mesmo tempo em que há garantias e a necessidade de ampliar o direito de expressão e de informação, há outras preocupações. O jornalismo ao tentar reconstruir o mundo, de mostrá-lo em sua diversidade de fatos e versões, trouxe algo inerente consigo: a *necessidade* de distinguir os acontecimentos com relevância pública e a *responsabilidade* em publicá-los, tentando prever conseqüências e atendendo alguns princípios, como pluralidade social.

Com isso, surgem, gradativamente, os códigos deontológicos no jornalismo, com prescrições normativas de conduta específica profissional. No entanto, a dificuldade de operação dos códigos, o desconhecimento do que dizem e o significado de artigos e princípios, faz com que hoje sejam referências importantes mas pouco viáveis num contexto em que o processo de produção jornalística observa princípios contraditórios, como *isenção* e *lucro*, como *relato* e *espetáculo*. Assim, a crise ética, apesar dos constantes debates e eventuais preocupações emanadas de profissionais, empresários e sociedade civil organizada, torna-se de difícil compreensão e ainda mais difícil solução.

As concepções mais sistematizadas sobre o jornalismo têm tratado de sua estrutura técnica e, também, da relação desta com os aspectos políticos, ideológi-

³ WHITE, Robert. Factores sociales y políticos en el desarrollo de la ética de la comunicación. Revista Diálogos de la Comunicación, 1988, Lima, FELAFACS, p. 79-101.

cos e éticos — mesmo que incipientes — que a envolve. Estas concepções reconhecem no jornalismo alguma potencialidade e alguma importância contemporânea. O surgimento e a implementação de novas tecnologias e novas técnicas, utilizadas na confecção de informações, não muda substancialmente o objeto do jornalismo, a realidade em suas múltiplas manifestações e sua relação com conceitos como "interesse público", "relevância social", "fato" ou "acontecimento". No entanto, a reconstrução dessa realidade, mediante o emprego de técnicas específicas e linguagem particular, torna o jornalismo não apenas instância de reflexo de fatos percebidos na dimensão particular da lógica do veículo ou do mediador jornalista profissional. Torna o jornalismo, potencialmente, uma forma de conhecimento social da realidade a partir da reconstrução cotidiana do mundo. Exigem situá-lo para além das simples observações empíricas de que a prática atual é o seu limite, para além da submissão estatal proposta por Vladimir Hudec, com relação ao ex-socialismo real, e para além dos limites mercadológicos, financeiros e econômicos da estrutura hegemônica informativa brasileira.

O engrandecimento do jornalismo está também no reconhecimento de que, diariamente, o profissional lida com esferas diversas da moralidade social, que correspondem, na prática, a concepções filosóficas e políticas sobre o mundo e se refletem em culturas, comportamentos, opiniões, fatos e versões. Este compromisso é básico para que todos os que atuam no universo jornalístico sustentem a atividade como uma forma possível de conhecimento social e da autoprodução diária dos indivíduos, pela qual as pessoas tomam contato com o seu mundo e, ao mesmo tempo, constituam parte de seu presente e de seu futuro. Afinal, o jornalismo trata, de forma imediata e global, da irresolução dos problemas que a humanidade se coloca como gênero que *reconhece o tempo e se ousa no futuro*.

SEGMENTAÇÃO E DIVERSIDADE

Com este estatuto, podemos dizer que a produção da informação jornalística ancora-se na produção humana, de fatos e de conhecimento. E que, sendo os fatos e o conhecimento produção humana infinita, o jornalismo, teoricamente, tende a segmentar-se e a especializar-se. A informação jornalística na mídia não pode, com o acesso ilimitado aos fatos contemporâneos, atender interesses tão diversos quanto o dos distintos públicos hoje existentes. Por maior abrangência que o veículo informativo proponha-se, não poderá satisfazer integralmente o leitor. a segmentação é inevitável e a especialização jornalística em campos de conhecimento tende a crescer.

Havendo produção infinita de fatos e de conhecimento, e supondo-se a ampliação cada vez maior de veículos com projetos editoriais segmentados, a mediação informativa deve ficar a cargo de profissionais e não de amadores. O profissional, neste caso, tem um compromisso radical com o exercício de sua atividade. Ele exerce uma técnica o tempo inteiro, ele deve buscar unidade entre a confecção técnica e a concepção jornalística, envolvendo uma ética específica da profissão. Assim, deve diferenciar-se do eventual aventureiro ou do colaborador

que escreve em sua área de atuação ou conhecimento, com suas paixões, interesses e barganhas.

O jornalismo deve abrir espaços cada vez maiores a representantes dos diversos campos do conhecimento, aos diversos atores sociais, aos numerosos representantes das diferenciadas comunidades. Mas não pode esquecer que o jornalismo não é sua atividade principal. E se estas pessoas fossem transportadas para o ofício do jornalismo, gradativamente deixariam de ser os representantes qualificados em seus campos de comentários ou opiniões.

No entanto, a apuração informativa, a especificidade do exercício profissional cabe a uma pessoa que faz isso o tempo inteiro, durante 24 horas por dia, em todo o mundo. Este profissional tem um compromisso com a atividade maior do que qualquer outro. E se a segmentação surge, deve vir com profissionalismo, tal como já se acena em numerosas empresas, sindicatos de empregadores e empregados, entidades da sociedade civil e outras, que gradativamente profissionalizam seus departamentos de comunicação e de jornalismo. Nos parece que, assim, o mercado qualifica-se profissionalmente, respeita-se moralmente, proporciona a amplitude de conhecimento social sobre as coisas que se passam, no âmbito universal dos acontecimentos e na esfera particular de interesses sobre uma ou outra área de conhecimento ou ação.

UNIVERSALIDADE E DEMOCRACIA INFORMATIVA

Esse mercado não combina, contudo, com monopólio ou oligopólio, não combina com manipulação de informações ou troca de favores, não combina com a aplicação particular de juízos no exercício profissional.

O jornalismo é um só, não há dois. Os profissionais exercem jornalismo e não marketing, ou pelo menos assim deveria ser.

Como resolver alguns problemas éticos no jornalismo? Nos parece que devemos circular ao redor de dois eixos básicos: a democratização dos meios de comunicação, ampliando tanto a pluralidade e a diversidade de fontes quanto de propriedade – incluindo a segmentação e regionalização da produção – e a mudança da noção ética da profissão, mesmo na estrutura informativa atual, que envolve um compromisso moral radical do profissional jornalista com sua atividade. Isto requer, por exemplo, esmero profissional na apuração informativa, independente da questão salarial ou situação ideológica e política e, de outra parte, requer remuneração à altura da importância contemporânea da atividade, além, é claro, de viabilidade de cumprimento do número de pautas dentro da jornada de trabalho. São dois exemplos complementares para que possamos executar, minimamente, a ética profissional.

Há, também, medidas no campo do acordo moral, como um código único de ética. O problema é respeitá-lo e ter forças para executá-lo. Sabe-se que, formalmente, os códigos e manuais estão cheios de expressões como *isenção*, *independência*, *exatidão*, *imparcialidade*, *verdade dos fatos*. Mas a forma de alterar, consciente ou inconscientemente o conteúdo dessas expressões não está escrita: é

o jogo de gestos, ações clandestinas, conversas sigilosas. Mesmo assim, há dúvidas sobre expressões tão genéricas, como liberdade, responsabilidade, interesse público, que podem ter aplicações essencialmente particularistas, travestidas de interesse geral. por isso, junto a acordos morais, há a figura histórica da esfera jurídica. Quando se vive em democracia, não há porque deixar de utilizá-la, já que, teoricamente, não há excepcionalidade jurídica, mas julgamento. Assim, regulação profissional, direito de resposta e outras figuras podem e devem ser mantidas ou aperfeiçoadas, ou mesmo criadas.

Ao mesmo tempo, os códigos, referências formais, devem ser objeto de discussão permanente, tanto para serem interiorizados quanto questionados pelo profissional. O debate, nos parece, não pode ficar restrito à categoria dos jornalistas, uma vez que a realidade múltipla – objeto do jornalismo – interessa a todos os indivíduos, em cuja vida repercutem fatos ocorridos mesmo nas mais remotas regiões. É importante, portanto, que os setores que não estão diretamente envolvidos com a produção jornalística saibam como se movimenta o mundo da informação jornalística e de sua importância para o presente e futuro humanos. A profissão deve, portanto, ampliar o seu reconhecimento profissional, político e moral.

Há formas de conceber o mundo diferentemente, há maneiras de se relacionar e compreender a sociedade diferentemente. Há fatos e versões de fatos, há teorias e versões de teorias. No jornalismo, esta é a convergência na qual assentam-se as suas premissas. Ele é a busca desta diversidade e a janela pela qual todos nós podemos conhecer, de forma imediata e global, um pouco mais do outro, ou então um pouco diferente do que então achávamos, um pouco além do que se descortina à nossa frente.

O jornalismo pode caminhar, assim, para ser afinal um contrabandista ultrapassando as fronteiras políticas, econômicas, sociais, culturais: ultrapassando as fronteiras do conhecimento compartimentado ou sonogado, permitindo, mediante linguagem própria, a universalização imediata e democrática do conhecimento e dos fatos. Potencialmente permitiria, assim, mediante linguagem que só ele propicia, em escala planetária, conhecer como o Poder decide o futuro dos cidadãos, como a Ciência propõe nossos destinos, como a Arte engrandece a alma humana. Por isso, com esta perspectiva, com este contrabando, o que existe é o próprio contrabando do projeto da Liberdade.

Participar da construção desta prática profissional é reconhecer que o dia seguinte não é apenas reflexo espontâneo do anterior. Mas, para ser assim, é preciso que o dia anterior seja o presente que diz não a si mesmo, porque o mundo não é um dado factual para sempre nem a humanidade que nele habita. É algo construído pelas pessoas e, entre elas, jornalistas que, preocupados com sua atividade, sabem que a rebeldia e a desconfiança constituem eixos não teológicos, eixos de atuação que suspeitam de certezas prévias.

O conteúdo universalizados do jornalismo contribui para o projeto de conhecimento e liberdade humanos. Mas ele será plenamente mediado quando

pudermos, nas páginas dos jornais, nas imagens de TV, nos sons das emissoras de rádio, grandes ou pequenos, em grandes metrópoles ou pequenas cidades, em Recife ou Caruaru, em São Paulo ou Xapuri, em Paris ou Mogadiscio, em Ruanda ou na Bósnia, em Jerusalém ou Tripoli, como diria Adelmo Genro Filho, ver

*a realidade transbordando do conceito, a realidade se recriando e se diferenciando de si mesmo.*⁴

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- MALCOLM, Janet. *O jornalista e o assassino: uma questão de ética*. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.
- HUDEC, Vladimir. *O que é o Jornalismo*. Lisboa: Caminho, 1980, p. 64.
- WHITE, Robert. Factores sociales y políticos en el desarrollo de la ética de la comunicación. Revista *Diálogos de la Comunicación*, 1988, Lima, FELA-FACS, p. 79-101.
- GENRO FILHO, Adelmo. *O segredo da pirâmide*. Porto Alegre: Tchê!, 1987.

⁴ GENRO FILHO, Adelmo. *O segredo da pirâmide*. Porto Alegre: Tchê!, 1987, p. 212.