



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTE
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Wanja Nóbrega Cavalcante Gonçalves

**JORNALISTAS E MERCADO DE TRABALHO EM JOÃO PESSOA:
AUTORREPRESENTAÇÃO E A REPRESENTAÇÃO DO OUTRO
SOB O PRISMA DA ÉTICA**

João Pessoa (PB)

Julho de 2016

Wanja Nóbrega Cavalcante Gonçalves

**JORNALISTAS E MERCADO DE TRABALHO EM JOÃO PESSOA:
AUTORREPRESENTAÇÃO E A REPRESENTAÇÃO DO OUTRO
SOB O PRISMA DA ÉTICA**

Dissertação de Mestrado do Curso de Pós-Graduação em Jornalismo Profissional, para obtenção do Título de Mestre em Jornalismo Profissional pela Universidade Federal da Paraíba.

Orientador Prof. Dr. Valdecir Becker

João Pessoa (PB)

Julho de 2016

G635j Gonçalves, Wanja Nóbrega Cavalcante.
Jornalistas e mercado de trabalho em João Pessoa:
autorrepresentação e a representação do outro sob o prisma
da ética / Wanja Nóbrega Cavalcante Gonçalves.- João
Pessoa, 2016.
177f.
Orientador: Valdecir Becker
Dissertação (Mestrado) - UFPB/CCTA
1. Jornalismo. 2. Ética jornalística. 3. Mercado de trabalho.
4. Imprensa pessoense. 5. Crise no jornalismo.

UFPB/BC

CDU: 070(043)

Wanja Nóbrega Cavalcante Gonçalves

**JORNALISTAS E MERCADO DE TRABALHO EM JOÃO PESSOA:
AUTORREPRESENTAÇÃO E A REPRESENTAÇÃO DO OUTRO
SOB O PRISMA DA ÉTICA**

Dissertação de Mestrado apresentado à Banca Examinadora do Curso de Pós-Graduação em Jornalismo Profissional, da Universidade Federal da Paraíba, como exigência parcial para obtenção do Título de Mestre em Jornalismo Profissional.

Aprovado em: 29 de julho de 2016.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Valdecir Becker – Orientador – UFPB

Prof. Dr. José David Campos Fernandes – UFPB

Prof. Dr. Silvano Alves Bezerra da Silva – UFMA

Dedico este estudo a todos os colegas jornalistas que labutam nas redações dos veículos de imprensa de João Pessoa e que, apesar das decepções e dos percalços sofridos no dia a dia, quando do exercício da profissão, conseguem manter a paixão pelo fazer jornalístico e ainda são capazes de contar uma boa história.

AGRADECIMENTOS

Alguns agradecimentos se fazem necessários para reconhecer contribuições imprescindíveis para a realização deste estudo.

Ao professor Hildeberto Barbosa, pela inspiração e introdução no universo das reflexões éticas.

Ao professor Valdecir Becker, que ao longo dessa jornada foi muito mais do que um orientador, se tornando um parceiro na busca por caminhos que conduziram ao resultado final do trabalho.

Aos colegas Arthur Araújo, Felipe Silveira, Cristina Cavalcanti, Max Oliveira, Hellen Nascimento, Dina Melo e Maíra Vasconcelos, pelas longas discussões sobre ética no jornalismo.

Às amigas Adriana Bezerra e Pollyana Sorrentino, pela ajuda direta na coleta de dados da pesquisa de campo.

Aos colegas de labor espalhados pelas redações de João Pessoa, pela presteza em contribuir com suas respostas para a realização desta pesquisa.

Agradeço também ao professor e estatístico Thiago Formiga Jr, pela ajuda na tabulação dos questionários e auxílio com as normas técnicas.

Ao amigo Ramiro Bavier e à amiga Arlete Carvalho, pelo auxílio na revisão do texto final.

E, por fim, um agradecimento especial ao irmão Izaac Nóbrega, pelo estímulo e horas gastas em discussões sobre o tema; e ao meu marido José Luiz, pela paciência e apoio ao longo dessa jornada.

“O que observamos é a falta de compromisso ético, manifestada numa grande quantidade de casos grotescos, travestidos de matérias jornalísticas”.

(Rafael Freire, presidente do Sindicato dos Jornalistas Profissionais da Paraíba)

“Fazer jornalismo é correr. Mais rápido do que tudo. O tempo, portanto, não pode servir de justificativa para erros éticos”.

(Eugênio Bucci, jornalista e escritor)

RESUMO

Este estudo tem como objetivo imergir no mercado jornalístico de João Pessoa a fim de compreender a relação que os jornalistas têm com a ética. Outros objetivos são pretendidos, como entender a avaliação que esses profissionais fazem de si próprios, de seus pares e do mercado onde trabalham, sob a luz da ética. Conhecer esse cenário, investigando quem são os maiores empregadores de jornalistas na capital paraibana, quais os salários pagos e que relação esses patrões têm com as redações dos veículos que comandam, encerra os objetivos secundários. Para alcançar as pretensões almejadas fez-se necessário o uso de vários instrumentos de investigação, dos quais se destaca a pesquisa de campo, por meio de questionários e entrevistas. Os questionários foram formulados de maneira a perscrutar, por meio das experiências e avaliações pessoais dos respondentes, a lógica que rege esse mercado e que limites éticos – e técnicos – impõem a si mesmo quando do exercício da profissão. As entrevistas buscaram respostas junto a empregados e empregadores sobre o funcionamento de relação existente entre si e seus reflexos na imprensa pessoense. Compor o *corpus* teórico revelou-se um desafio à parte, quando da busca por enunciados que dialogassem com a pesquisa e auxiliassem na compreensão da trajetória que as reflexões éticas fizeram desde sua origem até a contemporaneidade, quando adquire características de normas deontológicas para categorias profissionais. A análise dos resultados mostrou que o jornalista pessoense é consciente de que o público local não tem a imprensa que precisa e/ou merece, posto que esta investe cada vez mais em programas sensacionalistas, nos quais a miséria humana é a pauta principal; revelou também que o jornalista é capaz de perceber com clareza os desvios éticos de seus colegas de profissão, mas não enxerga a si mesmo inserido nesse contexto. Assim, a avaliação profissional que faz de si é diferente da que faz do outro, se excluindo das responsabilidades éticas, incorrendo num fenômeno tratado pelas ciências sociais como “efeito espectador”. A pesquisa conclui que a ética relativizada e individualizada, presente nas relações de trabalho entre os jornalistas de João Pessoa, somada à perda de postos de trabalho, torna urgente e necessária a ampliação do diálogo entre a práxis do mercado jornalístico e o saber acadêmico, como forma de contribuir para se evitar a precarização do ensino nos cursos de comunicação, bem como a banalização e coisificação da prática jornalística.

Palavras-chave: Ética. Ética Jornalística. Mercado de Trabalho. Imprensa Pessoense.

Crise no Jornalismo.

ABSTRACT

The objective of this study is to become immersed in the journalism market of the city of João Pessoa in order to understand the relationship between journalists and ethics. Other objectives are also intended, such as understanding the assessment that these professionals make of themselves, of their peers and of the market in which they work, in the light of ethics. Comprehending this scenario, investigating who are the largest employers of journalists in the capital city Paraíba, the salaries paid and the relationships the employers hold with their editorial staff, make up the secondary objectives. To achieve these aims it was necessary to use various research tools, including field research through the use of questionnaires and interviews. The questionnaires were formulated to scrutinize, through the personal experiences and evaluations of the respondents, the logic which governs the market, and what ethical and technical limits the market imposes on itself. The interviews sought answers from both employees and employers on their working relationship and its effects on João Pessoa's press. Composing the theoretical corpus proved to be a particular challenge: searching for statements that assist in understanding the trajectory of the ethical reflections, from their origin to contemporary times, and to acquiring the characteristics of ethical standards for professional categories. The analysis of the results showed that the journalists of João Pessoa are aware that the local public don't have a press that they need and/or deserve, as it invests increasingly in sensationalist programs in which human misery is the main agenda; it also revealed that journalists are able to clearly perceive the ethical misconduct of their peers, but do not see themselves as involved in this context. Thus, the professional self-assessment is different to an assessment from others, excluding the ethical responsibilities, causing a phenomenon called in the social sciences as the "bystander effect". This study concludes that relativized and individualized ethics, present in the working relationship between the journalists of João Pessoa, coupled with the loss of jobs, makes it urgent and necessary to promote discussions that bring together the faculties of journalism as a way of avoiding the depletion of journalism courses and the subsequent decimation of the profession.

Keywords: Ethics. Journalism Ethics. Job Market. Press of João Pessoa. Crisis in Journalism.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Perfil dos respondentes.....	109
Tabela 2: Formação dos respondentes.....	109
Tabela 3: Você já leu algum código de ética.....	110
Tabela 4: Você já participou de discussões sobre ética profissional após sair da faculdade e ingressar no mercado de trabalho	111
Tabela 5: Das coisas que aprendi na Faculdade de Jornalismo, as únicas que foram úteis para o exercício da profissão foram as aulas práticas e mesmo assim com ressalvas, já que as técnicas ensinadas na faculdade são diferentes das exigidas pelo mercado.....	111
Tabela 6: Nunca li nenhum livro sobre ética, pois acredito que os teóricos gastam seu tempo observando o mercado apenas para fazer críticas àquilo que estamos fazendo diariamente e se estivessem em nosso lugar fariam o mesmo.....	111
Tabela 7: Usar a ética ou códigos de ética para limitar a atividade jornalística é o mesmo que tentar limitar a liberdade de imprensa. O jornalista deve divulgar aquilo que considera importante, de acordo com sua consciência, sem se autocensurar.....	112
Tabela 8: Você já recebeu recomendações diretas da empresa onde trabalha sobre qual linha editorial assumir em suas matérias.....	113
Tabela 9: Você já foi obrigado a agir em desacordo com suas convicções pessoais e/ou profissionais para atender aos interesses da empresa onde trabalha?	113
Tabela 10: Caso tenha respondido “sim”, o quanto isso lhe incomodou, numa escala de 0 a 5, sabendo que 0 é nenhum incômodo e 5 incômodo extremo?	114
Tabela 12: Os jornalistas formam uma categoria profissional unida, em que cada um contribui com o outro, por meio da troca de informações, para garantir a divulgação das notícias, tendo sempre o interesse público como prioridade.....	115
Tabela 13: Os jornalistas competem entre si para conseguirem se destacar no mercado profissional, valorizando os erros cometidos pelos colegas, usando para tanto os veículos onde atuam, transformando a busca por audiência numa verdadeira guerra, onde vale qualquer artifício para vencer a concorrência, inclusive ataques pessoais contra colegas.	115

Tabela 14: Não existe nenhum conflito ético no fato de um mesmo profissional trabalhar em um órgão público e em um veículo de comunicação. Na verdade, as atividades acabam se complementando.	116
Tabela 15: É comum jornalistas usarem sua profissão para conseguirem vantagens, como acesso gratuito a shows e outros eventos, evitar filas em bancos, ganharem brindes de empresas, etc.....	116
Tabela 16: Os jornalistas têm tanta estima pelas suas opiniões que não se omitem em expressá-las, mesmo quando podem estar julgando precipitadamente um indivíduo ou uma instituição, sem se preocuparem com o prejuízo que isto pode causar à imagem de tal indivíduo ou instituição.	116
Tabela 17: O jornalista é comumente cortejado por pessoas com poder econômico, social ou político e acaba se deslumbrando com essas relações e esquecem a função social, mediadora e educadora da profissão.	117
Tabela 18: O jornalista se coloca acima do cidadão comum, pois sabe que sempre terá como defesa o discurso de que calá-lo é atentar contra a liberdade de imprensa.	117
Tabela 19: Muitos jornalistas fazem carreira apresentando ao público opiniões que não são legítimas, apenas para satisfazer ao clamor popular e, assim, conseguirem projeção pessoal, que redundará em alguma forma de lucro.....	117
Tabela 20: Na busca pela audiência, os jornalistas transpõem os limites éticos e até legais, uma vez que divulgam nomes e imagens de vítimas de estupro, de menores infratores e apresentam suspeitos de crimes como se estes já fossem condenados....	118
Tabela 21: A velocidade com a qual os jornalistas são obrigados a produzirem suas matérias faz com que as notícias sejam publicadas sem que as informações tenham sido checadas. Ou seja, a rapidez é mais valorizada do que a preocupação com a veracidade dos fatos.....	118
Tabela 23: Para obter audiência rápida e fácil, o jornalista deixa de lado as notícias que são de interesse público para satisfazer a curiosidade perversa do público, por isso existem tantos programas e noticiários com a temática policial.	122
Tabela 24: O público hoje não é mais tão crédulo e não acredita em tudo que os jornalistas publicam, muitas vezes desmentindo-os nas redes sociais.	122
Tabela 25: É legítimo usar o interesse do público como justificativa para divulgação	

de notícias escritas em linguagem vulgar, com imagens de mau gosto (nudez, sangue, bizarrices).	122
Tabela 26: O jornalismo vem sofrendo mudanças na produção de notícias por que o público não tem interesse em ver ou ler nada em profundidade. Ou seja, o mercado está dando aquilo que o público quer.....	123
Tabela 27: O mercado jornalístico está em transformação e quando este processo for concluído teremos uma imprensa mais comprometida com sua responsabilidade social.....	124
Tabela 28: De maneira geral, estou satisfeito em relação à ética dos jornalistas no mercado jornalístico de João Pessoa.....	125
Tabela 29: Você acredita que em João Pessoa o público tem a imprensa que precisa?	125
Tabela 11: Você usa depoimentos de fontes oficiais, sem me preocupar em contrapô-las, uma vez que esta responsabilidade cabe à própria fonte, que deve ser responsável por aquilo que diz em entrevistas.....	127
Tabela 22: Os jornalistas pessoenses usam depoimentos de fontes oficiais, sem se preocuparem em contrapô-las, uma vez que esta responsabilidade cabe à própria fonte, que deve ser responsável por aquilo que diz em entrevistas.	127

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	15
2 PERCURSO METODOLÓGICO.....	21
2.1 Pesquisa bibliográfica	23
2.2 Entrevista	25
2.3 Questionário.....	27
2.4 Análise e interpretação dos dados	29
3 REFERENCIAL TEÓRICO	31
3.1 Inobservância de princípios éticos.....	34
3.2 A ética e seus desdobramentos	41
3.2.1 <i>Ética Grega</i>	<i>44</i>
3.2.2 <i>Ética Cristã.....</i>	<i>46</i>
3.2.3 <i>Ética Moderna ou Iluminista.....</i>	<i>49</i>
3.2.4 <i>Ética Contemporânea.....</i>	<i>53</i>
3.2.4.1 Existencialismo	58
3.2.4.2 Pragmatismo	59
3.2.4.3 Psicanálise.....	60
3.2.4.4 Marxismo	61
3.2.4.5 Neopositivismo e Filosofia Analítica	63
4 ÉTICA PROFISSIONAL.....	66
4.1 Ética da Responsabilidade.....	69
4.2 Ética do Comprometimento	70
4.3 Ética no Jornalismo.....	72
4.4 Códigos Deontológicos	80
5 MERCADO JORNALÍSTICO DE JOÃO PESSOA.....	86
5.1 A crise do emprego.....	87

5.1.1 Ingresso no mercado de trabalho.....	92
5.2 Onde estão os empregos.....	97
5.2.1 O mercado das assessorias de imprensa.....	99
5.3 O negócio do jornalismo em João Pessoa.....	103
6 RESULTADO DA PESQUISA.....	106
6.1 Perfil dos jornalistas de João Pessoa	109
6.2 Relação com a Ética	110
6.3 Relação do jornalista com a empresa/empregador	113
6.4 Como jornalistas enxergam jornalistas.....	115
6.5 Em nome da audiência.....	122
6.6 Visão do mercado jornalístico.....	124
6.7 Dois pesos, duas medidas.....	126
6.8 A ética dos patrões, a ética dos empregados	130
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS E RECOMENDAÇÕES.....	132
REFERÊNCIAS.....	133
APÊNDICES	148

1 INTRODUÇÃO

Analisar a relação do jornalista pessoense com a ética, bem como sua postura pessoal diante das exigências da empresa onde trabalha e a interação que tem com seus colegas de profissão e, por conseguinte, com o seu mercado profissional, é a proposta desta dissertação. Entender que limites morais e/ou éticos esse jornalista impõe a si mesmo quando do exercício da profissão e o que pensa sobre a *práxis* jornalística local são algumas das respostas perseguidas.

O objetivo maior deste estudo é entender como o jornalista pessoense avalia a prática profissional – sua e de seus colegas – sob o prisma da ética. Outros objetivos almejados são conhecer quem são os profissionais que trabalham nas redações; identificar os maiores empregadores de jornalistas na capital paraibana, a média dos salários pagos e o nível de interferência que fazem na linha editorial dos veículos; averiguar como a ética é interpretada por patrões e empregados; examinar como a baixa na oferta de empregos inibe as reflexões éticas; e, por fim, propor a ampliação do debate sobre a ética jornalística.

Não é de hoje que o jornalismo sofre duras críticas de estudiosos da ética. O caso da Escola de Base, ocorrido em 1994, tornou-se uma espécie de símbolo do estrago que o mau jornalismo é capaz de causar. Desde então, vários autores utilizam episódios ocorridos nas redações mundo afora para apontar desvios que tornam a postura de profissionais da imprensa questionável, especialmente sob a perspectiva da ética. Malcolm (2011) afirmou que um jornalista minimamente inteligente deve se saber moralmente indefensável, uma vez que age apenas por interesse próprio; Carr (2012) chama seus pares de “eunucos morais” e diz que torcem sempre pelo pior; Marcondes Filho (2000, p. 132) ponderou que “Pior que ser anônimo, é ser um jornalista de má fama”; Elliot (1996) já havia dito que parte do problema ético do jornalismo é o desconhecimento da população em relação às responsabilidades do jornalista; e Bucci (2000) embasa suas críticas elencando todos os erros cometidos por jornalistas possíveis de serem acomodados em um livro de 256 páginas.

Os casos que motivam os autores brasileiros a falar sobre ética ocorrem, geralmente, nos maiores centros urbanos e comerciais, onde se concentram os grandes veículos de imprensa, e a capital paraibana não está inserida neste rol. Talvez por isso inexistam trabalhos que avaliem o exercício ético entre os profissionais de jornalismo na cidade. Entretanto, a partir da observação e interação com jornalistas que estão nas redações locais, é possível perceber com certa facilidade que eles próprios são muito

críticos em relação aos colegas de batente e têm consciência do rumo indesejado que o jornalismo local escolheu trilhar. Este trabalho se propõe a transformar essas críticas em objeto de estudo, de maneira a captar o olhar que o jornalista tem de si próprio, de seus pares, do seu empregador e da *práxis* jornalística.

A escolha, seleção ou hierarquização dos conteúdos que ocupam os noticiários, sejam na televisão, no rádio, nos impressos ou na internet, passam por filtros, cujas teorias do jornalismo tentam explicar e dar sentido. Bertrand (1999) observa que é pelo fato de a imprensa ser ao mesmo tempo uma indústria, um serviço público e uma instituição política que as pautas são definidas. Mas Sérgio Luiz Gadini complementa que nesse contexto é o jornalista quem tem entre suas funções diárias a seleção daquilo que será noticiado e que ganhará tempo ou espaço nos noticiários.

De toda forma, diante de uma gama crescente de informações, os profissionais do jornalismo precisam, inevitavelmente, “exercitar” sua condição de selecionar, hierarquizar, excluir e incluir na edição do dia seguinte os assuntos que... serão editados e terão destaque no caderno de cada edição diária (GADINI, 2007, p.87).

Assim, independentemente dos interesses da empresa, é o jornalista que opera na redação quem tem o poder de escrever sobre os fatos que serão apresentados ao público na forma de notícias, definindo também a forma e os apelos estéticos que tais fatos receberão para terem maior ou menor importância diante do público. Em seu livro *Pragmática do jornalismo - buscas práticas para uma teoria da ação jornalística*, Manuel Chaparro, ainda em 1994, observa que as redações estão apinhadas de profissionais que escrevem cada vez mais sobre fatos que não presenciaram e sobre temas que não dominam, necessitando de outras fontes para interpretar tais fatos e temas. Por isso, é cada vez mais comum ver os espaços noticiosos ocupados com fontes empresariais e institucionais. O jornalista depende dessas fontes e essas fontes geradoras de fatos dependem do jornalista. “O problema é que, nesse ajustamento de conveniências, o jornalismo frequentemente se reduz a algumas técnicas usadas como ferramentas de propaganda, para servir a interesses particulares – às vezes, dos próprios jornais e jornalistas” (CHAPARRO, 1994, p.73).

Em tempos de abundância de informações e agentes geradores de fatos, a tarefa de escolher o que será notícia está se tornando cada vez mais difícil, dada não apenas à imensa quantidade de informações que surge por todos os lados, especialmente por meio da internet – *sites*, *blogs* pessoais, redes sociais, portais oficiais –, mas também pela disputa por audiência. Apesar do cenário jornalístico e tecnológico diferente, pode-se trazer ao

presente trabalho a análise de Marcondes Filho, quando em 1986 afirma que a solução encontrada pelo jornalista é simples, uma vez que o valor atribuído a uma informação que será transformada em notícia está mais relacionado com as normas do mercado do que com qualquer outro tipo de subjetividade.

Notícia é a informação transformada em mercadoria com todos os seus apelos estéticos, emocionais e sensacionais; para isso a informação sofre um tratamento que a adapta às normas mercadológicas de generalização, padronização, simplificação e negação do subjetivismo (MARCONDES FILHO, 1986, p. 13).

Seguindo essa lógica, os operários das redações estão utilizando técnicas próprias para conseguir sobreviver no mercado e vencer seus concorrentes. Tais técnicas estão cada vez mais distantes dos princípios básicos do jornalismo ensinado nas faculdades, incluindo os princípios éticos que regem a profissão. O interesse público – traduzido como aquilo que o público tem o direito de saber – é usado como justificativa para apresentação de conteúdos que ignoram até mesmo princípios legais e causam danos à honra e à imagem de pessoas e instituições. Quanto a isso, Marcondes Filho (1986) pontua que a lógica utilizada é bastante simples, sendo necessário apenas “separar a informação prática, ou seja, vendável, facilmente assimilável, do conjunto mais amplo de fatos e dados culturais” (Marcondes Filho, 1986, p. 23-24). Dessa maneira, o jornalista tende a incorrer, invariavelmente, em falhas, cujo maior prejudicado é o público/consumidor de notícias.

Para chegar às aduções desta dissertação, fez-se necessário um levantamento de informações, possível apenas por meio de pesquisa de campo que envolveu aplicação de questionários e realização de entrevistas. Diante da impossibilidade de precisar o número de jornalistas ativos na cidade de João Pessoa, tomamos como base o número fornecido pelo Sindicato dos Jornalistas da Paraíba, de 1.050 profissionais de imprensa filiados à entidade em todo o Estado, não sendo possível distinguir quantos trabalham em João Pessoa. Assim, foram selecionados 201 jornalistas que ocupam diferentes funções nos principais veículos de imprensa da cidade como amostragem para compor o *corpus* empírico desta pesquisa, correspondendo a 19% do total, mesmo interessando apenas os que laboram na Capital, elevando o percentual da amostra para um número desconhecido. A pesquisa foi complementada por entrevistas estruturadas realizadas com empresários que comandam os sistemas de comunicação local, na qualidade de empregadores e patrões, e jornalistas que falaram sobre suas experiências pessoais e perspectivas profissionais.

A pesquisa mostra um mercado profissional em crise, com a perda de vários postos de trabalho. Nesse cenário, as reflexões éticas tornam-se ainda mais escassas. Mesmo assim, a imensa maioria dos falantes acredita que os jornalistas pessoenses se desencaminham das boas práticas jornalísticas e o fazem de maneira consciente, para obter vantagens pessoais. Outra constatação deste estudo é o olhar díspar que o respondente tem de si mesmo e dos outros quanto às práticas profissionais e aos desvios da ética. O “eu, jornalista” é mais bem avaliado do que “eles, jornalistas”.

Uma confirmação da pesquisa de campo é quanto à remuneração dos jornalistas pessoenses. Um terço dos profissionais tem jornadas de trabalho extenuantes, exercendo funções diferentes em mais de uma empresa. Essa sobrecarga diária de trabalho pode ser justificada pela baixa remuneração, visto que o piso salarial para todo o Estado da Paraíba é de R\$ 1.649,20 (FENAJ, 2015)¹ e, não raro, empresas e instituições ofertam remuneração abaixo do piso. Além disso, o mercado de trabalho local é escasso, com postos de trabalho limitados, sendo disputados por número de jornalistas cada vez maior. Grande parte dos empregos está concentrada em dois grupos de comunicação, a saber: Sistema Correio de Comunicação, com seis veículos de imprensa em João Pessoa; e o Sistema Paraíba de Comunicação, com quatro redações de meios noticiosos na cidade.

O recorte geográfico desta pesquisa é a cidade de João Pessoa, capital do Estado da Paraíba. Essa delimitação considerou a viabilidade da pesquisa, posto que a pesquisadora e a universidade mantenedora deste Programa de Pós-Graduação estão sediadas na mesma cidade onde a pesquisa foi realizada.

Com este estudo pretende-se deslindar “que ética rege o mercado jornalístico em João Pessoa?”. A pesquisa aponta para duas hipóteses. A primeira, para uma ética relativizada, em que os fins justificam os meios e o interesse público é distorcido e usado como argumento para chancelar a má qualidade dos produtos jornalísticos; a segunda, para uma ética individualizada, em que cada um identifica e aponta as falhas do outro, sendo incapaz de perceber-se como parte do mercado que condena.

Longo percurso metodológico, com a contribuição de várias coordenadas, fez-se necessário para se chegar aos resultados deste estudo. Dentre as técnicas de pesquisa utilizadas, merecem destaque os estudos exploratórios, que, conforme Tomasi e Yamamoto, possibilitam ao pesquisador ampliar sua experiência relacionada ao tema.

¹ FENAJ. Pisos Salariais Atuais. Disponível em: <http://fenaj.org.br/sindicatos/convencoes-e-acordos-coletivos/pisos-salariais-atuais/>. Acesso em 22 de outubro de 2015.

“Então, planeja um estudo exploratório para encontrar os elementos necessários que lhe permitam, em contato com determinada população, obter os resultados que deseja” (1999, p. 21). A pesquisa qualitativa também compôs os procedimentos investigativos. Conforme Moreira (2002), esse tipo de pesquisa permite a imersão do pesquisador no universo pesquisado, como forma de ter uma melhor compreensão dos informantes. O fato de a pesquisadora ser jornalista em atividade no mercado de trabalho de João Pessoa possibilitou o uso de outra ferramenta de investigação, a observação participante, explicada assim por Moreira: “uma estratégia de campo que combina ao mesmo tempo a participação ativa com os sujeitos, a observação intensiva em ambientes naturais, entrevistas abertas informais e análise documental” (MOREIRA, 2002 p. 52).

Para fundamentar este estudo foi revista a multiplicidade de conceitos e conotações diferentes para a ética, dado que, em concordância com Gomes (2002), a ética pode se referir a padrões de conduta aos quais se possa atribuir dignidade; relacionar-se com exploração filosófica ou a um conjunto de normas ponderadas; ter conotação de relatividade de valores; ser vinculada à noção de conjunto de valores que devem ser respeitados; ou associada a códigos deontológicos que impõem observância ao conjunto de valores instituídos.

Esta pesquisa compartilha das inquietações de Bucci (2000) quanto à aversão dos jornalistas em discutir sobre ética – ou mesmo códigos deontológicos. De acordo com o autor, essa indisposição tem relação com a história recente do Brasil. Durante décadas de ditadura militar, os órgãos de censura se intrometeram nas redações e puniram com rigor jornais e jornalistas, sempre em nome da ética e da moral. Dessa forma, ética passou a ser vista como uma interferência negativa, proibitiva, contrária à liberdade de imprensa. E acrescenta: “A atitude automática, ato reflexo, de torcer o nariz para o tema é, antes de tudo, coerente com a tradição da cultura política brasileira. Esta não prima por valores universais nem cultiva critérios impessoais e objetivos na vida profissional e na vida política” (BUCCI, 2000, p. 29).

O presente trabalho está organizado em sete capítulos. O primeiro e o último, naturalmente, são destinados à introdução e às conclusões, respectivamente; o segundo apresenta o percurso metodológico necessário para obter os resultados pretendidos; o terceiro, as referências teóricas, com a identificação dos autores e estudos fundamentais para compor o *corpus* da pesquisa; o quarto capítulo é composto pelos desdobramentos das discussões éticas relacionadas ao exercício laboral, chegando à ética jornalística; o quinto é dedicado ao mercado de trabalho em João Pessoa, mostrando um panorama geral sobre

vagas de trabalho, média de salários pagos, interferências dos patrões nas redações e perfil dos profissionais que nelas atuam; e no sexto capítulo são apresentados as análises e resultados da pesquisa.

2 PERCURSO METODOLÓGICO

O *corpus* da pesquisa é composto pelos documentos identificados como fontes importantes para a fundamentação do texto final (Bauer e Aarts, 2002). Para conseguir alcançar os objetivos pretendidos com este estudo, a preocupação inicial foi quanto à definição da metodologia a ser aplicada, respeitando as particularidades da atividade jornalística entendendo a chancela de pesquisa científica, cujos procedimentos pudessem ser repetidos por outros pesquisadores para chegar a resultados semelhantes. Assim, o *corpus* foi construído a começar da escolha dos autores que fundamentam o estudo, encerrando com a coleta de dados, por meio da aplicação de questionários e entrevistas, que permitiram reunir evidências empíricas. Os dados coletados foram fundamentais a fim de contextualizar os falantes com suas rotinas laborais e seu mercado de trabalho.

Esse caminho se mostrou preciso, pois “toda pesquisa social empírica seleciona evidências para argumentar e necessita justificar a seleção que é a base de investigação, descrição, demonstração, prova ou refutação de uma afirmação específica” (Bauer e Aarts, 2002, p.39). A massa de dados foi obtida com técnicas de pesquisa de natureza qualitativa e quantitativa, ambas necessárias a o estudo do fenômeno proposto: a avaliação que o jornalista pessoense faz de si mesmo, de seus pares e do seu ambiente laboral.

Como o tema central do estudo é a ética, a construção da base teórica teve início com a escolha de autores que se debruçaram sobre o assunto. Por se tratar de temática bastante abrangente, cujas reflexões originam-se ainda na Grécia Antiga, filtrar os autores cujos trabalhos são reconhecidos, tanto no Brasil quanto no exterior, requereu longas horas de pesquisa em *sites* de buscas especializados, utilizando indicadores, como número de citações em outros trabalhos, contexto das citações e contraponto das citações. Naturalmente, a primeira seleção de referências levou em consideração autores e obras relevantes e que embasam as discussões éticas do jornalismo nas academias.

Para mensurar a dimensão dessa etapa inicial do trabalho, no dia 17 de maio de 2015 foram feitas pesquisas no *site* de buscas *Google Acadêmico* utilizando a palavra “ética”, quando foram apresentados 1.360.000 resultados. Em seguida, refinando a busca, foram usadas as palavras “ética+grega”, com 56.700 resultados; ética+medieval, com 67.900 resultados; “ética+cristã”, com 48.100 resultados; “ética+moderna”, com 538.000 resultados; “ética+contemporânea”, com 20.400 resultados; “ética+jornalismo”, com 38.800 resultados; e “relativismo+ética”, com 38.800 resultados. Outras pesquisas foram

realizadas no mesmo *site*, bem como no *Portal de Periódicos da Capes*², *Scielo*³ *Directory of Open Access Journals* (DOAJ)⁴ e *Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações* (BDTD)⁵.

Esse rastreamento apresentou como efeito colateral um volume de documentos impossível de ser assimilado, exigindo seleção pragmática para tirar o maior proveito dos autores cuja ética é sua linha prioritária de pesquisa, dispensando as leituras que não fossem essenciais para a base teórica deste trabalho. Conforme orientação de Galisson e Coste (1983), foram delimitadas as dimensões do *corpus* de acordo com os objetivos propostos, sabendo que várias ponderações a respeito do tema foram desconsideradas, pois não seria possível compor um *corpus* exaustivo, que é assim chamado “quando compreende todos os enunciados característicos. E é chamado seletivo quando compreende apenas uma parte desses enunciados” (GALISSON e COSTE, 1983, p. 169).

A preocupação com a escolha das técnicas de pesquisa exigiu também suporte de literatura sobre métodos de pesquisa em comunicação, bem como em outras áreas do conhecimento, sendo necessário um híbrido entre diversas modalidades de ferramentas de investigação reconhecidas. Além da revisão de literatura, foram usados métodos procedimentais como entrevistas e observação participante, dando à pesquisa tons de levantamento descritivo qualitativo, que, segundo Chizzotti (2003, p.221), assumem “multiparadigmas de análise”. No entendimento de Gil (*apud* Beuren, 2003), a pesquisa descritiva tem como principal objetivo descrever características de determinada população ou fenômeno e “uma de suas características mais significativas está na utilização de técnicas padronizadas de coletas de dados”. Marconie Lakatos (1999) complementa que a pesquisa descritiva “preocupa-se em observar os fatos, registrá-los, analisá-los, classificá-los e interpretá-los, e o pesquisador não interfere neles. Assim, os fenômenos do mundo físico e humano são estudados, mas não são manipulados pelo pesquisador” (MARCONI e LAKATOS *apud* BEUREN, 2003, p. 81).

Segundo o conceito de levantamento – ou *survey* – de Gil (1999) e Babbie (2003), este estudo possui alguns traços, como a interrogação dos indivíduos cujo fenômeno se deseja conhecer, associado à análise qualitativa que permita uma conclusão a respeito dos dados coletados. “A pesquisa de levantamento pode ser resumida em uma coleta direta de dados via entrevista, pois se obtém opiniões em relação ao assunto diretamente com o

²<http://www.periodicos.capes.gov.br/>

³<http://www.scielo.org/php/index.php>

⁴<https://doaj.org/>

⁵<http://migre.me/rQfBL>

indivíduo entrevistado, de uma população previamente estabelecida na pesquisa” (Gil, 1999, p.70). “*Surveys* são frequentemente realizados para permitir enunciados descritivos sobre alguma população, isto é, descobrir a distribuição de certos traços e atributos” (BABBIE, 2003, p. 96).

O fato de a pesquisadora ser jornalista e estar inserida no mercado de trabalho de João Pessoa, mantendo relações profissionais e até pessoais com parte dos entrevistados, dá à pesquisa, ainda, caráter de pesquisa participante, posto que neste procedimento metodológico o próprio pesquisador, em algum momento, compõe o objeto de estudo.

A pesquisa participante caracteriza-se pela interação entre os pesquisadores e os membros das situações investigadas, porém não é exigida uma ação por parte das pessoas ou grupos especificados na pesquisa. O tema escolhido deve indicar, de partida, a fundamentação teórica que orientará uma pesquisa em que os indivíduos a serem observados passam a constituir, eles próprios, o objeto máximo de estudo. (BEUREN, 2003, p. 90)

2.1 Pesquisa bibliográfica

É parte obrigatória de qualquer pesquisa a revisão de literatura e, portanto, desnecessário apresentá-la como parte do percurso metodológico. Entretanto, dada à amplitude de possibilidades de leituras, alguns pontos precisam ser explicados para que se compreenda a intenção da autora. Todo material selecionado foi submetido a uma hierarquização de conteúdos, para então se estabelecer um plano de leitura. Em seguida, feito fichamento e – em alguns casos – resenhas para facilitar o entrosamento entre as reflexões dos autores e da pesquisadora. Beuren (2003) afirma que o pesquisador deve familiarizar-se com trabalhos anteriores da área de seu estudo. Isso pode “ajudar o estudante a conhecer o que foi produzido de importante sobre o objeto da pesquisa” (Beuren, 2003, p. 87). Em outras palavras, a pesquisa bibliográfica permite que o estudante exponha em seu próprio trabalho as ideias já apresentadas sobre tema de sua pesquisa. Stumpf (2005) definiu que o

(...) planejamento global inicial de qualquer trabalho de pesquisa que vai desde a identificação, localização e obtenção da bibliografia pertinente sobre o assunto, até a apresentação de um texto sistematizado, onde é apresentada toda a literatura que o aluno examinou, de forma a evidenciar o entendimento do pensamento dos autores, acrescido de suas próprias ideias e opiniões (STUMPF, 2005, p. 51).

Vem de Beuren (2003) a orientação de que, dependendo do tema da pesquisa, poucos autores são suficientes para dar o suporte necessário, alertando que outros assuntos

necessitam de revisão bibliográfica mais ampla, especialmente quando o tema sugere interpretações contraditórias. Esta pesquisa se enquadra na segunda opção apresentada pelo autor, uma vez que se propõe a apresentar o surgimento e o longo percurso que as reflexões sobre a ética tiveram desde a Grécia de Sócrates, Platão e Aristóteles, até os dias de hoje, mostrando, inclusive, a multiplicidade de discussões propostas, onde a ética recebeu conceitos e conotações diferentes.

Os primeiros autores fichados para a sustentação teórica deste trabalho têm suas obras focadas nas discussões sobre ética no jornalismo, imprescindíveis para compreender como os jornalistas são avaliados enquanto produtores de notícias. Foram dez autores eleitos, sendo cinco brasileiros, com trabalhos voltados para ponderações sobre a ética e o fazer jornalístico em território nacional, sendo eles: Eugênio Bucci, Francisco Karam, Marcondes Filho, Cláudio Abramo e Bernardo Kucinski; outros cinco autores são norte-americanos e europeus, cuja relevância de seus trabalhos é comprovada por diversas traduções para outros idiomas, além de nortear discussões em universidades brasileiras e embasarem novos estudos. São eles: Deni Elliott, Claude-Jean Bertrand, Daniel Cornu, J. Edward Gerald e H. Eugene Goodwin. A partir desses estudiosos, outras leituras se fizeram necessárias e o leque de discussões do tema foi ampliado.

Para fundamentar os caminhos que as discussões éticas percorreram até a contemporaneidade foi necessário, ainda, (re) fazer leituras de autores clássicos, desde Aristóteles até Kant, passando por Tomaz de Aquino, Sartre, Nietzsche, Leonardo Boff, Marilena Chauí, Rousseau, Maquiavel, Habermas, Kierkegaard, Foucault, Sánchez-Vásquez, Freud e muitos outros.

Aqui um esclarecimento se torna preciso. Esses pensadores, apresentados neste estudo por meio da síntese de seus principais trabalhos, contribuem para a percepção de como o homem e suas relações com o outro são revisadas a cada período histórico. Tal percepção é contraposta, corroborada, complementada ou até mesmo desconsiderada a partir do surgimento de cada nova corrente de pensamento. Não houve aqui a intenção de procurar traços comuns dos juízos éticos entre tais pensadores, o que seria uma tarefa impossível. O objetivo foi apresentá-los de maneira enciclopédica, mostrando como enxergam o homem e suas motivações. Isso se fez necessário posto que a ética tratada reflete antes da ação do homem enquanto ser social.

Em alguns casos, não se fez leitura direta da obra, mas de trabalhos (livros, dissertações e teses) cujos objetos de análise foram as obras desses autores. Nem todas as leituras foram referendadas na fundamentação teórica, mas foram de vital importância para

o entendimento da extensão do tema em estudo, visto que o assunto é praticamente inesgotável em todos os momentos da história, mesmo antes dos estudos éticos serem formalizados.

Uma preocupação surgiu a partir da advertência de Beuren (2003) quanto à organização e amplitude do texto que fundamenta o trabalho. Percebeu-se a necessidade de organizar o capítulo por seções e subseções, de maneira que as ideias estejam desencadeadas de forma coerente com a proposta do estudo. A fundamentação teórica não é um item isolado do trabalho, mas conecta-se com os demais capítulos, especialmente para calçar o objeto da pesquisa. “Sob pena de, quando da interpretação dos dados coletados, não ser viável o relacionamento dos dados empíricos com os fundamentos teóricos apresentados” (Beuren, 2003, p. 69). Entretanto, a fundamentação teórica não esgota as referências do trabalho. Ao longo de todos os capítulos, novos autores foram somados aos diálogos, para corroborar ou contrapor as ideias apresentadas. Mello (2006) defende que os pressupostos teóricos devem ser suficientes para justificar a relevância da pesquisa e, “dessa forma, os dados apresentados devem ser interpretados à luz das teorias existentes” (MELLO, 2006, p. 86).

2.2 Entrevista

A entrevista tem se mostrado importante ferramenta de coleta de dados, especialmente em estudos que envolvem observação e que pretendem entender fenômenos vivenciados por determinado recorte da sociedade. Conforme Oliveira (2010), a entrevista pode ser classificada em três tipos: estruturada (coleta de dados controlada, com formulação de questões precisas); aberta (sem questões pré-determinadas, semelhante à conversa) e semi-estruturada (apresenta tópicos e permite respostas subjetivas). Essa última é considerada por Duarte (2004) a melhor opção, por reunir as vantagens das duas anteriores. O autor justifica o uso da entrevista como ferramenta, especialmente quando existe o desejo ou necessidade de mapear práticas, crenças ou valores de universos sociais específicos e delimitados e onde conflitos e contradições não são explícitos. Por meio de entrevistas é possível “descrever e compreender a lógica que preside as relações que se estabelecem no interior daquele grupo, o que, em geral, é mais difícil obter com outros instrumentos de coleta de dados” (DUARTE, 2004, p. 215).

Os dados utilizados para desenhar o mercado de trabalho para jornalistas na cidade de João Pessoa, sob o ponto de vista dos proprietários dos veículos de comunicação que

compõem este mercado e dos próprios jornalistas, foram obtidos por meio de entrevistas em profundidade, quando os atores selecionados obedeceram a um critério de conhecimento e vivência no assunto, sendo esta uma das principais características dessa ferramenta de pesquisa. Conforme Duarte (2005), essa modalidade de entrevista “é uma técnica qualitativa que explora um assunto a partir da busca de informações, percepções e experiências de informantes para analisá-las de forma estruturada” (Duarte, 2005, p.62). E Gil (1999, p.117) completa: “é a técnica em que o investigador se apresenta frente ao investigado e lhe formula perguntas, com o objetivo de obtenção dos dados que lhe interessam a investigação”. As entrevistas vão além de perguntas e respostas, mas é por meio delas que se torna possível uma compreensão rica das opiniões, valores, atitudes e expectativas dos entrevistados frente ao tema abordado.

São cinco os pré-requisitos apresentados por Duarte (2004) para a realização de uma boa entrevista. Primeiro, não basta ter o objetivo bem definido. É necessário que este esteja introjetado na mente do pesquisador e não apenas no papel; segundo, que conheça com alguma profundidade o contexto do objeto investigado; terceiro, segurança no tema para evitar invalidar a entrevista; quarto, autoconfiança para se impor com segurança ao entrevistado; e, quinto, evitar excesso de formalidade, para não obter respostas igualmente formais e com riscos de serem respostas institucionalizadas.

Seguindo as recomendações de Richardson (1999, p.216), quando afirma que “toda entrevista precisa de uma introdução, que consiste, essencialmente, nas devidas explicações e solicitações exigidas por qualquer diálogo respeitoso”, foi acrescida às entrevistas e questionários uma contextualização para que o falante entendesse a importância de sua participação no processo, além da garantia de que suas informações seriam utilizadas exclusivamente para fins acadêmicos. No caso dos jornalistas entrevistados por meio de questionários, foi-lhes assegurado, ainda, o anonimato.

Certamente, entrevistas e questionários são instrumentos de coleta de dados bastante usuais em pesquisa na área das Ciências Sociais. Mas, Ribeiro (2008) chama a atenção para as desvantagens desses instrumentos. O questionário apresenta como pontos fracos a impossibilidade de comprovar as respostas; a dificuldade em interpretar as questões abertas; a possibilidade de respostas influenciadas por desejo de nivelamento; restrição de leitura para o pesquisador; e ambiguidades de algumas questões. Quanto às entrevistas, além de demandarem muito tempo, têm como principal desvantagem não garantir o anonimato do falante ao entrevistador, o que pode influenciar nas respostas. Com base nesse alerta, as peças elaboradas para aplicação junto ao entrevistado tiveram como

meta obter respostas que, mesmo diante de tais desvantagens, não comprometessem a qualidade da pesquisa.

2.3 Questionário

O questionário utilizado para constituir o *corpus empírico* deste estudo é composto por 37 questões, divididas em blocos. As primeiras questões são dirigidas à formação do perfil dos respondentes, por meio de informações como idade, gênero e tempo de profissão. Outras questões buscam perscrutar a relação do pesquisado com o tema central da pesquisa, a ética profissional, por meio de suas experiências pessoais e de suas impressões sobre o *modus operandi* dos colegas de profissão. Todo o questionário foi planejado objetivando obter respostas sobre a relação dos profissionais com as questões éticas, seu nível de satisfação pessoal para com a profissão, a imagem que têm da imprensa pessoense – logo, de si mesmos e de seus pares – e, ainda, que limites impõem a si mesmos quando do exercício de suas atividades profissionais cotidianas. O que se procurou aferir foi o posicionamento individual dos entrevistados, que representam o todo dos profissionais que atuam no mercado jornalístico de João Pessoa, diante das questões corriqueiras nas rotinas de trabalho.

As informações reunidas por meio do questionário ajudarão a desenhar a realidade do mercado jornalístico de João Pessoa para, então, entendermos como a ética se insere nessa realidade. Segundo Gil (1999), esse recurso apresenta vantagens para a investigação da pesquisa que não poderiam ser obtidas por outro meio, entre elas, “não expõe os pesquisadores à influência das opiniões e do aspecto pessoal do entrevistado” (p.129). Quanto ao índice de rejeição ao questionário, Marconi e Lakatos (1999) apresentam uma estatística nada animadora para o pesquisador, de que em torno de 25% dos questionários aplicados são devolvidos sem respostas. Para evitar esse desperdício e garantir a idoneidade da amostra – apesar dos meios facilitados hoje existentes, como *e-mails* e redes sociais, a exemplo de *Facebook* e *WhatsApp* –, 220 exemplares do questionário foram entregues em mãos pela própria pesquisadora, que recebeu de volta 201 devidamente respondidos, com uma perda de menos de dez por cento, não causando prejuízo à amostragem.

O questionário é, portanto, a principal fonte de coleta de dados empíricos deste estudo. A partir dele será possível mensurar e formular juízo de valores e fazer conclusões sobre a relação entre os jornalistas de João Pessoa e a ética profissional. Essa certeza

encontra amparo em Novelli (2005), quando diz que o questionário é, em verdade, um conjunto de procedimentos técnicos e sistemáticos, desde sua elaboração, passando pela aplicação, até sua interpretação. A autora também pondera que as perguntas fechadas possuem como vantagem a apresentação de uma lista de opções de respostas, facilitando a comparação entre todas as respostas dos entrevistados. E reforça: “Caso este (entrevistado) não compreenda de imediato a pergunta, a seleção de respostas apresentadas pode colaborar para o seu entendimento. Elas permitem, também, a pré-codificação, facilitando a digitação das respostas na base de dados” (Novelli, 2005, p. 173). Ressalte-se que a formulação do questionário desta pesquisa possibilitou aos respondentes a escolha de apenas uma resposta para cada item exposto.

O questionário possui duas questões “abertas”, o que o torna misto. Ou seja, a maioria dos enunciados oferece as opções de respostas possíveis, mas também possui perguntas cujas respostas exigem subjetividade do respondente. Novelli (2005) pondera que as questões abertas permitem que o respondente tenha a liberdade de construir a resposta que lhe parecer a mais apropriada com suas próprias palavras. Mas alerta que, apesar de propiciar independência a quem responde o questionário, esta modalidade deve ser utilizada com determinada cautela por ser de difícil interpretação.

As questões abertas possibilitam conhecer de forma mais profunda e espontânea a opinião do entrevistado sobre o assunto abordado, permitindo variedade maior de respostas. No entanto, perguntas abertas devem ser usadas com muita cautela nos questionários. É frequente a obtenção de respostas irrelevantes ou repetidas neste tipo de pergunta, pois sua eficácia depende muito da capacidade comunicativa do entrevistado, que pode não saber expressar exatamente qual sua opinião sobre o tema (NOVELLI, 2005, p. 172).

A entrega dos questionários a cada grupo de entrevistados cumpriu um planejamento prévio para evitar desequilíbrio na representatividade dos falantes. Assim, as principais redações dos veículos de imprensa foram visitadas, os questionários entregues e os respondentes orientados para levá-los consigo e devolvê-los respondidos em data marcada por eles próprios, mas no interstício de uma semana. Esse processo foi possível por duas particularidades. Primeira, o fato de a pesquisadora ser ativa no mesmo mercado profissional que está pesquisando e, segundo, por se tratar de uma pesquisa com restrição geográfica bem definida, interessa apenas o mercado de trabalho jornalístico de João Pessoa. Pela experiência, é possível afirmar que a principal desvantagem encontrada nesse processo foi o tempo exigido.

2.4 Análise e interpretação dos dados

Uma das principais preocupações desta pesquisa era quanto ao tamanho da amostra, especialmente pela falta de informações oficiais sobre a quantidade de jornalistas ativos no mercado de João Pessoa. Conforme o Sindicato dos Jornalistas da Paraíba, existem 1.050 filiados à entidade em todo o Estado. Todavia, esses não estão separados por cidade, não sendo possível precisar quantos profissionais ocupam as redações e assessorias de imprensa na Capital. Bauer e Aarts (2002, p.41) questionam “Como pode o estudo de uma parte fornecer um referencial seguro do todo?”. Os autores afirmam que a “amostra representa a população se a distribuição de algum critério é idêntica tanto na população quanto na amostra. Os parâmetros de uma população são calculados através das estimativas observadas na amostra” (Bauer e Aarts, 2002, p. 41). A amostra desta pesquisa tem sua representatividade assegurada, posto que o critério utilizado para escolha dos indivíduos que a compõem foi ser jornalista em atividade na cidade de João Pessoa.

A sistematização dos dados obtidos leva em conta quatro sentidos: utilidade, viabilidade, ética e precisão técnica. Minayo (2005) explica que o processo de avaliação é formado por um conjunto de atividades técnicas-científicas ou técnicas-operacionais, que dão às entrevistas e questionários o caráter de ferramentas sistemáticas de investigação, pois buscam “atribuir valor de eficiência, eficácia e efetividade a processos de intervenção em sua implantação, implementação e resultados” (MINAYO 2005, p. 23).

Outros autores alertam que o pesquisador não subestime o trabalho de análise das entrevistas, entendendo que esta é uma tarefa que exige cuidados com a interpretação, especialmente no que se refere a um vício recorrente entre pesquisadores, que é interpretar o material empírico de maneira a usá-lo como confirmação de hipóteses preestabelecidas ou de pressupostos para suas teorias. Um desses autores, Romanelli (1998), examina que a “subjetividade, elemento constitutivo da alteridade presente na relação entre sujeitos, não pode ser expulsa, nem evitada, mas deve ser admitida e explicitada e, assim, controlada pelos recursos teóricos e metodológicos do pesquisador” (Romanelli, 1998, p.128). Duarte (2004) também faz uma recomendação bastante pertinente quando da análise das entrevistas abertas. Ele pondera que existe a ideia equivocada de que tudo que o entrevistado diz é importante para a pesquisa e merece ser analisado, esclarecendo que parte do que é dito numa entrevista deverá ser descartada por não ter relação direta com o objeto pesquisado. Uma das considerações mais importantes feitas por Duarte (2004), em relação à interpretação das pesquisas empíricas, é evitar que a voz ouvida na pesquisa seja

a do pesquisador e não do pesquisado. Da redação final da pesquisa, “uma fala polifônica, espera-se, pois a ela estarão incorporadas as vozes dos informantes, mas, ainda assim, uma fala pessoal, de natureza acadêmico/científica, emitida a partir de um lugar de poder” (DUARTE, 2004, p.218).

Após leituras sobre o melhor caminho para interpretação e análise do material empírico, o cruzamento e combinação de respostas mostrou-se o mais condizente com a proposta deste estudo. Assim, quando perguntamos ao jornalista “você já se sentiu obrigado a agir em desacordo com suas convicções pessoais para atender aos interesses da empresa onde trabalha?”, teremos como avaliar as faixas etárias nas quais ocorrem o maior número de respostas negativas ou afirmativas. A análise e interpretação dos dados coletados foram realizadas a partir da organização das informações em blocos temáticos, articulados com os objetivos propostos nesta pesquisa. Essa organização implica na construção de um novo texto e na promoção de um diálogo entre as partes (DUARTE, 2004).

O processo de interpretação do material empírico foi realizado a partir das leituras do referencial teórico. Todavia, como lembra Duarte (2004), a fala do entrevistado numa pesquisa que pretende analisar um fenômeno social tem valor nela mesma e não pode servir apenas de ilustração para as teorias explicativas. “Se recolhido e analisado de forma correta, o material fornecido por nossos informantes tem concretude, densidade e legitimidade suficientes para, se for o caso, fornecer subsídio e base para questionarmos nossos pressupostos e mesmo concepções teóricas estabelecidas e consolidadas” (Duarte, 2004, p.223). O autor adverte, ainda, que os depoimentos coletados podem, também, mudar a concepção que o pesquisador tinha acerca do problema antes de iniciar a pesquisa e, por isso, é preciso ficar aberto a todas as possibilidades quando analisar os dados coletados empiricamente.

Por fim, Pereira (2013) reforça que durante a leitura das entrevistas, sejam abertas ou questionários, a produção de textos explicativos deve levar em consideração a macrosociologia, por meio da utilização de instrumentos de agregação qualitativa. Em outras palavras: a análise e cruzamento de um grande número de experiências individuais possibilitarão uma multiplicidade de pontos de vista sobre o fenômeno estudado e, ainda, encontrar o ponto para o qual essas experiências convergem.

3 REFERENCIAL TEÓRICO

Bucci(2000), ao falar sobre vício e virtude no jornalismo, recorre a algumas fontes para listar os principais erros capitais cometidos nas redações. Esses erros, segundo o autor, resultam na publicação de notícias tendenciosas, mal exploradas ou, em muitos casos, inverídicas. Algumas dessas notícias são capazes de destruir a reputação de uma pessoa ou projetar socialmente ou politicamente outra que não advenha de méritos próprios. O autor faz referência ao jornalista e ensaísta britânico Paul Johnson, quando este afirma que o jornalista deve evitar, basicamente, sete pecados capitais a fim de manter-se no caminho do bom jornalismo⁶. A saber: “1- distorção, deliberada ou inadvertida;2- culto das falsas imagens;3- invasão de privacidade; 4- assassinato de reputação;5- superexploração do sexo;6- envenenamento das mentes das crianças;7- abuso do poder” (JOHNSON *apud* BUCCI, 2000, p.131).

Bucci(2000) também apresenta a relação de infrações graves cometidas por jornalistas, publicada em 1995, pelo então *ombudsman* da *Folha de São Paulo* Marcelo Leite, que lista os cinco erros mais frequentes cometidos à época por repórteres e produtores que atuavam nas editorias de política de seus respectivos veículos. São eles: fernandohenriquismo, vazamentismo, offismo, retranquismo e egocentrismo⁷.

Marcondes Filho (2000) também apresentou uma relação de 12 equívocos que considera a raiz da falta de credibilidade vivida por jornalistas e até mesmo por veículos de comunicação, não apenas no Brasil, mas no mundo. O autor observa que quando um jornalista não segue princípios básicos da profissão e ignora sua responsabilidade como agente público é a sociedade a maior prejudicada. Sobre isso, Bucci(2000) pondera que os erros apresentados por Marcondes Filho merecem atenção especial, acreditando que sua lista representa também as principais insatisfações que a sociedade tem em relação à imprensa. São elas:

⁶Chamamos de bom jornalismo a interseção entre a ética e a técnica na construção da notícia, sendo esta “uma representação social da realidade cotidiana produzida institucionalmente que se manifesta na construção de um mundo possível”(ALSINA (2009, p. 185).

⁷*Fernandohenriquismo* tratava do excesso de pautas sobre o ex-presidente, geralmente com foco positivo; *vazamentismo*, publicação de qualquer fato ou denúncia proveniente dos bastidores do poder sem apuração prévia, com base em dossiês vazados; *offismo*, fazer do *off* (fonte oculta) quase a regra e não a exceção; *retranquismo*, fragmentação das informações, dificultando a leitura contextualizada por parte do público; e *egocentrismo*, supervalorização dos valores da sociedade, adotando-os como modelo a ser seguido (BUCCI 2000, p. 131-134).

- 1- apresentar um suspeito como culpado;
 - 2- vasculhar a vida privada das pessoas, publicar detalhes insignificantes de personalidades e de autoridades para desacreditá-las;
 - 3- construir uma história falsa, seja em apoio a versões oficiais, seja para justificar uma suspeita;
 - 4- publicar o provisório e o não-confirmado para obter o furo. Transformar o rumor em notícia;
 - 5- filmar ou transmitir um suicídio ao vivo;
 - 6- expor pessoas para provar um flagrante;
 - 7- aceitar a chantagem de terroristas;
 - 8- incitar “rachas”;
 - 9- “maquiar” uma entrevista coletiva ou exclusiva;
 - 10- comprar ou roubar documentos;
 - 11- gravar algo à revelia, instalar microfones escondidos;
 - 12- omitir que se é jornalista para obter confidências.
- (MARCONDES FILHO, 2000, p.124)

Todas essas listas servem de provocação para discussões sobre os desafios éticos que o jornalista enfrenta a fim de manter a integridade de sua função social e até educacional. Naturalmente, se cada estudioso ou observador do jornalismo, ou até mesmo os próprios jornalistas que estão nas redações, fossem convidados a fazer inventários semelhantes, haveria uma profusão de listas de vícios jornalísticos, todas com algumas semelhanças e muitas particularidades. Isso porque o jornalista enfrenta conflitos diários que se igualam em toda parte do mundo e outros variáveis, que mudam de acordo com a localização geográfica onde atua, a cultura local, o comando político, sua própria situação econômica e até mesmo a empresa onde trabalha.

Varela (2011) pondera que, apesar de assalariados e dependentes economicamente dos veículos onde trabalham, os jornalistas conseguiram, no século XXI, serem eles próprios peças essenciais para manutenção do sistema de opressão político-cultural. Como prova disso, ele mostra que, hoje, ou os governantes governam em favor dos grandes grupos de comunicação ou são asfixiados por eles. Para o autor, o jornalista, aquele que atua nas redações, que vai às coberturas dos fatos e se responsabiliza pelos textos que são publicados, é, em verdade, ferramenta usada pelos veículos que o emprega e tem ciência desse fato.

“O jornalista enquanto ser genérico não desconhece (...) a contaminação do poder da imprensa por outros poderes, mas o que parece desconhecer é a lógica que estrutura a realidade de sua atividade social, a fantasia da liberdade que não possui, mas sabendo como *a coisa funciona*, por que continua a fazê-lo?”.
(VARELA 2011, p.62)

Quando lançou o livro *O jornalista e o assassino: uma questão de ética*, em 1990, a jornalista norte-americana Janet Malcolm desagradou a muitos colegas de profissão ao

criticar de maneira impiedosa todos os profissionais da imprensa, especialmente aqueles que se dedicam a livros não-ficcionais ou grandes reportagens. Para que nenhum leitor fosse enganado sobre o caminho escolhido por ela para retratar o caso do médico Jeffrey MacDonald – condenado a três prisões perpétuas por ter assassinado sua esposa e suas duas filhas pequenas –, que processou o jornalista Joe McGinniss por escrever um livro a partir das entrevistas feitas com ele, a autora choca já no primeiro parágrafo.

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. Ele é uma espécie de confidente, que se nutre da vaidade, da ignorância ou da solidão das pessoas. Tal como a viúva confiante, que acorda um belo dia e descobre que aquele rapaz encantador e todas as suas economias sumiram, o indivíduo que consente em ser tema de um escrito não ficcional aprende – quando o artigo ou livro aparece – a sua própria dura lição (MALCOLM, 2011, p.11).

A autora afirma que os profissionais justificam o que ela classifica como “traição” (uso da falsidade e de outros meios questionáveis para conseguir fazer com que as fontes contem tudo que precisam para projetar seus nomes no mercado, por meio das histórias que contam em reportagens e/ou livros) de várias 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 menos talentosos falam sobre a arte; os mais decentes murmuram algo sobre ganhar a vida” (Malcolm, 2011, p. 11). O que a autora faz questão de frisar é que os abusos cometidos por jornalistas extrapolaram os limites aceitáveis e que existe alguma coisa muito errada com a imprensa quando um tribunal resolve aceitar a queixa de um homem condenado a passar o resto da vida na prisão por um crime que chocou os Estados Unidos contra um jornalista reconhecido nacionalmente por seu trabalho.

Os abusos cometidos por jornalistas não trazem prejuízo apenas às fontes. Eles redundam, ainda, em prejuízos para a sociedade e em perda de credibilidade da imprensa de maneira geral. Quando falhas muito graves são atribuídas a jornalistas e/ou veículos e denunciadas por outros jornalistas e/ou veículos, é o ofício, o jornalismo em si, quem arca com o maior ônus. Para não ultrapassar os limites eticamente aceitáveis, Deni Elliott recomenda que o jornalista não pode perder o foco de sua responsabilidade social e faz alusão à cautela com a qual deve exercer sua liberdade de escolha, sendo esta mais importante do que a liberdade de expressão ou de imprensa. Para a autora, o jornalista deve selecionar bem as histórias que irá contar, sempre levando em conta suas consequências e isto deve ser priorizado acima do chamado interesse público. Já Bucci lembra que é preciso ter muito cuidado para discernir entre aquilo que é interesse público, daquilo que é

curiosidade perversa do público. “É verdade que ninguém consegue traçar a fronteira universal entre um e outra, mas a simples lembrança dessa cautela já traz mais elementos para uma boa decisão sobre os casos concretos que se apresentem” (Bucci, 2000, p. 155).

Elliot reforça:

Nós deveríamos tomar muito cuidado ao decidir que histórias iremos contar. O fato de que precisamos de matérias de interesse humano não é razão suficiente para a publicação de todas. Existem, às vezes, boas razões para não se publicar uma boa história, ainda que seja uma realmente excelente. Às vezes elas invadem a privacidade. “Às vezes podem embaraçar ou prejudicar pessoas inocentes” (ELLIOT, 1986, p.32).

3.1 Inobservância de princípios éticos

A inobservância de princípios éticos que tornam a prática jornalística uma busca incessante para evitar distorções entre o fato e aquilo que é levado ao público é uma prática comum até mesmo nas grandes redações, que *vendem* seus produtos jornalísticos com selo de imparcialidade e verdade. Os desvios de conduta profissional, antes perceptíveis apenas para os observadores mais atentos, hoje são praticados à luz do dia e sem nenhum constrangimento. Não é pretensão deste trabalho fazer estudos de casos, entretanto, para efeito de ilustração sobre o mercado jornalístico pessoense e melhor entendimento sobre como os profissionais enxergam a si mesmos sob o ponto de vista da ética, é válido apresentar alguns episódios, como o que se segue.

O caso relatado teve início no dia 4 de dezembro de 2013 (quarta-feira), quando o radialista Fabiano Gomes, apresentador do programa radiofônico *Correio debate*, exibido de segunda a sexta-feira, das 12 às 14 horas, na rádio 98 FM, emissora que compõe o Sistema Correio de Comunicação, ao comentar uma notícia envolvendo uma adolescente que teve fotos íntimas publicadas na internet, resolveu – no ar – não apresentar a notícia contida no *script* do programa, mas sua opinião sobre o fato. A notícia da investigação policial desencadeada com o vazamento das imagens da adolescente foi publicada em vários *sites* de notícias, incluindo o *Portal Correio*⁸, pertencente ao mesmo grupo de comunicação.

“quero chamar atenção para o comentário de hoje – sei que muita gente vai me criticar nas redes sociais – mas eu tenho que ser sincero. Eu vi aqui uma

⁸Disponível em: <http://portalcorreio.uol.com.br/noticias/policia/policia-civil/2013/12/04/NWS.232633.8.162.NOTICIAS.2190-EM-POMBAL-POLICIA-INVESTIGA-POSTAGEM-INTERNET-FOTOS-INTIMAS-MENINA-ANOS.aspx>

manchete na área policial. Preste bem atenção. Polícia Civil de Pombal investiga postagens de fotos íntimas de uma menina de 15 anos na Internet. Meus amigos, meus irmãos, tem tantos assassinatos pra polícia investigar, tem tanto assalto a banco, tem tanto sequestro, tem tanto roubo e nós termos que ocupar a polícia porque as cocotinhas tão tirando fotos dos pinguelo e mandando para o namorado pelo whatsApp? O que é que a minha polícia, que tem que tá prendendo bandido... não, porque a Fulana de Tal suicidou-se, Fulana entrou em depressão... problema delas! Por que foram pro espelho mostrar o xibiu, filmar e mandar pro namorado? Que coceira da gota serena é essa? (...) Se uma cocotinha de 15, 14, 16 anos faz uma autofilmagem, aí mostra o xibiu, mostra as tetinhas, aí manda pro namorado, aí o namorado tem o celular roubado, aí vai ocupar a polícia, ocupar o setor de inteligência da polícia para procurar foto de cocotinha que tirou foto nua pro namorado bater punheta” (*sic*).

Enquanto o programa ainda estava no ar, o presidente do Sindicato dos Jornalistas do Estado da Paraíba, Rafael Freire, fez a seguinte postagem em sua página pessoal no *Facebook*:

Discussão com microfone aberto neste momento (04/12/2013 - 12h30) na Correio FM 98.3 MHz

OUVINTE: Se minha filha tirasse uma foto mostrando o pinguelo dela e mandasse pra alguém, pra mim ela é uma rapariga! Tinha que dar uma surra e botar ela nua na rua.

FABIANO GOMES (apresentador do programa *Correio debate FM*): Ô, Paraíba boa! Tá certo mesmo! Uma vagabunda dessa... Se uma filha minha mostrasse o pinguelo eu também acharia isso. Ainda bem que eu só tenho dois machos. Deus foi muito bom comigo!

(posteriormente, outro ouvinte ligou para criticar a postura e o linguajar de Fabiano, e foi sumariamente cortado do ar)⁹.

A postagem de Rafael Freire provocou vários comentários em sua página pessoal no *Facebook*, todos reprovando a conduta do radialista. No dia seguinte, 5 de dezembro de 2013 (quinta-feira), Fabiano Gomes resolveu pedir desculpas às mulheres paraibanas que, “por acaso”, tenham se ofendido com seus comentários. Entretanto, enraivecido pelas críticas feitas a ele a partir da postagem do presidente do Sindicato dos Jornalistas do Estado da Paraíba, Fabiano Gomes desferiu uma série de ofensas pessoais contra o autor da postagem:

“...o único emprego que o senhor conseguiu no jornalismo é o de xeleleu e babão, como assessor em órgão público. E assumiu um cargo, em uma eleição como nós sabemos que acontece. Eu não tenho medo de lhe enfrentar na caneta, no microfone, na Justiça... o senhor é um vagabundo. O senhor nunca trabalhou nem mereceu estar no cargo que está. O senhor nunca teve destaque. 90% dos jornalista desse Estado sequer lhe conhece... você não representa essa categoria, seu diploma não vale nada, porque você não tem talento. Você é invejoso e o único cargo de relevante que o senhor ocupou no jornalismo é ser presidente do

⁹Disponível em: <https://www.facebook.com/rafaelfreirepb?fref=ts>

Sindicato, onde ninguém lhe conhece. Passar bem, moço. Agora me processe... Vamos pro cacete, vagabundo!
 Eu sou mais jornalista do que você! Venha aqui pra essa bancada, eu e você ao vivo, escreva um texto. Me dê um mote para fazer um artigo. Venha pra cá! Você não tem curso superior? Abra aqui dois *notebook*. Vamos aqui discutir um tema, falar no microfone” (*sic*).¹⁰

O desfecho do episódio aconteceu no dia 9 de dezembro de 2013 (segunda-feira), quando Rafael Freire foi ao Sistema Correio para participar do programa, aceitando o “desafio” proposto por Fabiano Gomes. O radialista não apareceu para trabalhar nesse dia. Mesmo assim, foi dado a Rafael Freire dez minutos para se defender das ofensas feitas por Fabiano Gomes na semana anterior, que duraram aproximadamente o mesmo tempo.

Os comentários feitos pelo radialista vão contra qualquer manual de técnicas jornalísticas, qualquer teoria do jornalismo e qualquer código de ética. O professor Francisco Karam pondera que a “[...] responsabilidade social do jornalista exige que atue, sob qualquer circunstância, em conformidade com consciência pessoal” (KARAM, 1997, p.97). Entretanto, essa consciência pessoal deve ser ancorada em princípios éticos e não servir de salvo-conduto moral para que, em nome da liberdade de expressão, se cometa ofensas pessoais, linchamentos morais e quebra da confiança com a audiência – mesmo que parte dessa audiência comungue dos mesmos pensamentos.

A técnica jornalística também foi violada. Prado (1985), ao tratar das estratégias que devem ser usadas no radiojornalismo, lembra como é fácil romper o limite entre notícia e opinião e alerta que “O jornalista tampouco expressa opiniões particulares neste gênero, mas expõe os dados necessários para que o ouvinte forme sua própria opinião” (Prado, 1985, p.95). O autor pondera sobre o compromisso que o radialista deve ter com a apuração dos fatos. “A prática do radiojornalismo tem demonstrado que a credibilidade é difícil de conseguir e fácil de perder. Especialmente em um veículo em que se consomem novas notícias a cada instante e cuja comprovação da veracidade é testada pelo ouvinte” (Prado, 1985, p.10).

O então editor e diretor do programa *Correio debate*, jornalista Antônio Eduardo Carneiro, em entrevista à autora, confessou que sua relação com Fabiano Gomes sempre foi difícil, porque este tem predileção por assuntos polêmicos e desprezo pelo trabalho jornalístico do restante da equipe do programa.

Ele (Fabiano Gomes) sempre tinha a visão dele e mesmo que o jornalismo mostrasse, por meio de apuração, de entrevistas, de documentos, que o que ele

¹⁰Áudio disponível em: http://www.youtube.com/watch?v=1uPdA5_vxoA&feature=youtu.be

pensava não era verdade, para ele não importava. O que ele achava sempre foi mais importante. Como editor do programa, muitas vezes, entrei no estúdio, explicava a ele que não era da forma como ele estava expondo o fato e isso não mudava nada (CARNEIRO, 2015).

São comuns casos em que apresentadores de programas de rádio e televisão e repórteres de jornais e portais de notícias de João Pessoa abusam do poder de decisão sobre o que falar ou escrever. Na pesquisa realizada com os profissionais que atuam nas redações da cidade, a maioria absoluta dos entrevistados afirmou que a sociedade pessoense não tem a imprensa que merece e/ou precisa. Carneiro (2015) discorda, afirmando que a população de João Pessoa não tem a imprensa que precisa, mas tem a que merece. “Quem dá audiência para programas sensacionalistas, que não demonstram nenhum tipo de respeito aos fatos, ao bom jornalismo, às fontes, mostrando o lado ruim de tudo, sem apurar, então está recebendo aquilo que deseja” (CARNEIRO, 2015).

No dia 30 de setembro de 2011, o apresentador do programa *Correio verdade*, exibido pela TV Correio, afiliada da Rede Record, ao ar de segunda a sábado, das 12 às 13 horas, Samuel de Paiva Henrique (que usa o nome profissional Samuka Duarte), exibiu em seu programa, como atração principal, cenas de um estupro praticado contra uma menina de 13 anos. As imagens foram feitas a partir de um aparelho de celular, por outro adolescente de 15 anos, convidado pelo agressor para participar do crime.

No dia 6 de outubro de 2011, o Ministério Público Federal, por meio do procurador Duciran Van Margem Farena, ajuizou a Ação Civil Pública nº 0007809-20.2011.4.05.8200 contra a TV Correio e o apresentador do programa, que, segundo o entendimento do procurador, haviam cometido vários crimes com a exibição das imagens, dentre as quais ofensa à dignidade, uma vez que “uma concessão pública foi utilizada como instrumento da violação de direitos fundamentais da pessoa humana, e exatamente do segmento mais fragilizado da sociedade – as crianças e adolescentes” (FARENA, em sua argumentação Ação Civil Pública nº. 0007809-20.2011.4.05.8200, MPF/PB). Na Ação, o procurador descreveu fragmentos da apresentação da matéria:

“Às 12h29, o apresentador exclamou: ‘Atenção! Vocês vão ver uma história de estarrecer... uma estudante de treze anos... violentada... tudo foi filmado... Vocês aguardem porque as imagens vocês vão ver aqui como foi. São chocantes!’. Às 12h34 é exibida a cena da nudez, enquanto o apresentador descreve: ‘Olha o cara tirando a roupa dela aí, ó. Só um trequinho. Depois a gente vai mostrar tudo’. Às 12h41, exibição de novas cenas do crime e descrições. ‘Ela tá deitada, tá como se estivesse dopada’. Finalmente, chega o *gran finale*. Às 12h54, o apresentador afirma que irá ‘mostrar agora’ cenas que

irão 'chocar a Paraíba'. Cinicamente, pede 'que as crianças saiam da sala', o que não o impede de continuar apelando: 'Atenção que nós vamos mostrar agora'.¹¹

Conforme as letras da Ação, tanto a emissora quanto o profissional cometeram crime contra a imagem, estabelecendo que, por se tratar de crime de estupro e contra uma adolescente, nem com autorização dos responsáveis as tais imagens poderiam ser exibidas publicamente. Pelo crime, o Ministério Público Federal pediu que fosse imputada à TV Correio e ao apresentador uma multa no valor de R\$ 500 mil (quinhentos mil reais) em favor da vítima. "A infelicidade de um crime não torna o corpo da vítima objeto do domínio público para que os réus dele possam servir-se com fins lucrativos" (FARENA, em sua argumentação na Ação Civil Pública nº 0007809-20.2011.4.05.8200). Liminarmente, também foi pedido que a emissora fosse obrigada a evitar a exibição no referido programa de qualquer imagem de menor, seja vítima de crimes, seja menor em conflito com a lei.

A Ação pediu punição por danos morais coletivos, na forma de multa no valor de R\$ 5 milhões (cinco milhões de reais), que deveriam ser repassados ao Fundo Municipal da Criança e do Adolescente das cidades de João Pessoa e Bayeux. Foi pedido, ainda, na mesma Ação, cassação da concessão da emissora, monitoramento dos programas transmitidos pela TV Correio e suspensão por 15 quinze dias do programa *Correio verdade*.

A primeira decisão da Justiça Federal sobre a Ação foi divulgada no dia 9 de março de 2012, quando a juíza Cristina Maria Costa Garcez, titular da 3ª Vara da Seção Judiciária da Paraíba, em João Pessoa, deferiu o pedido de indenização por danos morais, estipulando o valor em R\$ 200 mil (duzentos mil reais). Não foram aceitos os pedidos de suspensão do programa *Correio verdade* por 15 dias ou de cassação da concessão da emissora, uma vez que tais temas são regidos pela Constituição Federal. Em sua decisão, a juíza argumentou que houve dupla vitimização da adolescente, a de que foi vítima pela conduta do agente contra sua dignidade sexual e a que lhe foi impingida pelo programa de televisão. Em sua decisão, a juíza pondera:

"O caso envolve interpretação constitucional e a árdua tarefa de solucionar a colisão de direitos: de um lado, a liberdade de imprensa, como uma instituição política necessária à concretização da democracia, e do outro a salvaguarda 'de toda forma de discriminação, violência, exploração, crueldade e opressão', garantida à criança e ao adolescente, pela Constituição Federal", "a liberdade (de

¹¹ Trecho da Ação Civil Pública nº. 0007809-20.2011.4.05.8200, MPF/PB.

imprensa) é plena, mas não absoluta, como, aliás, nenhum direito o é, sob pena de jamais serem conciliáveis os direitos consagrados na Constituição quando em conflito”¹².

É interessante registrar que para os veículos de comunicação de todo o Estado da Paraíba e até mesmo de outros estados, o processo sofrido pela TV Correio e seu principal apresentador é que foi transformado em notícia de destaque. Em todas as publicações, tanto a TV Correio quanto seu apresentador Samuka Duarte foram amplamente criticados por ultrapassarem os limites éticos e até legais para conseguirem se manter como líderes de audiência no horário. Outro registro importante é que a emissora recorreu da decisão e ganhou o processo, sendo isentada de qualquer valor indenizatório.

A falta de punição quando a imprensa comete abusos e até mesmo ilegalidades estimula a proliferação de tais abusos, uma vez que a audiência que estes garantem aos veículos compensa a ação judicial. A diretora e produtora do programa Correio verdade, jornalista Cristina Cavalcanti, em entrevista à autora, afirma que é comum serem processados, mas isso não chega a ser uma preocupação para a emissora. “Em programas como o *Correio debate* essas demandas judiciais são constantes, mas a maioria desses processos acaba em ganho de causa em nosso favor (CAVALCANTI, 2015).

Sob a égide do discurso de que o *público tem o direito de saber*, que esconde, em verdade, interesses mercadológicos, uma vez que as notícias são selecionadas e hierarquizadas de acordo com seu potencial de audiência e/ou de venda dos espaços publicitários, essas recomendações são ignoradas. Mas, esse discurso, já questionado por Elliott e Bucci, é desmantelado de maneira pragmática por Eugene Goodwin (1993). “Qualquer visita a uma redação no fim de um dia de trabalho mostra até para o observador eventual qual é a quantidade de notícias deixadas para trás, sem serem utilizadas, um material que, aparentemente, o público tem o direito de conhecer” (Goodwin, 1993, p. 22). Corroborando com o autor, Moretzsohn(2000), em sua dissertação de mestrado, mostra a fragilidade do argumento do “interesse público”, citando o ex-diretor do jornal norte-americano *Detroit Free Press*, Kurt Luedtke, quando este afirma que “O povo sabe aquilo que vocês (editores) escolheram para dizer a ele, nem mais nem menos. Se o povo tivesse o direito de saber, ele teria, então, alguma coisa a dizer sobre o modo como vocês escolhem o que chamam de notícia (Luedtke *apud* Moretzsohn, 2000, p. 61). Marcondes Filho (2000) completa essa equação ao afirmar que:

¹²Disponível em: <http://web.jfpb.jus.br/consproc/resconsproc.asp>

A imprensa defende-se, dizendo que atende a curiosidade popular, que apenas lhe “satisfaz”. Ou seja, ela apela para instintos humanos, um conceito vago e polêmico, o mesmo que justifica o sensacionalismo de vasculhar vidas privadas, ou de filmar suicídios. É uma forma de se inocentar, jogando o problema para um círculo vicioso maior, sem causador nem vítima, um movimento cego e incontrolável (MARCONDES FILHO, 2000, p.132).

Ambos os casos apresentados têm em comum o fato de noticiarem fatos cuja autenticidade não foi questionada. Ou seja, não foi divulgada nenhuma mentira. Kucinski, em 1998, defendia que o imperativo categórico do jornalismo é a busca da verdade e que esta deve ser publicada sem autocensura, que conceitua como sendo “a supressão intencional ou parte dela pelo jornalista ou empresa jornalística, de forma a iludir o leitor ou privá-lo de dados relevantes” (Kucinski, 1998, p. 51). Para o autor, é esse imperativo que garante os princípios éticos do jornalismo. Nos dois relatos apresentados – tanto da adolescente de 15 anos que teve sua intimidade violada pela divulgação não autorizada de imagens, quanto da outra adolescente de 13 anos violentada pelo seu professor – os fatos são verídicos. O discurso de Kucinski, a princípio, poderia ser usado para legitimar a publicação de ambos, com o *status* de notícia, uma vez que o autor reforça que:

Se o jornalista começa a ponderar sobre as consequências das verdades que tem a dizer, sobre a conveniência de revelar parte da verdade e omitir outra, começa a assumir um outro papel social, deixa de ser jornalista para ser um censor e um juiz daquilo que o povo deve ou não saber. Na ética kantiana, não cabe esse julgamento. A verdade não pertence ao jornalista, que apenas recebeu um mandato da sociedade para procurar os fatos, e até *certos privilégios éticos* para executar esse mandato, com o direito de bisbilhotar a vida alheia ou surrupiar certos documentos. Desde que a serviço do interesse público (KUCINSKI, 2005, p. 19 – grifo nosso).

A admoestação sobre a busca pela verdade jornalística não é novidade. Ainda em 1690, o primeiro doutor em Jornalismo, Tobias Peucer, já defendia o apego que o escritor de periódicos (o jornalista) deveria ter com a busca pela verdade e o cuidado para não se deixar contaminar com influências externas ao seu ofício.

Relaciono com a vontade do escritor de periódicos a credibilidade e o amor à verdade: não seja o caso que, preso por um afã partidário, misture ali temerariamente alguma coisa de falso ou escreva coisas insuficientemente exploradas sobre temas de grande importância (PEUCER, 2000, p.119).

Todavia, os deslizes éticos cometidos pela imprensa pessoense (nos ateremos a este mercado) não estão limitados ao conteúdo, mas também à forma e aos apelos estéticos como as notícias são publicadas. Uma verdade pode ser contada, sob o indulto do interesse

público, e mesmo assim ferir princípios éticos e até mesmo legais. Sobre isso, Pena (2008) assegura que existe espetacularização da notícia, em que não é mais o fato e seus desdobramentos que merecem destaque nos noticiários, mas sim seu potencial para o dramático, uma vez que a notícia virou espetáculo e o “espetáculo em cartaz é a vida” (PENA, 2008, p. 87).

Sob esse aspecto, Bucci (2000) lembra que os meios de comunicação exercem de maneira simbólica o ordenamento de valores morais para a sociedade, aumentando ainda mais sua responsabilidade quanto ao conteúdo e forma com os quais os fatos são transformados em notícias. “O discurso jornalístico é o que mais se destaca nessa função. A ele cabe hierarquizar os sentidos e valores. A ele, cabe preconizar as condutas. Cabe preconizar os modos de falar e, ainda mais, cabe-lhe separar o que é dizível e o que é indizível” (BUCCI *apud* GOMES, 2000, p.11).

Para Alsina (2009), a primeira função da mídia é fazer o público saber, e essa função se perde quando o público passa a questionar a veracidade da notícia veiculada. Já Elliott (1986) reafirma que “o trabalho da mídia é o de proporcionar aos cidadãos informações que eles podem usar para tomar decisões fundamentadas...”(Elliott, 1986, p. 16). Quando o repórter recebe um *release* de uma assessoria qualquer e o publica na íntegra ou divulga imagens postadas nos meios *online* contendo cenas de crimes, bizarrices, curiosidades ou invasão de privacidade de pessoas públicas, então não estará fazendo nada que o público também não possa fazer. Neste caso, Alsina (2009) diz que é com o objetivo de fazer saber que os meios de comunicação firmam uma espécie de contrato com o público, no sentido de fazer com que este acredite na veracidade das notícias que divulga. “Se eu não acreditar nas notícias, então, para que elas servem?” (Alsina, 2009, p.231). Sem o levantamento de informações complementares aos dados recebidos passivamente nas redações, o jornalista acaba oferecendo ao público apenas fragmentos de realidade testemunhados por outros, complementados com *achismos* de sua própria lavra, como se sua opinião satisfizesse a necessidade do público de informação. “Quanto a isso, Alsina (2009) alerta que “o jornalista interpreta a realidade.Mas isso não quer dizer que ele poderá fazer qualquer tipo de interpretação” (Alsina, 2009, p. 260).

3.2 A ética e seus desdobramentos

São várias as bases da doutrina ética até chegar à ética profissional, a um juízo ético de valor relacionado às atividades laborais, um *dever ser* que independe de códigos

deontológicos, uma vez que estes apresentam normas de conduta cujas práticas são recomendáveis quando do exercício da profissão. A ética profissional passou a ser discutida e formatada, após releituras dos preceitos éticos, desde o seu nascedouro. Em quatro momentos históricos a concepção de ética produziu reflexões nas quais é apresentada de maneiras diferentes, tendo em comum a tentativa de indicar o modo de pensar e agir do homem em relação aos outros. Sánchez-Vásquez (1969) esclarece que “As doutrinas éticas fundamentais nascem e se desenvolvem em diferentes épocas e sociedades como resposta a problemas básicos apresentados pelas relações entre os homens, e, em particular, pelo seu comportamento moral efetivo” (SÁNCHEZ-VÁSQUES, 1969, p.235).

Não existe possibilidade de falar sobre ética sem revisitar seus primeiros conceitos e fazer a devida distinção entre ética e moral. Cornu (1998) explica que ética é o caráter obrigatório da norma derivada da moral. Para o autor, ética é “aplicação pessoal de um conjunto de valores livremente eleitos pelo indivíduo, em função de uma finalidade por ele mesmo estabelecida e que acredita ser boa” (Cornu, 1998, p.8). Em seu sentido etimológico, a ética tem sua gênese na palavra grega *ethos*, que pode adquirir duas diferentes formas. De acordo com a Enciclopédia Luso-Brasileira de Filosofia¹³, ética “é um adjetivo substantivado em cuja origem etimológica encontramos dois termos gregos: eJoV (*éthos*) – costume, uso, maneira (exterior) de proceder – e hJoV (*êthos*) – morada habitual, toca, maneira de ser, carácter”¹⁴.

Os dois caminhos para os quais a palavra conduz não são contraditórios. Pelo contrário, convergem no sentido de que a ética, em primeiro plano, é um modo de agir exterior, voltado para outrem, enquanto o segundo é a ação individual, baseada no caráter pessoal. Assim, como resumiu Motta (1984), ética “é o conjunto de valores que orientam o comportamento do homem em relação aos outros homens na sociedade em que vive, garantindo, outrossim, o bem-estar social” (Motta, 1984, p.9), enquanto a moral está intimamente relacionada à aplicação de normas, criadas pela tradição e aceitas como referenciais de hábitos e costumes para o convívio social. Boff (2003) explica bem essa questão: “uma pessoa é moral quando age em conformidade com os costumes e valores consagrados. Uma pessoa é ética quando se orienta por princípios e convicções. Uma pessoa pode ser moral, mas não necessariamente ética” (Boff, 2003, p.37). O autor reforça:

¹³ Ética, in: Logos, - Enciclopédia Luso-Brasileira de Filosofia. Vol.2, Lisboa / São Paulo: Verbo, 1991, c. 334.

¹⁴Idem.

A ética é parte da filosofia. Considera concepções de fundo acerca da vida, do universo, do ser humano e de seu destino, estatui princípios e valores que orientam pessoas e sociedades. (...) A moral é parte da vida concreta. Trata da prática real das pessoas que se expressam por costumes, hábitos e valores culturalmente estabelecidos. (BOFF, 2003, p.37).

Como distinguir, no âmbito da profissão de jornalismo, os dois conceitos? Segue uma situação exemplo: um repórter de determinado veículo de imprensa é incumbido de fazer uma matéria sobre o crescente número de roubos e arrombamentos a residências ocorridos no Litoral Sul da Capital da Paraíba, área em expansão e que tem atraído o interesse da classe média. Ao ouvir a Polícia sobre o problema, o repórter descobre que a região possui apenas dois homens para fazer o policiamento do local e que este contingente torna a tarefa inexecutável. Antes de escrever a matéria o repórter tem uma reflexão ética: se publicar a voz oficial da Polícia de que não existe policiamento adequado poderá trazer ainda mais insegurança à região, uma vez que, ao tornar a informação pública, os criminosos também saberão que podem agir com certa tranquilidade. O repórter não é obrigado a omitir essa informação; ela foi confirmada por fonte oficial. Mas o faz mesmo assim, pensando no mal que poderá causar aos moradores do local. Essa é uma conduta ética, uma vez que a decisão é tomada a partir de convicções pessoais, visando o bem de uma comunidade. A mesma reflexão poderia levar à decisão de publicar a informação, entendendo que a Polícia seria pressionada pela comunidade em questão para aumentar o número de policiais na região. Também seria uma decisão ética porque a decisão foi tomada após reflexão.

Já um exemplo de conduta moral, usando ainda o universo do jornalismo, está a norma – que não é legal, uma vez que não existe punição prevista para sua inobservância – de que o jornalista não deve aceitar presentes ou valores em dinheiro de fontes para promovê-las ou omitir seus nomes de matérias feitas a partir de denúncias. O jornalista que despreza essa norma acaba sendo classificado como “toqueiro” ou “jabazeiro¹⁵”, tornando-se alvo de críticas dos demais por infringir um princípio moral aceito por todos.

Não está entre as propostas deste trabalho apresentar a história da ética ou discutir a evolução das discussões ético-filosóficas. Entretanto, para efeito de contextualização, se faz necessário visitar as bases nas quais os discursos éticos se fundamentam, para entender

¹⁵Toqueiro é o adjetivo dado ao jornalista que aceita toco. Toco (mais usual na Paraíba e outros estados nordestinos) ou jabá, como é conhecido no resto do País, é o benefício material ou financeiro dado a jornalistas em troca de promoção de pessoas, empresas ou marcas nos noticiários ou de sua omissão dos mesmos para não serem vinculados a notícias negativas.

a evolução desses discursos, até chegar à ética jornalística e aos códigos deontológicos elaborados para normatizar o jornalismo. As primeiras doutrinas éticas têm início ainda em Sócrates, passando por Platão, e tendo sua construção teórica em Aristóteles; sofrem graves interferências na idade das trevas, como ficou conhecida a Idade Média; passam pela era moderna, com o fim da Igreja Católica como mediadora do comportamento moral do homem e o surgimento de novos pensadores; e por fim, chegam à contemporaneidade, na qual todas as doutrinas são revisitadas e a ética é relativizada para cada grupo social.

3.2.1 *Ética Grega*

Apesar de ser Aristóteles o primeiro a organizar as questões éticas dentro da filosofia, segundo Spinoza (1985), o início do pensamento ético está ainda em Sócrates (nascido em 470 ou 469 a.C.), para quem existiria na alma humana um bem em si, sendo fundamental que o homem conhecesse a si mesmo antes de agir. A ética socrática está vinculada à necessidade humana de ser feliz e isso só seria possível a partir da descoberta da virtude existente em seu âmago. Sócrates propunha uma equação simples, cujo resultado seria a receita da felicidade humana. “O homem age retamente quando conhece o bem e, conhecendo-o, não pode deixar de praticá-lo; por outro lado, aspirando ao bem, sente-se dono de si mesmo e, por conseguinte, é feliz” (SÓCRATES *apud* SÁNCHEZ-VÁSQUEZ, 1969, p. 238).

Discípulo de Sócrates, Platão (nascido em 427 a.C.) apresenta uma ética cuja finalidade seria conduzir o homem à prática do bem. Entretanto, essa virtude está além do mundo dos sentidos e para alcançá-la é preciso transcender ao aspecto físico. Isso porque o bem proposto pela ética platônica deveria ser praticado por todos para que a práxis humana fosse justa, boa, correta, compondo, assim, o estado ideal. Mas isso só seria possível por meio de um conhecimento superior, que ia além dos limites dos sentidos, uma razão superior, que transpõe o mundo físico. Para Platão, antes de tudo, para alcançar o bem, seria necessário entender o que define o *ser*. Percebendo a natureza e o estado das coisas, ele observou que uma madeira que queima transforma-se em carvão, por isso seria preciso entender qual a essência maior, além do aspecto físico, que define o que era madeira e agora é carvão. “Pois, segundo entendo, no limite do cognoscível é que se avista, a custo, a ideia do Bem; e, uma vez avistada, compreende-se que ela é para todos a causa de quanto há de justo e belo (...)” (PLATÃO, 2000, p. 212-213).

Apesar de ser referendada em Sócrates e Platão, foi Aristóteles (nascido em 384 a.C.) o grande precursor do estudo da ética, definindo seu campo de ação. Ele rompe com os ensinamentos de seu mestre, Platão, ao defender que não existe um estado ideal dissociado do homem, que é concreto e, assim, é nele que existem as ideias. Aristóteles reforça a doutrina de que a finalidade de cada indivíduo, independentemente da atividade que exerça, é a felicidade, e esta não está nos prazeres e, sim, na razão. Ele reconhece a importância das posses materiais apenas na quantidade suficiente para que sua ausência não comprometa a felicidade. Sánchez-Vásquez (1969) lembra que a ética de Aristóteles também está vinculada à filosofia política, uma vez que para ele – como para seu mestre – o homem é um ser político e social e deve viver, necessariamente, em sociedade. Não existe possibilidade de avaliar valores éticos ou morais de indivíduos isolados.

Foi Aristóteles também quem distinguiu o saber teórico (contemplação para desvendar os mistérios da existência de tudo que há, independentemente da vontade do homem) e o saber prático (conhecimento daquilo que existe a partir da ação do homem). O saber prático foi dividido por ele em práxis e técnica. Na práxis, o indivíduo, suas ações e seus propósitos são inseparáveis, uma espécie de trindade (do latim *trinitas*, ou três em unidade), onde os três são o mesmo. A técnica é o conhecimento capaz de produzir alguma coisa. É na práxis que está a ética aristotélica.

Na práxis ética somos aquilo que fazemos e o que fazemos é a finalidade boa ou virtuosa. Ao contrário, na técnica, diz Aristóteles, o agente, a ação e a finalidade da ação estão separados, sendo independentes uns dos outros. Um carpinteiro, por exemplo, ao fazer uma mesa, realiza uma ação técnica, mas ele próprio não é essa ação nem é a mesa produzida pela ação. A técnica tem como finalidade a fabricação de alguma coisa diferente do agente e da ação fabricadora. Dessa maneira, Aristóteles distingue a ética e a técnica como práticas que diferem pelo modo de relação do agente com a ação e com a finalidade da ação (CHAUÍ, 2000, p.438)

Para Aristóteles, a vontade racional, a deliberação e a escolha fazem da prudência e da sabedoria prática as primeiras virtudes, uma vez que, por seu uso, o indivíduo é capaz de agir de maneira ética levando em conta um resultado da ação que seja bom para os outros e para si mesmo. Está aí também a relação entre ética e política, uma vez que a ética é uma conduta individual, feita a partir de uma escolha que leva em conta a política, que enseja o bem de toda a sociedade. Toda a tese de Aristóteles tem como gênese o homem enquanto ser racional. Se o homem é racional, então é natural que aja segundo a razão e que este agir conduza-o a uma felicidade plena, sendo este seu principal “dever”.

3.2.2 *Ética Cristã*

Durante dez séculos – e após sangrentas lutas – o Cristianismo se consolidou como religião oficial e se impôs à sociedade medieval, entre os séculos V e XV. Dada à complexidade do sistema político e econômico desse período, com vários níveis de subordinação, é a Igreja Cristã quem garante a unidade social, por meio da submissão a Deus. Nesse cenário, como lembra Sánchez-Vásquez (1969), a ética – como doutrina moral – está impregnada do mesmo conteúdo religioso presente em todas as manifestações da vida medieval.

A ética cristã – como a filosofia cristã em geral – parte de um conjunto de verdades reveladas a respeito de Deus, das relações do homem com o seu criador e do modo de vida prático que o homem deve seguir para obter salvação no outro mundo (SÁNCHEZ-VÁSQUEZ, 1969, p. 243).

A ética cristã não está relacionada ao dever do homem para com a sociedade, mas para com Deus, finalidade suprema. A doutrina cristã se apropria de algumas bases da filosofia de Platão e Aristóteles, como a valorização da virtude para elevação da alma, mas seu fim não é a felicidade do indivíduo e, sim, alcançar graça perante Deus. A escolha pela prática do bem tem como finalidade preparar o homem para uma existência plena num plano sobrenatural, ao mesmo tempo em que o induz à abnegação dos bens materiais e ao conformismo de sua condição social. Diferentemente daquilo que defende Aristóteles, o cristianismo não apregoa a felicidade como finalidade do homem. Pelo contrário, previne-o para as atribulações deste mundo, exortando-o a manter-se firme na prática das virtudes, enquanto almeja uma vida plena após a morte.

Sánchez-Vásquez (1969) analisa que, paradoxalmente, ao mesmo tempo em que tolera e até estimula as desigualdades entre os homens – incluindo a escravidão e servidão – o cristianismo propagava a igualdade entre todos os homens diante de Deus. Essa igualdade independia de qualquer variável. Os servos mais humildes e os reis mais poderosos deveriam praticar o mesmo bem, uma vez que ambos eram iguais perante Deus. Assim, num dos períodos mais sombrios da História da Humanidade, o cristianismo consegue impor uma ética que promete igualdade na sociedade mais desigual que a humanidade já teve. Sobre essa questão, Aquino (1995) pondera que:

Vulgarmente se dice que las cosas que se igualan se ajustan. Ahorabien: La igualdad se establece en relación a outro. Pero las demás virtudes

perfeccionan al hombre solamente en aquellas cosas que le convienen a él mismo (AQUINO, 1995, p. 470)

O conceito de liberdade e escolha, que também tem sua gênese nos pensadores gregos, é reapresentado na ética cristã medieval, como o livre arbítrio dado ao homem pelo próprio Deus. Entretanto, a doutrina cristã alerta que a escolha primeira do homem tende a ser para o mal, dada a sua origem em Adão e Eva. Dessa forma, para manter-se em retidão, a única escolha certa é seguir as leis de Deus (ou, os princípios éticos/doutrinários defendidos pela Igreja em nome de Deus). Assim, a ética cristã se apresenta como um rigoroso código deontológico, com um conjunto de normas escritas – elaboradas a partir dos textos bíblicos – e que deverão ser seguidas, sob pena de se perder a salvação da alma – e, em muitos casos, ser castigado aqui mesmo na terra.

“A Teologia Moral tinha uma preocupação constante com normas. Era simplesmente um bloco de normas, leis, proibições, tabus. Tudo registrado, com sua regulamentação; o que evidentemente interessava muito às autoridades. As autoridades estavam interessadas nessas normas, porque podiam impor a norma e o coitado do súdito que se virasse” (FERREIRA e TOSTA *apud* FERREIRA e PEREIRA, 2012, p. 109).

Durante o período em que a Igreja era responsável por manter a ordem moral, todo o pensamento filosófico foi subordinado à teologia. Logo, a ética, que é disciplina da filosofia, se tornou uma ética teológica, que tinha Deus como finalidade. Santo Agostinho utiliza-se de conceitos da virtude que leva à prática do bem esboçados pelos gregos ao afirmar que “Com certeza, não nos é mais íntima a ciência das letras do que a consciência, que manda não fazer a outrem o que não queremos que não nos façam” (Agostinho, 2007, p.11). Entretanto, o autor se afasta da ética pensada na Grécia quando defende a interiorização da virtude como uma experiência pessoal, vivenciada a partir de uma relação individual com Deus, sendo este a única interseção entre todos os indivíduos.

Grosso modo, podemos resumir que a ética cristã pregava o amor, ordenado pelo próprio Jesus Cristo como um novo mandamento¹⁶, que tinha por princípio básico amar a Deus sobre todas as coisas e ao próximo como a si mesmo. Esse amor motivaria o homem a exercer suas virtudes e a praticar o bem.

¹⁶É o próprio Jesus Cristo que rompe a obrigatoriedade do cumprimento dos 10 mandamentos, quando anuncia seu novo mandamento, onde todos os demais estariam inclusos: “Amarás, pois, ao Senhor teu Deus de todo o teu coração, e de toda a tua alma, e de todo o teu entendimento, e de todas as tuas forças; este é o primeiro mandamento. E o segundo, semelhante a este, é: Amarás o teu próximo como a ti mesmo. Não há outro mandamento maior do que estes”. (LUCAS. In Bíblia. Tradução de João Pereira de Almeida. Brasília – DF: Sociedade Bíblica do Brasil. 1969. p. 88. Edição Revista e Atualizada. N.T.)

Em seu artigo sobre a morada da moral, Ferreira e Pereira (2012) lembram que os valores pregados como virtudes pela Igreja eram valores clericais, que inibiam a práxis pessoal. A Igreja impunha uma ética, um dever ser que não admitia transgressão, o que inibia o caráter do *ethos*, que se forma a partir do conflito, da reflexão pessoal sobre como agir levando em conta o bem que a ação produzirá. Recorrendo a Frei Bernardino, os autores lembram que essa imposição dos manuais teológicos ia contra o livre arbítrio, ou o amor ao próximo como uma escolha.

Após tornar-se religião oficial, a Igreja criou dogmas de valorização das virtudes que todo cristão deveria adotar para garantir a redenção de sua alma. Entretanto, o Papa Gregório Magno, ainda no final século IV, quis entender porque o homem tinha propensão ao pecado e, ainda, para quais pecados havia maior inclinação. Como rememora Lauand (2001), com ajuda de “pesquisadores de campo”, o Papa Gregório concluiu que existem vícios que comprometiam a prática das virtudes. Assim, antes de doutrinar para o bem, era preciso conhecer o mal, a fim de combatê-lo. Em suas ponderações, o Papa Gregório percebeu que existem vícios dos quais vários outros são originados e, por isso, esses seriam mortais. Com isso, os pecados e não as virtudes passaram a ser a base da doutrina cristã.

Mas foi apenas no século XIII que Tomás de Aquino (nascido em 1225) condensou em sete os pecados mortais e os publicou em sua *Suma Teológica*, em que detalha o mal que se segue à prática de cada um dos vícios, resumindo todos os desvios éticos da conduta do ser humano. Os vícios descritos por Tomás de Aquino ficaram conhecidos como os sete pecados capitais, sendo eles: soberba, avareza, luxúria, inveja, gula, ira e preguiça. Junto com os sete pecados capitais, Tomás de Aquino também divulgou sete virtudes como uma espécie de antídoto capaz de combater cada um dos vícios. Assim, a humildade se oporia à soberba; a caridade à avareza; a castidade à luxúria; a bondade à inveja; a temperança à gula; a paciência à ira e a diligência à preguiça.

Os textos serviram apenas para desanimar qualquer cristão, na ânsia de evitar tantos pecados, o sacrifício da missa era o sacrifício de alto risco mesmo, visto que todas as muitas rubricadas tinham o carimbo do pecado mortal, venial, certo, provável. Os mandamentos eram uma selva de entradas proibidas, mais aprendizagem e pecados do que estímulo à vida cristã (LEERSapud FERREIRA e PEREIRA, 2012, p.110).

A partir da publicação da *Suma Teológica* de Tomás de Aquino, a Igreja percebeu que o pecado tinha forte potencial de manipulação. A doutrina passou a ser embasada no fato de que o pecado afastava o homem de Deus e, quando isso acontecia, a ira divina

vinha na forma de castigo, punindo a todos. O medo se tornou um poderoso instrumento de dominação da Igreja. De acordo com Funari e Pelegrini (2009), o período acabou sendo conhecido como Idade das Trevas, pelo combate à liberdade de pensamento com base na razão, incluindo descobertas científicas.

3.2.3 *Ética Moderna ou Iluminista*

No final da Idade Média, na transição para a Era Moderna, quando o pensamento sobre a moral humana começou a perder a influência da Igreja, livrando-se de noções de pecado e da ética teológica, o pensador italiano Nicolau Maquiavel (nascido em 1469) desconsidera os conceitos sobre moral e virtudes ao defender que os fins justificavam os meios. Para ele, não eram as virtudes, mas, sim, os resultados que deveriam nortear a ação humana. É bom lembrar que Maquiavel viveu num período ainda de dominação da religião cristã e da submissão do Estado à Igreja; período, este, com grande desordem social e disputas de poder. Os estudos de Maquiavel influenciaram alguns pensadores que lhe sucederam e, dado ao caráter pragmático de suas ideias, acabou por dar origem ao adjetivo *maquiavélico* – usado para designar pessoa em quem predomina a astúcia, a má-fé e o oportunismo; pérfido, artiloso, velhaco¹⁷. Em sua obra *O Príncipe*, o autor defende que num mundo conturbado e de desilusões, um príncipe deveria surgir para colocar ordem em tudo e defender o povo. Para tanto, ele deveria usar os meios necessários, inclusive a violência. Entre suas máximas – objetos de estudos políticos até os dias de hoje – está:

Um príncipe não deve, pois, temer a má fama de cruel, desde que por ela mantenha seus súditos unidos e leais, pois que, com mui poucos exemplos, ele será mais piedoso do que aqueles que, por excessiva piedade, deixam acontecer assassinios ou rapinagens: porque estes costumam prejudicar a comunidade inteira, enquanto aquelas execuções que emanam do príncipe atingem apenas um indivíduo (MAQUIAVEL, 2010, p. 97).

Para Maquiavel, a política deveria unir os homens. E a política é representada por um líder, um príncipe, que seja capaz de não temer nada e fazer tudo que for preciso para garantir o bem-estar de seus súditos, sendo esta capacidade a única “virtude” defendida pelo pensador. Maquiavel provoca a ética cristã também quando afirma que o homem deve buscar poder, honra e glória, além de bens na terra – e não se contentar com uma vida miserável e esperar por recompensas na vida pós-morte. Além disso, ele já pregava uma

¹⁷Dicionário Aurélio online, disponível em: <http://dicionariodoaurelio.com/maquiavelico>

ética relativa, em que o homem deveria ser livre para agir de acordo com a necessidade do momento. “Por isso, o homem cauteloso, quando é tempo de passar para o ímpeto, não sabe fazê-lo e, em consequência, cai em ruína, dado que se mudasse de natureza de acordo com os tempos e as coisas, a sua fortuna não se modificaria” (MAQUIAVEL, 2010, p. 148).

A chegada da Era Moderna representa o início de grandes transformações para a humanidade, quando revoluções ocorrem em todas as áreas. A ciência ganha destaque, especialmente a partir dos estudos de Galileu e Newton, cujas descobertas têm impacto na economia, impulsionando novas forças produtivas que dão início às relações capitalistas de produção (Sánchez-Vásquez, 1969), que, por sua vez, desencadeiam novas transformações políticas e sociais, chegando a influenciar até mesmo a formação de estados maiores e mais centralizados. O período, que vai do século XVI ao XIX, também marca o fim da dominação por parte da Igreja Católica, que não possui mais sua função de guardião da ética e da moral, a partir dos movimentos da Reforma Protestante, que acaba por eliminar a unidade da Igreja Cristã.

A nova sociedade que surge na Era Moderna consolida um processo de separação de tudo aquilo que a Igreja transformou em um só: “a) a razão separa-se da fé (a filosofia da teologia); b) a natureza, de Deus (as ciências naturais, dos pressupostos teológicos); c) o Estado da Igreja; e d) o homem de Deus” (Sánchez-Vásquez, 1969, p. 247). O homem passa a adquirir valor pessoal, com razão, vontade própria, capaz de agir com base nesta vontade. É o homem, e não mais Deus, o centro de tudo. Mondin (1980) explica bem isso:

No período moderno, a perspectiva teocêntrica cede lugar à antropocêntrica: o homem toma consciência da sua autonomia e, por isso, a liberdade não constitui mais um problema para as relações com Deus, mas somente para as relações com as outras faculdades (sobretudo com as paixões) e com os outros indivíduos, com a sociedade, o Estado (MONDIN, 1980, p. 110).

Foi o prussiano Immanuel Kant (nascido em 1724), um dos expoentes da filosofia moderna, quem conseguiu fundamentar na razão todos os princípios da natureza humana. Em sua principal obra, *Crítica da razão pura*, publicada em 1781, defende o rompimento com a tradição (conhecimento não científico), e apresenta a razão como o único caminho para se alcançar a verdade, se tornando um marco do pensamento moderno. Os textos de Kant se opõem ostensivamente à fé. Mas foi em *A Fundamentação da metafísica dos costumes*, em 1785, ao abordar especificamente os problemas da moral, que Kant estabeleceu o imperativo categórico. O filósofo não admite relativismo em relação à ética,

ou ao dever ser, e o imperativo categórico se resumia a “Age apenas segundo uma máxima tal que possas ao mesmo tempo querer que ela se torne lei universal” (Kant, 2007, p. 59). A proposta era que diante de qualquer situação, antes de agir, o indivíduo ponderasse se diante de situação semelhante, devia-se sempre promover a mesma ação.

De acordo com Kant, não existe bondade natural, uma vez que por essência, o homem possui características como ambição, agressividade, crueldade, destruição e avidez por prazeres pelos quais é possível matar, mentir e roubar. Para se tornar ético – e assim, alcançar a felicidade – era preciso se submeter ao dever, à boa vontade. Nisso, a filosofia de Kant se assemelha à teologia da Igreja da Idade Média. A diferença é que, para Kant, o dever do homem é para consigo próprio e para com seus semelhantes e não para com Deus. “(...) a boa vontade parece constituir a condição indispensável do próprio facto de sermos dignos da felicidade” (KANT, 2007, p. 22).

O filósofo alemão Friedrich Hegel (nascido em 1770) – precursor de ideias defendidas mais tarde por Karl Marx – apresenta uma nova perspectiva para a ética moderna, determinada pela relação homem-cultura-história. De acordo com Bresolin (2008), para Hegel a ação ética é determinada pelas relações sociais, pois a vontade individual deve ser submetida à vontade coletiva, de maneira que o resultado da ação satisfaça a ambas as vontades. Ainda conforme o autor, Hegel faz críticas à obra de Kant, alegando que o imperativo categórico é apenas uma forma vazia de dever simplesmente pelo dever. Para Hegel, é preciso determinar o dever dentro dos diferentes níveis de instituições, isto é, na família, na sociedade civil e no Estado.

Na Idade Moderna, os filósofos refletiram muito sobre o comportamento humano, com vistas a propor uma sociedade menos desigual e, para tanto, teorizaram sobre a essência do homem e como essa essência era corrompida, privando-o da liberdade e, por conseguinte, da felicidade à qual está destinado. O suíço Jean-Jacques Rousseau (nascido em 1712) também se contrapõe ao pensamento de Kant, defendendo que o homem é bom por natureza e que são as obrigações e conveniências sociais que o corrompem. Defensor da igualdade e da liberdade, para Rousseau é a desigualdade social que tolhe a liberdade genuína e em seu lugar faz surgir o culto às aparências e às regras sociais – incluindo também as normas morais –, que oprimem o homem e lhe tiram do caminho do bem. Ao criticar os males que a chamada sociedade civil causa ao homem, Rousseau lembra que a responsabilidade pela opressão daqueles que muito acumulavam, à custa da liberdade dos demais, era dividida com os oprimidos, que aceitavam com passividade as regras que lhes eram impostas.

O verdadeiro fundador da sociedade civil foi o primeiro que, tendo cercado um terreno, lembrou-se de dizer *isto é meu* e encontrou pessoas suficientemente simples para acreditá-lo. Quantos crimes, guerras, assassínios, misérias e horrores não poupou ao gênero humano aquele que, arrancando as estacas ou enchendo o fosso, tivesse gritado a seus semelhantes: 'Defendei-vos de ouvir esse impostor; estareis perdidos se esquecerdes que os frutos são de todos e que a terra não pertence a ninguém' (ROUSSEAU, 1978, p. 259).

Rousseau dá menos crédito à razão do que Kant. Para o autor suíço não é a razão e, sim, as paixões humanas responsáveis pelas descobertas da ciência e pela sua capacidade de modificar a natureza das coisas para que estas lhes sirvam a algum propósito.

É pela sua atividade (das paixões) que nossa razão se aperfeiçoa; só procuramos conhecer porque desejamos usufruir e é impossível conceber por que aquele, que não tem desejos ou temores, dar-se-ia a pena de raciocinar. As paixões, por sua vez, encontram sua origem em nossas necessidades e seu progresso em nossos conhecimentos, pois só pode desejar ou temer as coisas segundo as ideias que delas se possa fazer ou pelo simples impulso da natureza; o homem selvagem, privado de toda a espécie de luzes, só experimenta as paixões desta última espécie, não ultrapassando, pois, seus desejos e suas necessidades físicas (ROUSSEAU, 1978, p. 244).

Mesmo sem tratar diretamente sobre ética, Rousseau se incomoda com a maneira como a sociedade, com suas regras de conduta moral, sufoca o homem selvagem, de natureza boa. Menos empolgado com a luz da ciência sobre a humanidade do que outros filósofos modernos, o autor provocou seus contemporâneos ao afirmar que a ciência é uma manifestação da arrogância humana e, portanto, fruto dos vícios humanos e não das virtudes.

A astronomia nasceu da superstição; a eloquência, da ambição, do ódio, da adulação, da mentira; a geometria, da avareza; a física, de uma curiosidade infantil; todas elas, e a própria moral, do orgulho humano. As ciências e as artes devem, portanto, seu nascimento a nossos vícios (ROUSSEAU, 1978, p. 243).

Citar Rousseau num estudo da ética – ou da filosofia moral – tem certa dose de ironia, posto que este acreditava que a prática da bondade deveria ser natural (pois o homem é bom por natureza) e as reflexões sobre o tema servem apenas para ocultar tal bondade.

Depois que os sábios começaram a surgir entre nós', diziam os próprios filósofos, 'eclipsaram-se as pessoas de bem'. Até então os romanos tinham se contentado em praticar a virtude; tudo se perdeu quando começaram a estudá-la (ROUSSEAU, 1978, p. 241).

3.2.4 *Ética Contemporânea*

As concepções sobre ética sempre surgem dentro de um momento histórico, em que o homem se vê compelido a pensar em sua existência. O homem não é uma existência casual, mas uma obra em construção. Na ética contemporânea, uma nova situação histórica é vivenciada e novas questões são levantadas. O momento se configura pelo surgimento de uma civilização técnico-científica e da quebra de paradigmas em relação às teorias éticas apresentadas anteriormente. A profusão de pensadores que dedicaram seus estudos ao comportamento humano, nos quais a ética e os estudos da moral estão incluídos, tornam a contemporaneidade um período bastante fértil em obras que têm o homem e sua existência como objetos de reflexões. É a partir do século XIX que se começa a pensar a ética livre da razão absoluta, defendida pelos pensadores modernos, bem como dos dogmas religiosos, reforçados pelo Cristianismo na Idade Média.

Neste período, existe a reafirmação do homem como ser livre e cuja existência está em construção, sendo esta voltada para si mesmo. É o francês Jean-Paul Sartre quem propõe uma ética existencialista, defendendo que o homem é livre para escolher o que quiser ser. “Ao afirmarmos que o homem se escolhe a si mesmo, queremos dizer que cada um de nós se escolhe, mas queremos dizer também que, escolhendo-se, ele escolhe todos os homens” (Sartre, 1987, p. 6). A premissa de Sócrates “conhece-te a ti mesmo” encontra ressonância em Sartre, que considera o homem como um ser desprendido das influências políticas e religiosas e esta liberdade torna-o responsável por suas escolhas e por suas ações. Entretanto, essas devem levar em conta valores universais, que, ao final, impõem ao homem grande responsabilidade. “Portanto, a nossa responsabilidade é muito maior do que poderíamos supor, pois ela engaja a humanidade inteira” (Sartre, 1987, p.6). A liberdade humana defendida por Sartre não é comprometida com a imputação que deve demonstrar em suas escolhas. Essa liberdade implica em que, não deputando dogmas políticos, religiosos ou de qualquer natureza, o homem é o único responsável por aquilo que escolhe ser.

Mondin (1980) reforça o pensamento de Sartre ao afirmar que não existem forças mundanas ou sobrenaturais que aprisionem o homem e influenciem suas decisões. A liberdade está comprometida pelas forças sociais, forças criadas pelo próprio homem e que se voltam contra ele. O autor defende que num mundo de avanços em todas as áreas e progressos, o maior desafio do homem é reencontrar sua liberdade neste contexto. “O

problema é encontrar a forma de conciliar o progresso com a liberdade” (MONDIN, 1980, p. 111).

De certa forma Sartre dialoga com o alemão Friedrich Nietzsche, quando este faz duras críticas às virtudes morais e à ética, especialmente como estas se configuram por meio da filosofia ocidental metafísica e também da ciência, com a supervalorização da razão, uma vez que ambas propõem fórmulas para solucionar as angústias do homem, o que, para ele, tira-lhe a essência. Segundo Sartre (1987), o homem é primeiro existência e depois passa a ser essência, e isto significa que “em primeira instância, o homem existe, encontra a si mesmo, surge no mundo e só posteriormente se define” (Sartre, 1987, p. 6). Nietzsche critica que o Cristianismo com sua pregação das virtudes – em especial, da compaixão –, bem como a ciência, que matou Deus com sua razão, tira do homem sua essência, condenando-o ao niilismo (existência sem sentido ou finalidade). Para ele, nem Deus nem a Ciência possuem a verdade, sendo esta uma pluralidade, em que tudo é relativo. Assim, se não há nenhum valor absoluto, então a ética também é ponderável. “Toda ética até aqui mostrou-se infinitamente limitada e local: cega e de má-fé com relação às leis reais, ainda por cima” (NIETZSCHE *apud* AZEREDO, 2009, p. 91).

Mesmo não atribuindo um valor absoluto à ética, isso não representa para Nietzsche indisposição para a discussão sobre o assunto, mas, sim, uma proposta de partida para novas discussões, sem a pregação da compaixão, feita pelo Cristianismo, e sem o imperativo categórico de Kant. Quanto a isso, o pensador faz alguns questionamentos:

Sob que condições o homem inventou para si os juízos de valor “bom” e “mau”? e que valor têm eles? Obstruíram ou promoveram até agora o crescimento do homem? São indícios de miséria, empobrecimento, degeneração da vida? Ou, ao contrário, revela-se neles a plenitude, a força, a vontade da vida, sua coragem, sua certeza, seu futuro? (NIETZSCHE, 1998, p.9).

Conforme Nietzsche (1998), é preciso buscar as origens históricas da consciência moral e do asceticismo (renúncia aos prazeres mundanos por meio do autocontrole do corpo e do espírito, imprescindível para quem deseja alcançar a Deus, a verdade ou a virtude). O autor defende que é a própria moral que precisa ser discutida, problematizada, uma vez que desde Sócrates ela, a moral, não apenas foi sendo travestida, mas imposta por si mesma, obrigando todos à submissão à sua doutrina, especialmente na Idade Média, quando a fé cristã se estabeleceu de maneira hegemônica. Assim, a moral sempre foi uma questão importante para os pensadores de todas as épocas, que sempre apresentaram uma moral dominante, sem nunca tê-la considerada um problema que necessitasse ser estudado

com a contextualização da origem do próprio homem, sendo empregado esforço apenas no sentido de estabelecê-la como padrão de comportamento.

“Temos na origem” – assim decretam eles – “ações não-egoístas, louvadas, e denominadas boas por parte daqueles a quem foram demonstradas, portanto a quem foram úteis; mais tarde, temos essa origem do louvor esquecida, e as ações não-egoístas, simplesmente porque habitualmente eram louvadas como boas, sentidas também como boas - como se fossem em si algo de bom”(NIETZSCHE, 1999, p. 341).

O autor reforça seu posicionamento lamentando a falta de estudos que buscassem a gênese da moral, haja vista que todos os pensadores que haviam tratado do tema antes dele apresentavam a moral como algo que, após gerar toda desconfiança, discórdia e contradição, se estabelecia de comum acordo. Além disso, não é apresentado nenhum fato novo, além de expor um grave erro ao considerar que exista hegemonia entre os povos e que, portanto, a mesma ética pode ser utilizada igualmente por todos. Refutando o *dever ser*, imperativo categórico universal de Kant, Nietzsche defende a ética do *o que vem a ser*, que seria uma manifestação individual, já que os homens são diferentes entre si, em lutas pessoais e em hierarquia relacionadas aos outros homens. Essa mesma questão é, mais tarde, pensada por Foucault: “Penso que não há sujeito soberano, fundador, uma forma universal de sujeito que poderíamos encontrar em toda parte” (FOUCAULT, 1994, p.733).

Nietzsche situa o agir humano na perspectiva da explosão de força, isto é, na manifestação das lutas que se processam em profundidade. Assim, falar no que vem a ser é resgatar os processos não conscientes determinantes daquilo que se tem acesso através da consciência. Por isso, a necessidade manifesta-se no sentido de que só pode vir-a-ser aquilo que já se é, pois são as hierarquias resultantes das lutas que situam o homem na relação com outro homem (AZEREDO, 2009, p. 98)

Nietzsche dedica uma fase de seus estudos à racionalidade humana, que, para ele, opõe-se aos instintos naturais, o que acaba impedindo o desenvolvimento de seu potencial. O autor também se contrapõe ao pensamento moderno e apregoa a desconstrução das virtudes estabelecidas, reduzindo a nada todos os valores tradicionais com base na ideia de que não há um sentido maior para a existência humana. Assim, ele também critica ferozmente a religião, especialmente quando apregoa um sentido maior para a vida pós-morte, desviando a vontade de potência para um nível sobrenatural, inexistente para o autor. A religião, que valoriza as virtudes humanas, é apenas um utilitário de controle de massas.

Pois a religião sossega a mente do indivíduo em tempos de perda, de privação, de pavor, de desconfiança, portanto, quando o governo se sente sem condições para fazer diretamente algo para mitigar os sofrimentos de alma do homem privado: e mesmo diante de males gerais, inevitáveis e, de imediato, inelutáveis (fomes, crises monetárias, guerras), a religião assegura um comportamento pacato, paciente, confiante da multidão (NIETZSCHE, 1999, p.92).

Desenvolvendo outra linha de raciocínio, o historiador e filósofo francês Michel Foucault reflete que o homem contemporâneo é desprovido de liberdade, uma vez que suas ações estão atreladas a vários grupos sociais que o controlam: família, escola, trabalho. Em seus estudos sobre o estoicismo – muito defendido na ética cristã – ele apresenta novo modelo para o homem cuidar da própria existência, mantendo o vínculo com outros homens, mas sem impor a si mesmo condutas restritivas que tolhem sua liberdade e felicidade. “Ocupar-se de si [...] Não há outro fim nem outro termo além do propósito de estabelecer-se junto a si, residir em si mesmo, fazer aí sua morada” (FOUCAULT, 1994, p. 356).

A ética em Sócrates passa, necessariamente, pelo “conhece-te a ti mesmo”, como forma de encontrar o bem que existe no homem. Foucault amplia o imperativo socrático para “cuida-te de ti mesmo”. O homem que cuida de si consegue viver em liberdade em relação aos outros homens, por meio de uma individualização que o destaca, o diferencia. O autor avalia que isso não tem relação com a ideia de egoísmo. Cuidar de si é um princípio básico da ética. “Não digo que a ética seja o cuidado de si, mas que, na Antiguidade, a ética como prática racional da liberdade girou em torno desse imperativo fundamental: “cuida-te de ti mesmo” (FOUCAULT, 2010, p. 268).

No início da década de 1970, o alemão Karl-Otto Apel publica o artigo *O a priori da comunidade de comunicação* (mais tarde incluído no livro *Transformação da filosofia*), em que propõe uma ética comunicativa, com influência da filosofia pragmática e da filosofia analítica. De acordo com Gondim (2010), Apel percebeu que a fundamentação das ciências e das éticas se baseava em métodos que limitavam a leitura do objeto analisado, encerrando-o. “Com esta constatação, ele e Habermas operaram a guinada pragmática da argumentação fazendo surgir a segunda geração de Frankfurt” (GONDIM, 2010, p. 1). A partir de então, Apel e Habermas revisam o trabalho de Kant e produzem um novo conceito de racionalidade, que tem como base o discurso da linguagem, que vai muito além da sintaxe e da semântica. Apel recorre a argumentos transcendentais para

fundamentar sua sociedade de fala ideal, onde todos podem participar da discussão. Isso liga a ética às estruturas profundas da racionalidade humana.

A Ética Comunicacional, que é um neokantismo transformado, esboça os princípios gerais de pertença e comportamento no seio da comunidade de comunicação, como o de que todo o sujeito que participa na discussão re conhece implicitamente as pretensões dos restantes membros (GONDIM, 2010, p. 2).

O ensaio de Jürgen Habermas (*Teorias da verdade*), publicado na mesma década, apresenta a situação da fala ideal proposta por Apel. Para o autor, a racionalidade defendida desde Kant é manifestada também na estrutura da linguagem, uma vez que quem fala pretende ser compreendido. Assim, a ética estudada por Habermas é a ética do discurso. Em síntese, a teoria da ação comunicativa propõe que todos têm o mesmo direito à fala e, após apresentados todos os argumentos, busca-se o consenso, sendo este a verdade. Não a verdade objetiva, mas a verdade aceita por todos envolvidos nesse processo. A ética do discurso de Habermas prioriza o coletivo em detrimento do indivíduo, pois uma norma só pode ser aceita quando todos tiveram oportunidade de construí-la a partir de seus próprios argumentos. Com isso, o filósofo repensa o imperativo categórico de Kant.

Em vez de impor a todos os outros uma máxima que eu quero que se torne uma lei universal, eu submeto minha máxima a todos os outros para examinar, ao lido de uma discussão, sua pretensão de universalidade. Assim, se opera o deslocamento: o centro de gravidade já não reside naquilo que cada um quer fazer valer, sem ser contrariado, como sendo uma lei universal, mas naquilo que todos possam receber unanimemente como norma universal (HABERMAS *apud* PEGORARO, 2006, p. 146).

A ética proposta por Habermas, a partir da construção de normas por meio do consenso, sem imposição ou coerção, é defendida por alguns autores como sendo uma proposta democrática, incluindo, uma vez que o agir em sociedade passa a ser feito por meio da linguagem, do discurso, da argumentação que chega às normas aceitáveis como princípio universal. “Só o debate, ao longo do qual os argumentos de cada participante são avaliados de modo crítico, sem imposição e respeito à igualdade dos interlocutores, pode estabelecer a validade dos enunciados morais” (HABERMAS, 1989, p. 86).

A ética de Habermas consiste em tornar palatáveis normas existentes e conflitantes, por meio do consenso, alcançado pelo debate de argumentos. Entretanto, para que essa ética seja alcançada, conforme Pegoraro (2006), são necessários critérios para apresentação dos argumentos, que devem ser seguidos por todos os agentes envolvidos na discussão, a fim de que esta seja exitosa. Os falantes precisam ser claros e se fazerem compreender por

todos os interlocutores; os falantes devem dizer a verdade; o discurso deve pretender a correção de normas em conflito quanto à sua universalidade; o discurso deve pretender a sinceridade que leve ao consenso. "Falar é *ipso facto* levantar uma pretensão de validade; qualquer pessoa que realiza um ato de fala é obrigada a exprimir pretensões universais à validade e de se supor que é possível honrá-las" (HABERMAS *apud* PEGORARO, 2006, p. 118).

A profusão de autores e trabalhos importantes que refletem sobre a ética na contemporaneidade causou a necessidade de dividir os campos de estudos da ética neste período, fazendo surgir linhas de pensamentos como Existencialismo, Pragmatismo, Psicanálise, Marxismo, Neopositivismo e Filosofia Analítica. É interessante perceber que todas as correntes contemporâneas que se debruçam sobre a ética são contra a universalidade e a racionalidade absoluta, buscando encontrar respostas para questões do comportamento do homem, enquanto ser social no próprio homem, como indivíduo.

3.2.4.1 Existencialismo

O existencialismo surge a partir da luta ideológica do dinamarquês S. Kierkegaard, que se posicionou categoricamente contra o racionalismo absoluto de Hegel, para qual a existência do indivíduo era indiferente, uma vez que, o sujeito é a própria razão, sendo o homem apenas mais um elemento no desenvolvimento dessa razão. "Para Kierkegaard, ao contrário, o que vale é o homem concreto, o indivíduo como tal, isto é, a sua subjetividade" (Sánchez-Vásquez, 1969, p. 252). O princípio de Kierkegaard, que marca o início do Existencialismo, é o homem no seu comportamento plenamente subjetivo, daí suas complexidades impossíveis de serem explicadas pela razão absoluta de Hegel. Ainda conforme Sánchez-Vásquez (1969), Kierkegaard defende que o homem possui três estágios distintos de existência:

O estágio superior é o religioso, porque a fé que o sustenta é uma relação pessoal, puramente subjetiva, com Deus. O estágio ético ocupa um degrau inferior, embora acima do estético; e, no ético, o indivíduo deve pautar o seu comportamento por normas gerais e, por isto, perde em subjetividade, ou seja, em autenticidade. Porque ainda não garante a conquista do homem concreto como indivíduo radical, que só alcança na religião, a ética não passa de sua antecâmara (SÁNCHEZ-VÁSQUEZ, 1969, p. 253).

Sartre também defende o homem como ser livre e em busca de sua construção, de sua essência. Mas se distingue de Kierkegaard pelo fato de ser ateu e, se para Sartre Deus

não existe, então é necessário que se deduza da equação do existencialismo todas as consequências de sua existência. Sem a influência da crença no Divino, o existencialismo se dedica a refletir sobre o homem como ele realmente é, sem vínculos com um criador com quem tenha que manter algum tipo de relação que influencie em seu comportamento.

3.2.4.2 Pragmatismo

O pragmatismo, enquanto corrente do pensamento ético e filosófico, surge nos Estados Unidos, entre o final do século XIX e início do século XX, tendo como pano de fundo os grandes avanços tecnológicos, o progresso científico e o desenvolvimento industrial. Sánchez-Vásquez (1969) explica que, a partir da mercantilização das atividades humanas, a ética deixa de ser uma discussão especulativa e parte para o pragmatismo, com foco na solução de problemas que levam ao êxito. “O pragmatismo caracteriza-se pela sua identificação da verdade como útil, no sentido daquilo que melhor ajuda a viver a conviver” (SÁNCHEZ-VÁSQUEZ, 1969, p. 255).

Entre os principais representantes do pragmatismo está Charles Sanders Peirce, defendendo que a verdade, dentro da concepção científica, só é verdade quando validada pela prática. “As teorias científicas são conjuntos de hipóteses cuja validade só pode ser determinada levando-se em conta sua eficácia e seu sucesso, ou seja, seus resultados, efeitos e consequências e, portanto, a prática científica propriamente dita” (Haack *apud* Marcondes, 2000, p. 39). No campo da ética, o pragmatismo também propõe a eficácia que leva ao êxito e, por isso, o conceito e o valor do que é bom varia de acordo com o objetivo, com a situação. De acordo com Marcondes (2000), William James e John Dewey também são precursores do pragmatismo americano, mas seus estudos, apesar de defenderem uma verdade com base nos resultados, foram focados no caráter moral e psicológico do pragmatismo, “desenvolvendo uma filosofia voltada para a prática, no sentido ético e aplicado, analisando a sociedade e a cultura, e preocupando-se com a educação, a política e a moral” (MARCONDES, 2000, p. 39).

Ao criticar o pragmatismo, Sánchez-Vásquez (1969) diz que ele reduz o comportamento ético e moral aos atos que levam ao sucesso pessoal, pois a ética passa a ser apenas um utilitário, perdendo sua subjetividade. Marcondes (2000) faz um contraponto, ponderando que o pragmatismo apenas questiona os valores universais propostos pela ética absoluta. Como os valores éticos variam de acordo com contexto e

outros fatores históricos, então o que é ético hoje pode não sê-lo amanhã. Sendo assim, a ética perde seu sentido e poderá ser útil para cancelar qualquer atitude ou comportamento.

A definição cultural de valores éticos, revela, ao contrário, que as sociedades e culturas que estabelecem esses valores definem normas e regras para sua aplicação e sanções para os que não as cumprem, estabelecendo, assim, uma normatividade que caracteriza a ética em geral. O conteúdo desses valores pode variar e quanto a isso uma análise histórica, antropológica ou sociológica, parece, com efeito, deixar claro (MARCONDES, 2000, p. 44).

3.2.4.3 Psicanálise

A psicanálise é uma corrente de pensamento filosófico que contribuiu para as discussões éticas ao confirmar a existência de atos inconscientes do homem. Nesse caso, um agir inconsciente merece julgamento ético diferenciado. Conforme Junqueira; Coelho Junior; Ernesto (2005), Sigmund Freud não propôs novos conceitos sobre a ética e a consciência moral, uma vez que tais temas eram de interesse da filosofia. O entusiasmo de Freud pelo tema estava restrito a investigar a origem das neuroses, que tinham relação com a consciência moral do indivíduo.

Seu (de Freud) principal objetivo era o de desvendar a gênese da consciência moral e dos sentimentos éticos nos indivíduos e na sociedade. Segundo ele, tais sentimentos não são naturais ou inerentes ao espírito humano, comopensaram alguns filósofos; são criados a partir da convivência em comunidade e se justificam a partir da necessidade de domínio das forças da natureza e da agressividade humana, tendo como função regular os relacionamentos entre os homens – uma necessidade da ordem da sobrevivência da espécie (JUNQUEIRA; COELHO JUNIOR; ERNESTO, 2005, p. 107).

O questionamento principal de Freud é quanto à liberdade do homem paramoldar a si mesmo, presente nos discursos éticos da filosofia ocidental. Sánchez-Vásquez (1969) examina que não se pode falar de uma ética psicanalítica, uma vez que a psicanálise trata apenas do mundo do “é” e a ética, trata do mundo do “dever ser”. Todavia, não se pode desconsiderar que as descobertas sobre as motivações inconscientes e a existência do superego tenham implicações nos estudos da investigação ética. O autor justifica sua ponderação:

O pressuposto básico da psicanálise é a afirmação de que existe uma zona da personalidade, da qual o sujeito não tem consciência, e que é precisamente o inconsciente. Nela são atirados e se armazenam recordações, desejos ou impulsos reprimidos que lutam para escapar desse fundo obscuro, burlando a “censura” exercida pela consciência. Por isso, o inconsciente não é algo passivo e inerte,

mas ativo e dinâmico, influenciando poderosamente no comportamento real do sujeito (SÁNCHEZ-VÁSQUEZ, 1969, p. 256).

Di Matteo (2006) explica que não existem valores opostos nos estudos de Freud em relação à filosofia em geral e à ética em particular. Ele cita trechos de uma carta escrita por Freud a Pfister, em que demonstra desprezo pela ética, enquanto filosofia moral. Vejamos o trecho:

[...] a ética não me diz respeito e o senhor é pastor de almas. Não quebro muito a minha cabeça em relação ao bem e ao mal, mas em geral tenho encontrado pouco de “bem” nas pessoas. A maioria é, segundo minha experiência, canalha, quer pertença aberta ou disfarçadamente a esta, àquela ou a nenhuma doutrina moral (FREUD apud MATTEO, 2006, *online*).

Numa outra missiva, destinada a Putnam, Freud expressa as impressões que tem de si mesmo no que se refere ao comportamento em sociedade:

[...] me considero um ser humano muito moral. [...] Creio que, quando se trata de um sentimento de justiça e consideração pelos outros, para desgosto de fazer sofrer os outros ou de tirar vantagem deles, posso equiparar-me às melhores pessoas que conheci. [...] Quando me pergunto por que sempre aspirei a comportar-me honrosamente [...], então realmente não tenho resposta. [...] Na mocidade não senti nenhuma aspiração ética especial, e a conclusão de que eu sou melhor do que outros não me dá nenhuma satisfação reconhecível. [...] Por que eu e, incidentalmente, também os meus seis filhos adultos somos obrigados a ser seres humanos inteiramente decentes, para mim é inteiramente incompreensível (FREUD apud MATTEO, 2006, *online*).

A conclusão que Di Matteo (2006) chega ao ler essas e outras cartas que Freud enviou, nas quais fala de si mesmo, é que se há alguma preocupação ética em seu trabalho, esta não está no próprio Freud, mas em seu labor clínico, em que sugere que o homem não é plenamente livre para fazer escolhas, especialmente quanto a escolhas morais. Sánchez-Vásquez (1969) complementa que a ética não pode ignorar as motivações inconscientes e que seria imoral julgar como moral o ato motivado por forças alheias à vontade consciente do sujeito. “De outro lado, a psicanálise ajudou-a a colocar no seu verdadeiro lugar – isto é, como alheia à moral – aquelas normas que são impostas ao sujeito de maneira autoritária” (SÁNCHEZ-VÁSQUEZ, 1969, p. 256).

3.2.4.4 Marxismo

No marxismo, o homem, especialmente o proletário, é um produtor social e histórico, capaz de dar origem a uma nova sociedade, mais justa, mais humana. Enquanto doutrina ética, Sánchez-Vásquez (1969) avalia que o marxismo propõe uma releitura das morais do passado e evidencia bases para uma nova moral. A exemplo das correntes filosóficas contemporâneas, o marxismo também tenta resgatar o homem concreto, perdido nas abstrações das teorias passadas.

Segundo Marx, o homem real é, em unidade indissolúvel, um ser espiritual e sensível, natural e propriamente humano, teórico e prático, objetivo e subjetivo. O homem é, antes de tudo, práxis: isto é, define-se como um ser produtor, transformador, criador; mediante o seu trabalho, transforma a natureza externa, nela se plasma e, ao mesmo tempo, cria um mundo à sua medida, isto é, à medida de sua natureza humana (SÁNCHEZ-VÁSQUEZ, 1969, p. 258).

Entretanto, de acordo com Albinati (2007), não se encontra em textos de Marx elementos capazes de se compor uma proposição moral, haja vista que o pensamento marxista preocupava-se com a moralidade enquanto elemento de inclusão ou exclusão social e nunca como normas comportamentais. Marx rejeita especulações que objetivem a proposta de uma nova moral, mesmo que uma moral mais humana, mais verdadeira.

Os comunistas não pregam, de modo algum, qualquer espécie de moral [...] Não propõem aos homens qualquer exigência moral, tal como amai-vos uns aos outros, não sejais egoístas, etc., sabem perfeitamente, pelo contrário, que o egoísmo assim como o devotamento é uma das formas, e em certas condições, uma forma necessária, de afirmação dos indivíduos (MARX; ENGELS *apud* ALBINATI, 2007, p. 11).

A ética existe para atender a uma função social, seja de maneira universalizada ou individualizada. O pensar ético na contemporaneidade não considera as diferenças sociais entre os homens, uma vez que seu mote está nas escolhas que antecedem ao agir. Quando Marx apresenta nova composição da sociedade, os valores morais e a ética adquirem novas qualidades, uma vez que a exploração do homem pelo homem, o surgimento de classes muito ricas por meio da exploração de classes muito pobres, fazem surgir também o antagonismo entre essas classes sociais e, por conseguinte, valores morais e éticos também antagônicos. Conforme Albinati (2007), a proposta de Marx é reconfigurar a relação entre moral e economia, o que o distancia da filosofia tradicional.

Proletariados e burguesia não compartilham a mesma ética, sendo esta uma ética de classes. Sánchez-Vásquez reitera, ponderando que desde sempre houve morais de classes e não existem condições reais para uma moral universal, que abranja a todas as classes. “As

tentativas de se construir semelhante sistema no passado, ou de apresentar-se com tal universalidade, visavam a expressar sob uma forma universal interesses particulares” (SÁNCHEZ-VÁSQUEZ, 1969, p. 259).

3.2.4.5 Neopositivismo e Filosofia Analítica

O neopositivismo – ou positivismo lógico – e a filosofia analítica são inaugurados pelo inglês G. E. Moore com seu *Principia ethica* (1903), no qual questiona toda a ética que pretenda determinar o que é bom como um valor natural ao homem, quando, para ele, se trata de algo indefinido, que não pode ser conceituado. Ao estudar a obra de Moore, Scariot (2012) mostra que o filósofo ilustra a questão da seguinte forma: do mesmo jeito que não é possível empregar um conceito à cor amarela, também não pode se conceituar o bem, cabendo apenas citar exemplos de coisas que tivessem a propriedade de “bem”, o que não é a mesma coisa. A autora chama atenção para uma questão inicial: separar “bom” e “bem” em sua condição de adjetivo e substantivo, uma vez que coisas podem ser “boas” e mesmo assim não serem equivalente ao “bem”. “Não iríamos muito longe com a nossa ciência, se fôssemos obrigados a defender que tudo o que é amarelo significa exatamente o mesmo que amarelo” (Moore *apud* Scariot, 2012, p. 234). Sánchez-Vásquez (1969) completa que Moore chama de *falácia naturalista* os argumentos dos filósofos que defendem as propriedades comuns a todas as coisas boas, logo, definindo o bem, estando aí a base de suas proposituras éticas. “Se o bem é indefinível e, por outro lado, existe como uma propriedade não natural, Moore é obrigado a chegar à conclusão de que só pode ser captado por meio da intuição” (SÁNCHEZ-VÁSQUEZ, 1969, p. 261).

Em resumo, a ideia defendida por Moore é de um agir ético e moral intuitivo e utilitário. Se no imperativo categórico de Kant, a resposta à questão “o que devo fazer” deveria levar em conta um agir universal, para Moore a resposta seria elaborada de acordo com o resultado pretendido para tal ação. Assim, o “certo” seria o mesmo que “um bom resultado”, um resultado que fosse útil. E isso só pode ser obtido a partir da intuição, logo, as ações éticas e as práticas morais são frutos da intuição humana. Seguindo o raciocínio de Moore, outros valores como dever, retidão, justiça, obrigação também só podem ser praticados por meio da intuição.

Harold Prichard, em seu artigo *A filosofia moral assenta num erro?* (1912), responde afirmativamente à pergunta-título, advogando que o erro consiste exatamente na tentativa de usar argumentos racionais para tratar de questões que são aprendidas de

maneira direta, por meio da intuição. Vários outros trabalhos se seguiram nas três décadas seguintes, propondo novas discussões acerca do intuicionismo ético, cujo argumento principal debate sobre o erro que consiste “em buscar argumentos e razões para determinar o que é bom e o que se deve fazer, quando isso é algo que deve ser apreendido de uma maneira imediata e direta, isto é, intuitivamente” (SÁNCHEZ-VÁSQUEZ, 1969, p. 261).

Novas discussões filosóficas envolvendo as práticas morais e a ética foram sendo agregadas, como forma de ampliar o debate para entender como os conceitos morais e éticos são assimilados pelo indivíduo. Dessas discussões se encarregaram os positivistas lógicos, tendo em Alfred Ayer seu principal representante. Segundo Mendonça (2015), Ayer defende que os conceitos éticos não descrevem nem representam nada, uma vez que não são dotados de propriedades, representando apenas emoções. Assim, Ayer passa a integrar o chamado emotivismo ético, que...

...retém do intuicionismo a convicção da necessidade de uma concepção filosófica meta-ética, ao considerar que o papel da filosofia é o de elucidar o caráter lingüístico dos juízos morais, em vez de estabelecer quais os juízos normativos sobre o bom e o mau, sobre o que é correto e o que é errado. Assim, as questões sobre o significado das afirmações morais e dos termos morais são centrais para a concepção emotivista e, segundo esta perspectiva, nenhuma conclusão de primeira ordem (ou seja, normativa) decorre da análise meta-ética de segunda ordem. Esta interpretação da tarefa filosófica da ética passou a ser dominante nas seguintes duas décadas, fazendo da meta-ética o modo privilegiado de reflexão (MENDONÇA, 2015, p. 2).

Ainda conforme Mendonça (2015), em seu trabalho *Linguagem, verdade e lógica* (1936), Ayer classifica as afirmações em três tipos: afirmações lógicas (verdades lógicas matemáticas); afirmações fatuais (empiricamente verificáveis) e afirmações emotivas (que não pertencem nem ao primeiro nem ao segundo tipo). Para Ayer, a ética está inserida no terceiro tipo, portanto a investigação ética é, em verdade, a investigação dos termos emotivos ou da linguagem emotiva, uma vez que não enunciam fatos.

É analisando o caráter da terceira classe de asserções que Ayer formaliza a posição emotivista, afirmando que os conceitos éticos são pseudos conceitos inalisáveis, que carecem de teste para os validar ou invalidar. Assim, segundo Ayer, ao fazer uma afirmação ética como “Pedro agiu mal ao roubar dinheiro” não se está a afirmar nada mais do que “Pedro roubou dinheiro” num tom de horror e repugnância. No entanto, como o tom não acrescenta nada ao significado da frase, serve apenas para tornar aparente os sentimentos de quem a pronuncia (AYER *apud* MEDONÇA, 2015, p. 2).

Voltando aos estudos de Sánchez-Vásquez (1969), ele cita o trabalho de Charles Stevenson (*Ethic and language*, 1945), que propõe respostas para questões deixadas em aberto por Ayer. Para Stevenson, “a linguagem ética é não só a expressão de emoções, mas produção de emoções dos outros” (Sánchez-Vásquez, 1969, p.361). Segundo Mendonça (2015), para Stevenson a linguagem moral está centrada em seu significado emotivo, que, por sua vez, tem o objetivo de causar atitudes emocionais (éticas). A autora lembra que, enquanto para Ayer os enunciados dos juízos morais expressam a emoção do orador, para Stevenson o objetivo é, antes de tudo, influenciar as atitudes dos outros. Em comum, ambos comungam do pensamento de Moore, quando diz que afirmar que algo é “bom” não significa que essa afirmação possa ser empiricamente verificável, por não ser uma afirmação com propriedade natural. ´

Stevenson identifica dois traços da linguagem moral: o seu caráter expressivo (de manifestar a atitude emocional) e o seu caráter dinâmico (o de levar à ação) e, ainda que argumente que a apreensão do significado emotivo só pode ser feita por aproximação, oferece dois modelos para a compreensão do significado das palavras morais. No primeiro modelo, Stevenson diz que afirmar que “Isto é bom” é mais ou menos equivalente a afirmar que “Eu gosto disto. Faz como eu” (MENDONÇA, 2015, p.4).

Mas, ainda de acordo com Sánchez-Vásquez (1969), essas correntes filosóficas não encerram as discussões éticas. O próprio Stevenson admite que os grandes problemas envolvendo as reflexões morais começam onde as investigações terminam, sendo necessária a abertura de novos caminhos para examinar o homem, bem como a ética e a moral que regem sua convivência em sociedade. “Todas as analogias e modelos destinados a esclarecer a linguagem ética têm o aspecto de tentativas preparatórias para limpar a mesa do jogo. E é natural que nos sintamos logrados quando comprovamos que, uma vez limpa a mesa, parece estar terminando o próprio jogo”. (WARNOCK *apud* SÁNCHEZ-VÁSQUEZ, 1969, p. 262).

4 ÉTICA PROFISSIONAL

Como sugeriu Sánchez-Vázquez (*apud* Warnock, 1969, 362), para tratar da nova ramificação das reflexões éticas, desta vez voltadas para as atividades laborais, se faz necessário limpar a mesa do jogo. Isso porque em nenhum dos autores reconhecidos como precursores das correntes ou modelos filosóficos de discussões éticas é encontrada a expressão “ética profissional”, separando o agir em sociedade do agir relacionado ao exercício profissional. Aristóteles (2007) já falava da técnica como sendo uma das virtudes – um meio para a prática do que é bom –, sendo essa apresentada como o conhecimento científico, comprovável e passivo de ser ensinado. No marxismo também é encontrado o conceito de práxis como agir do homem relacionado à produção, mas não apenas produção de trabalho, mas de toda ação em sociedade e manifestação científica e cultural (GRAMSCI, 1987).

A ética profissional surge a partir do vazio ético, quando tudo que foi produzido sobre o assunto é posto em xeque por não satisfazer plenamente ao homem no contexto das transformações socioeconômicas da contemporaneidade. “Quando o caos se estabelece, alguém tem que manter alguma ordem” (Wall *apud* Goodwin, 1993, p. 16). Assim, a ética profissional surge como uma ação reguladora, que deve ser posta em prática quando do exercício de qualquer atividade produtiva, seja braçal, intelectual ou científica. A ética profissional perde seu caráter filosófico e reflexivo sobre a conduta moral e adquire contornos normativos, não cabendo mais ao indivíduo ponderar se tal ação é boa ou ruim, correta ou incorreta, cabendo-lhe o cumprimento das normas vigentes. Essa nova ética proposta, segundo Passos (2006, p. 108), “caracteriza-se como um conjunto de normas e princípios que tem por fim orientar a relação dos profissionais com seus pares, destes com seus clientes, com sua equipe de trabalho, com as instituições a que servem, dentre outros”. Motta (1994) é mais abrangente:

A Ética baseia-se em uma filosofia de valores compatíveis com a natureza e o fim de todo ser humano, por isso, "o agir" da pessoa humana está condicionado a duas premissas consideradas básicas pela Ética: "o que é" o homem e "para que vive", logo toda capacitação científica ou técnica precisa estar em conexão com os princípios essenciais da Ética (MOTTA, 1984, p.69).

O fazer e o agir descritos pela autora estão relacionados, uma vez que o fazer se refere diretamente à práxis, à técnica, à competência do profissional, e o agir às condutas pessoais que deve adotar para o desempenho de suas atribuições. Entretanto, o fazer e o

agir dentro da concepção ética não podem ficar limitados a códigos e normas pré-estabelecidos. Mesmo na ética profissional, a reflexão ainda é defendida. Passos (2006), por exemplo, acredita que esses códigos normativos vinculados à profissão devem “ter como finalidade levar as pessoas a pensar. Mais do que isso, a refletir sobre seus atos, tomando por base o respeito à pessoa e à verdade” (PASSOS, 2006, p. 104).

A ética profissional tem a pretensão de regular o exercício funcional, por meio de normas próprias, primando por algo que vá além da técnica, apelando para a responsabilidade do profissional para com a sua atividade e a sociedade de maneira geral. Logo, um profissional para ser considerado ético deve ter finalidades superiores quando executa suas atividades, apresentando os valores de sua profissão, pois será por meio de sua conduta que a sociedade perceberá como tal profissão de fato se constitui, despertando interesses de outros para ingressarem na mesma carreira. Morgan (1996) contribui com esse raciocínio ao afirmar que os funcionários levam “para o local de trabalho aspirações e visões daquilo que seu futuro deve ser, fornecendo bases para interesses de carreira que podem ser independentes do trabalho que está sendo desempenhado” (MORGAN, 1996, p. 153).

Todas as discussões éticas são carregadas de subjetividades. Na ética profissional não é diferente, e mesmo os códigos deontológicos são ricos em recomendações passíveis de interpretações distintas, o que acaba provocando outras discussões, desta vez com foco em sua eficácia. A diversidade de atividades técnicas e científicas surgida a partir das divisões do trabalho na pós-modernidade, associada ao fato de cada uma dessas atividades terem um fim e uma aspiração diferentes, torna inevitável que cada atividade legalmente reconhecida apresente necessidade de ter uma ética personalizada, que atenda a tal necessidade. Assim, uma nova ética profissional nasce na medida em que surge uma nova especialidade das atividades humanas. McGarry (1999) reforça que a ética profissional é validada pelo profissional e ganha destaque em uma sociedade cada vez mais complexa e com aplicações do conhecimento cada vez mais fragmentadas. O autor lembra que a conduta de um profissional está intrinsecamente relacionada ao grupo que exerce atividade semelhante, sendo que a sobrevivência de cada um depende da conduta do outro. “Hoje, mais do que nunca, a atitude dos profissionais em relação às questões éticas pode ser a diferença entre o seu sucesso e o seu fracasso. Basta um desliz, uma escorregadela, e pronto. A imagem do profissional ganha, no mercado, a mancha vermelha da desconfiança” (JACOMINO, 2000, p. 28).

Um ponto importante defendido por alguns autores que tratam da ética profissional – destes, muitos de uma profissão em particular – é que a moralidade do profissional não pode ficar restrita ao campo das atividades funcionais. Isso porque os valores que norteiam a conduta profissional também são extensivos ao convívio social e seguem o mesmo princípio do que é considerado bom, justo e honesto para todos. Com isso, os códigos de ética de cada profissão sugerem condutas que vão além do campo laboral. Lisboa *et al.* (1997) diz que o *Código de éticado profissional de contabilidade* deve habilitar esse profissional a adotar uma atitude pessoal, consoante com os princípios éticos conhecidos e aceitos pela sociedade. Passos (2006) fecha a questão quando diz que “as normas e os códigos devem ser considerados apenas como meios, como orientadores, e não como um fim em si mesmos” (p. 98).

Por serem descritas como normas reguladoras de comportamento quando do exercício de uma atividade humana específica, a ética profissional está mais relacionada a posturas morais do que com a ética propriamente dita, uma vez que esta está etimologicamente relacionada à investigação dessas posturas, à reflexão sobre suas causas e consequências. Imagine-se a seguinte situação: um profissional de psicologia entende que não existe conflito em atender a um paciente com o qual tenha algum tipo de relação pessoal. Atender ou não ao paciente seria uma reflexão ética. Entretanto, o *Código de Ética dos profissionais de psicologia* proíbe que tal atendimento seja realizado, sob penade o profissional sofrer sanções previstas. Assim, o código de ética é, em verdade, um código legal, onde seu cumprimento é obrigatório, independentemente das reflexões pessoais do profissional.

Sobre essa profusão de normas, códigos e recomendações, encontramos em Marilena Chauí um extrato dessa situação:

“Toda cultura e cada sociedade institui uma moral, isto é, valores concernentes ao bem e ao mal, ao permitido e ao proibido e à conduta correta e à incorreta, válidos para todos os seus membros. Culturas e sociedades fortemente hierarquizadas e com diferenças de castas ou de classes muito profundas podem até mesmo possuir várias morais, cada uma delas referida aos valores de uma casta ou de uma classe social. No entanto, a simples existência da moral não significa a presença explícita de uma ética, entendida como filosofia moral, isto é, uma reflexão que discuta, problematize e interprete o significado dos valores morais” (CHAUI, 2008, p. 310).

4.1 Ética da Responsabilidade

Além da ética profissional, outras discussões relacionadas com as atividades produtivas do homem foram levantadas dentro do mesmo campo filosófico. O filósofo alemão Hans Jonas, após observar a destruição que o homem é capaz por meio do uso das técnicas e tecnologias, lança seu Princípio da Responsabilidade, no qual questiona todas as doutrinas éticas tradicionais, especialmente pelo fato de pensarem sempre no presente, no agora, ignorando que as ações que os homens de hoje empreendem têm consequências – algumas irreversíveis – para a sociedade futura. “Sob o signo da tecnologia, a ética tem a ver com ações de um alcance causal que carece de precedentes (...); isso coloca a responsabilidade no centro da ética” (JONAS, 2006, p. 16-17).

Jonas critica também o imperativo categórico de Kant, especialmente por desconsiderar das reflexões éticas tudo que é extra-humano. Para o filósofo, as ações irresponsáveis do homem, em seu uso desenfreado dos recursos naturais, causam efeitos danosos a todo o ecossistema e ao planeta de maneira geral, o que põe em risco a sobrevivência das gerações futuras. Contrapondo-se a Kant, ele apresenta um novo imperativo: “Age de tal forma que os efeitos de tua ação sejam compatíveis com a permanência da vida humana autêntica sobre a terra” (Jonas, 2006, p.49). O Princípio da Responsabilidade propõe uma ética em que todas as coisas – animal, vegetal, mineral, biosfera e estratosfera – sejam pensadas, por considerar o maior erro da ética tradicional isolar o homem do restante da natureza. “O mais importante que devemos reconhecer é a realidade transformadora do homem e seu trato com o mundo, incluindo a ameaça de sua existência futura” (JONAS, 2006, p. 349).

O trabalho de Hans Jonas propõe uma reflexão mais ampla do que aquela voltada à ética profissional. Ele alerta para a necessidade de uma ética mais pragmática, que pensa as ações do homem num mundo cada vez mais tecnológico, onde a técnica rompe limites do impossível todos os dias. Battestin e Ghiggi (2010) citam Rampazzo para mostrar que a ética em Jonas ganha eco em outros pensadores.

A ética não deve se referir somente ao homem, mas deve estender o olhar para a biosfera em seu conjunto, ou melhor, para cada intervenção científica do Homem sobre a vida em geral. A bioética, portanto, deve se ocupar de uma ‘ética’ e a ‘biologia’, os valores éticos e os fatos biológicos para a sobrevivência do ecossistema como um todo (RAMPAZZO apud BATTESTIN e GHIGGI, 2010, p. 73).

As ponderações de Jonas têm como foco central a imersão do homem contemporâneo no uso das tecnologias e seu uso impensado. O que o filósofo chama atenção é que seu princípio não se trata de uma responsabilidade jurídica, onde há imputação de culpa e possível punição. Esse tipo de responsabilidade não resolve o problema da ameaça iminente de tudo que há pelo próprio homem, posto que a imputabilidade só ocorre após a ação concretizada. A proposta de Jonas é que essa responsabilidade seja pensada sob a luz da ética, pois só assim haverá reflexão antes da ação, saindo da esfera jurídica e partindo para a esfera da consciência. “É simplesmente a prudência que recomenda que não se mate a galinha dos ovos de ouro, ou que não se serre o galho sobre o qual se está sentado? Mas este que aqui se senta e que talvez caia no precipício quem é? E qual é no meu interesse no seu sentar ou cair?” (JONAS *apud* BATTESTIN e GHIGGI, 2010, p. 75).

Para Jonas, se a responsabilidade não surgir pela reflexão ética, que surja então pelo temor. Chamado pelo autor de *heurística do medo*, ele defende que esta é uma condição essencial para se instaurar a ética da responsabilidade. Isso porque o ser humano age de maneira prudente e até preventiva quando está na iminência de perigo. A Heurística do medo não se refere à situação de pânico ou de pavor paralisante, mas temor que desperte a consciência, a reflexão ética para um agir com responsabilidade, uma deliberação antes de escolher as ações que devem ser realmente empreendidas. “O medo que faz parte da responsabilidade não é aquele que nos aconselha a não agir, mas aquele que nos convida a agir. Trata-se de um medo que tem a ver com o objeto da responsabilidade. Trata-se de assumir a responsabilidade pelo futuro do homem” (JONAS *apud* BATTESTIN e GHIGGI, 2010, p. 76).

4.2 Ética do Comprometimento

As empresas estão cada vez mais competitivas e na busca para espaço junto à sociedade têm procurado se diferenciar por meio de uma ética voltada ao compromisso social e ambiental. Essa postura faz surgir uma nova expressão nos estudos da ética voltados ao campo das atividades produtivas: a ética do comprometimento. A compreensão é que as empresas tenham como metas tangíveis resultados que vão além dos financeiros. De acordo com Zanelli (2004, p.313), o comprometimento é um pressuposto de conduta ética frente aos negócios e que envolve ações cotidianas entre todas as partes envolvidas no processo da empresa e que estão relacionadas entre si: acionistas, funcionários,

fornecedores e clientes. O autor explica que essas relações podem se desenvolver de várias formas, mas três delas se destacam: afetiva, calculativa e normativa.

A relação afetiva, como o nome sugere, busca o comprometer-se por meio da emoção e do afeto, primando pela relação entre empresa e funcionário. A lógica é simples: quando um empregado acredita que a empresa se preocupa com sua qualidade de vida e suas condições de trabalho, ele se torna mais comprometido; um empregado mais comprometido tem mais disposição para empreender esforços e apresentar melhor desempenho, primando ele próprio pela imagem da empresa fora da empresa. A relação, ou comprometimento calculativo, segue a lógica da necessidade. O empregador permanece na empresa por falta de opção ou por já estar na empresa há muito tempo. Nesse caso, o comprometimento é resultado de uma análise calculada das perdas que poderia ter se quebrasse esse vínculo; é uma relação baseada na troca: a empresa oferece vantagens, o emprego permanece. Por fim, a relação normativa acontece quando o empregado permanece na empresa por princípios morais, uma vez que por meio do vínculo empregatício cria outros vínculos sociais e familiares, passando a ter a obrigação moral de permanecer. Zanelli(2004) lembra que a percepção de justiça no ambiente de trabalho também exerce grande influência no comprometimento do funcionário. Isso porque o empregado precisa ter a sensação de que a empresa se interessa pelo seu bem-estar e reconhece seus esforços.

Empregados que perceberam justiça nos retornos organizacionais (salários, benefícios, avaliações de desempenho, dentre outros) eram aqueles que, além de altos níveis de satisfação no trabalho, eram os mais comprometidos com suas organizações e também nutriam expectativas positivas em relação a esses retornos (ZANELLI, 2004, p. 323).

O estudo do comprometimento é novo, mas está sendo disseminado em várias áreas de atividade profissional e começa a abranger não apenas a relação empregado/empregador, mas também a relação empresa/sociedade, quando a reflexão adquire contornos de ética empresarial. Muitos estudos tratam de questões abordadas pela ética do comprometimento sem fazer referência ao termo. Passos (2006), por exemplo, corrobora com o raciocínio de Zanelli (2004) quando afirma que a ética nas organizações (numa interpretação nossa, o comprometimento entre empresa/empregado) possibilita que os funcionários tenham alegria no que fazem, fortaleçam seus vínculos com a empresa e deem o máximo de sua técnica nos processos produtivos. Passos (2006) também alerta que na ética empresarial não se espera que as organizações abram mão do lucro, mas que

optem pelo lucro honesto, justo, ético, virtuoso. “É reconhecida a dimensão ético-social do lucro caracterizada, na oferta de empregos, na prestação de serviços, em investimentos sociais e ecológicos, na contribuição com o governo para a realização de ações a ele atribuídas, entre outras situações” (PASSOS, 2006, p. 73).

4.3 Ética no Jornalismo

O professor Bernardo Kucinski, ao tratar sobre o jornalismo na *Web*, ainda em 2005, se mostra entusiasmado com o que acredita ser a democratização das notícias e a liberdade dos jornalistas em tratar os fatos de acordo com suas consciências, sem a influência do patrão. O autor defende que os jornalistas ganharam com os meios digitais a possibilidade de exercer a profissão sem as limitações impostas pelas empresas onde trabalham. Kucinski (2005) avalia que a Internet impôs novos hábitos ao público consumidor de notícias, bem como novo ritmo e novas rotinas produtivas aos veículos tradicionais, como jornal impresso, rádio e TV, haja vista que tornou possível o acesso aos fatos ocorridos em qualquer parte do mundo quase instantâneo. Entretanto, ele alerta que a Internet trouxe consigo alguns conflitos éticos que precisam ser considerados, em especial a publicação de textos com problemas de autenticidade e veracidade das informações. Ele lembra que os espaços da Internet aceitam qualquer informação, que, mesmo publicada sob a pecha de “notícia”, muitas vezes não passam de boatos ou inverdades, que expõem pessoas ou instituições.

A questão ética relacionada aos meios *online* que preocupava Kucinski ainda em 2005 se agravou com o *boom* de *sites* e *blogs* que objetivam a divulgação de notícias, mas que acabam servindo para validar aquilo que é publicado em outros *sites* ou nas chamadas redes sociais, sem checar a veracidade das informações. É uma espécie de validação solidária informal de conteúdos, quando portais, *sites* e *blogs* reproduzem o material publicado uns dos outros e, ao final, obtêm o *efeito Joseph Goebbels*¹⁸. Encontramos em Marcondes Filho (2000) uma ponderação análoga: “Quando um jornal, uma emissora de rádio ou televisão dão um furo, todos os outros o acompanham, repercutindo a mesma notícia. Numa reação orquestrada, contínua e geral. E quanto mais os *media* falam da mesma notícia, mais verdadeira ela parece” (MARCONDES FILHO, 2000, P.114).

¹⁸ Não encontramos essa expressão em nenhum material pesquisado, mas achamos conveniente criá-la para definir o efeito que a republicação de um só conteúdo, mesmo que inverídico, passa a ter junto ao público, usando a máxima de Paul Joseph Goebbels (29 de outubro de 1897 - 1º de maio de 1945), ministro da Propaganda de Adolf Hitler na Alemanha Nazista: “Uma mentira repetida mil vezes torna-se verdade”.

Para ilustrar o que seria na prática o efeito *Joseph Goebbels*, segue-se um exemplo. Usando o site de buscas *Google*, foi pesquisado o seguinte item: “Mulher morre engasgada com esperma”. Em frações de segundo, foram apresentados 3.030 resultados, mostrando como a “notícia” foi destaque em vários *sites*, dos quais muitos sediados na Paraíba e em João Pessoa. A maioria das publicações ocorreu no ano de 2011, mas existem publicações do mesmo conteúdo em anos posteriores. Todos os *sites* que reproduziram a “notícia” utilizaram a técnica do *Ctrl C + Ctrl V*, copiando o texto de um *site* para outro e, em pouco tempo, o País inteiro passou a ter conhecimento do “fato”. E virou verdade, uma vez que se tornou uma das “notícias” mais acessadas de seus respectivos *sites*, provocando reações em seus públicos por meio de comentários. A publicação ocorreu originalmente no site G17¹⁹, cuja proposta é produzir conteúdos absurdos travestidos de notícias jornalísticas. Os editores do *sitenão* alertam seus usuários sobre o fato das notícias ali publicadas serem fantasiosas e que sua proposta é ser humorístico. Na busca por notícias que possam gerar um número maior de acessos, jornalistas de *sites* e *blogs* procuram por notícias pitorescas, inusitadas ou bizarras por toda a rede e acabam transformando absurdos em “verdade” por meio do efeito *Joseph Goebbels*.

A notícia foi assim publicada:

Quadro 1: Matéria exemplificativa do efeito Joseph Goebbels.

Em Natal, mulher morre engasgada com esperma do amante

28 de Junho de 2011 - 17h33 Da Redação

Uma tragédia sexual provocou a morte de uma mulher na cidade de Natal, capital do Rio Grande do Norte. Ela teria se engasgado com o esperma do amante, na reta final da relação durante a prática de sexo oral. O caso aconteceu na tarde do último domingo (27). A Polícia Civil e o ITEP interditaram o local.

O amante disse que, ao perceber que a mulher, que tinha 28 anos e seis de casada, teria se engasgado, ligou para os funcionários do motel, e, em seguida, para o marido dela. “Eu estava tão desesperado que peguei o celular dela e liguei para o marido dela e contei tudo. Gritei no telefone: corre, vem pra cá que sua mulher está morrendo engasgada com o

¹⁹ Disponível em: <http://www.g17.com.br/noticia.php?id=123>

meu sêmen", disse o amante.

O marido, e agora viúvo, não acreditou na ligação do amante da sua esposa. Pensou que se tratava de trote e desligou o telefone. Em seguida, uma nova ligação, desta vez dos funcionários do Motel, confirmando a tragédia, fez o esposo acreditar.

Da Redação, com Blog do Robson Pires

Fonte: Disponível em: <http://www.clickpb.com.br/noticias/policial/em-natal-mulher-morre-engasgada-com-esperma-do-amante/>.

A publicação denota ausência de compromisso técnico e ético com o fazer jornalístico, mas não foi caso isolado. Conteúdos semelhantes (como em “Deputados evangélicos querem proibir solteiros nos motéis”)²⁰ continuam sendo reproduzidos de um espaço virtual para outro com o *status* de notícia.

Muitos profissionais da imprensa têm optado pelo modo mais fácil, rápido e lucrativo de fazer jornalismo, se tornando meros transmissores – ou retransmissores – de informações não checadas ou deliberadamente modificadas para satisfazer a interesses específicos. Como lembra Alsina (2009), “a função jornalística se fundamenta, em princípio, na seleção dos acontecimentos que são considerados jornalisticamente importantes ou interessantes” (ALSINA, 2009, p. 265).

Nos meios *online* a situação se agrava, dada a profusão de *blogs* e *sites* comandados por indivíduos sem formação, que encontram na venda de notícias um negócio lucrativo. A falta de comprometimento com as questões éticas – e técnicas – fica evidente. Fausto Neto (2011), ao tratar dessa nova sociedade midiaticizada, alerta que o jornalista perdeu sua função mediadora, na qual tinha autonomia para enunciar as realidades, já que, hoje, todos são, ao mesmo tempo, emissores e receptores de notícias. “Tal conformação tem impactos sobre a produção da notícia e do próprio acontecimento, pois os mesmos passam a ser produzidos segundo dinâmicas e complexidades de novas relações, muitas das quais colocam em jogo a “soberania” da atividade jornalística” (NETO, 2011, p. 19).

Quando um único jornalista – ou veículo – comete falhas percebíveis, toda a categoria profissional sofre com as críticas, a desconfiança e a conseqüente crise de credibilidade. Para corroborar com tal afirmativa, segue outro exemplo, este de

²⁰ Disponível em: <http://www.paraiba.com.br/2012/08/29/63251-deputados-evangelicos-querem-proibir-solteiros-nos-moteis>

repercussãointernacional. Em 6 de dezembro de 2012, o jornal americano *New York Post* publicou uma imagem de capa retratando um homem de 49 anos, que havia sido empurrado para os trilhos do trem de um metrô e tenta voltar à plataforma, enquanto o veículo vem em sua direção. O homem acaba sendo atropelado e morto. A imagem retrata seus últimos momentos de agonia, vendo o veículo se aproximar sem conseguir sair de seu caminho. A pergunta que rodou o mundo junto com a imagem foi: por que o fotógrafo não largou a câmara e ajudou o homem a sair do caminho do trem? O autor da imagem foi o fotógrafo *freelancer* R. Umar Abbasi, que fez 49 *clicks* da agonia da vítima e, após ser acusado publicamente de omissão de socorro – e ambição, já que vendeu as imagens ao *New York Post* – disse que os disparos da câmera foram para chamar a atenção do maquinista do trem.

Após satisfazer sua curiosidade perversa, o mesmo público que consumiu avidamente cada exemplar disponível do *New York Post*, condenou fotógrafo e veículo. No dia seguinte à publicação da foto, o colunista do *New York Times* (*concorrente do New York Post*), David Carr, engrossou a polêmica ao escrever em sua coluna: “A capa do *Post* simboliza tudo o que as pessoas odeiam e suspeitam sobre o negócio de mídia: não apenas que os jornalistas são espectadores, eunucos morais e éticos que não intercedem diante do perigo ou da maldade, mas que torcem secretamente para que o pior aconteça”.²¹

A busca pelo “furo”, pela notícia – ou imagem – exclusiva, em primeira mão, parece compensar as consequências negativas de uma conduta profissional irresponsável. Marcondes Filho (2000) trata da questão e conclui que ao ganhar as manchetes, o jornalista torna-se temporariamente o centro das atenções. Naturalmente, quando o procedimento incorreto é revelado, o profissional fica desmoralizado e sujeito ao escárnio público. “Pior que ser anônimo, é ser um jornalista de má fama. Mas tudo indica que o momento do furo fale mais alto, o fascínio da projeção cegue, e que profissionais oportunistas contem com a “memória fraca” do público” (MARCONDES FILHO, 2000, p. 132).

O cidadão tem o direito universal à informação. Ele precisa ter meios confiáveis para conhecer e interpretar o mundo à sua volta e, assim, ser capaz de tomar decisões. É para garantir-lhe esse direito que existe o jornalismo. Como lembra Novaes (1988), “o jornalista é, de certa forma, um deputado da sociedade. Ele é os olhos da sociedade, os ouvidos da sociedade e, eventualmente a emoção e a boca da sociedade. E esta é uma

²¹Foto de morte iminente faz NY discutir o papel da mídia. Disponível em <http://oglobo.globo.com/mundo/foto-de-morte-iminente-faz-ny-discutir-papel-da-midia-6986683>, acessado em 06 de julho de 2014, às 20h17

questão muito séria” (Novaes, 1988, p.95).Entretanto, apesar de ter sobre os seus ombros tamanha expectativa, as responsabilidades do jornalista são, até hoje, misteriosas, dada sua subjetividade. E essa subjetividade, muitas vezes, é utilizada deliberadamente como um salvo-conduto moral para práticas questionáveis, especialmente quando examinadas à luz da ética. Refletindo sobre a responsabilidade dos *media*, Elliott (1986) questiona:

Todos conhecem as responsabilidades dos educadores, do clero, dos contabilistas e dos políticos. Mas quanto aos jornalistas? Que funções pode a sociedade legitimamente esperar que eles desempenhem? O que deveríamos atribuir a eles? Que tipo de ação os jornalistas sérios deveriam aceitar como sendo de suas responsabilidades? Em suma, qual é ou deveria ser o papel e a função da imprensa em nossa democracia liberal? (ELLIOTT, 1986. p. 15).

Segundo Bertrand (1999), a definição do que é eticamente aceito pela conduta jornalística varia muito de acordo com a cultura local e até mesmo com o estágio de desenvolvimento político de uma nação, bem como de seu regime político. Entretanto, Gerald, ainda em 1962, já havia afirmado que acima de qualquer interesse particular, o jornalista não pode perder de foco sua função social, que é informar o cidadão. Elliott (1986) afirma: “O trabalho da mídia é o de proporcionar aos cidadãos informações que eles podem usar para tomar decisões fundamentadas...” (ELLIOTT, 1986, p. 16). Por sua vez, Bucci (2000) avalia que, “a ética existe para proteger o jornalismo” e essa função fica comprometida quando não existe a interseção entre teoria e prática. Por fim, Karam (1997) ajuíza que o jornalismo tem o compromisso ético de permitir que as pessoas participem do mundo e, para tanto, é necessário refletir sobre a feitura diária da informação.

Embalsam o jornalismo no caixão do mal e não percebem que, “junto com a mesquinha e a miséria cotidianas do jornalismo, caminham também sua potencialidade grandiosa de reconstruir, cotidiana e pluralmente, o mundo no qual todos nós nos envolvemos e do qual participamos ao apropriarmos-nos do movimento diário da humanidade (KARAM, 1997, p. 38)

Mesmo reconhecendo que existem problemas que precisam ser discutidos no jornalismo – e que essa discussão deve ser a mais ampla possível –, Karam (1997) faz uma defesa da profissão quando resume o papel do jornalista na sociedade.

O jornalismo não é só moralmente defensável. Ele é moralmente imprescindível. Ou seja, em sua potencialidade, o jornalismo é a forma pela qual as pessoas vão se apropriando cotidianamente de seu movimento no interior da humanidade e, desta, em sua autoprodução diária. E extraem daí sensibilidade, movimento, opinião, intervenção diante dos enormes e complexos conflitos irresolvidos pelo gênero humano. E isso, é claro, tem íntima ligação com a afirmação, a crítica e a

transformação de valores em conexão com a ação na esfera política e cotidiana, concreta e imediata (KARAM, 1997, p. 39).

Ao tratar sobre o trabalho jornalístico e sua relação com o poder, Varela (2011) expõe a degradação da prática jornalística e afirma que essa situação é o reflexo espelhado das relações sociais em nossa sociedade. “Ela é resultado da forma como a cultura política vem sendo exercida nas relações de poder com a imprensa” (VARELA, 2011, p.66). O autor reforça o coro daqueles que não acreditam na objetividade jornalística e diz que a produção textual está atrelada à realidade ideológica vivida pelo sujeito, “representação que nem sempre respeita a fronteira entre o real e o imaginário” (p.57). O autor expõe também a relação de subordinação que os jornalistas têm com o poder, independentemente de quem o exerce, alertando que mesmo havendo alternância no poder político, o jornalista se mantém no mesmo espaço de subordinação, numa relação que se retroalimenta. Isso porque o repórter apresenta-se como uma peça das relações de poder que a imprensa mantém com outras instituições organizadas, enquanto estas falam sobre si mesmas, revelando para registro cotidiano da mídia suas paixões, seus modismos e a defesa de seus agentes, fazendo com que a realidade seja construída sob a ótica de seus interesses.

Para reforçar seu discurso, Varela (2011) recorre a documentos do início do século XX que já denunciavam a relação de dependência dos jornais para com o poder político sob pena de serem asfixiados por este. De volta ao século XXI, a relação se inverte e, hoje, são os governos que agem de acordo com os interesses da mídia. Se antes essa relação ilegítima entre poder e jornalismo era mantida de maneira discreta, hoje ocorre à luz do dia e pode ser percebida na superfície dos textos jornalísticos que compõem os noticiários. “No olho do furacão estão jornalistas à mercê da asfixia moral, a serviço dos grupos de pressão na relação política da imprensa com os poderes na sociedade” (Varela, 2011, p. 61). Durante anos, o autor reuniu grande quantidade de depoimentos de repórteres, colunistas e editores de jornais do Estado da Paraíba, que apresentam, de maneira desiludida, como seus sonhos de grandes reportagens deram lugar à aceitação de que as redações são linhas de montagem de notícias, todas, de uma maneira ou de outra, recomendadas por meio de pautas. “O trauma que existe não é pela tomada da consciência de como a coisa funciona, mas pelo fato de continuar fazendo a coisa funcionar” (VARELA, 2011, p. 62).

Todas essas questões esbarram na ética jornalística e na necessidade de que esta esteja mais presente nos currículos acadêmicos, nos debates públicos e nas reuniões de pautas. Bucci (2000) lembra que ao longo da história, o jornalismo foi perdendo em

idealismo e se tornado um negócio e, como todo negócio, seu produto – a notícia – precisa ser dotada de certos apelos estéticos para atrair o consumidor. “Dois séculos de história e montanhas de dólares separam o jornalismo atual dos jornais que buscavam realizar os ideais iluministas no calor da Revolução Francesa” (BUCCI, 2000, p.167). O autor avalia que a sociedade precisa da imprensa como uma espécie de agente fiscalizador. Mas quando esse agente fiscalizar atua em benefício próprio, entendendo seu ofício como um meio de obter vantagem financeira e, em consequência, agindo em favor de quem deveria ser fiscalizado, a sociedade amarga grande prejuízo. Nesse contexto, Cornu (1998) identifica o que considera os cinco principais percalços que se impõe entre uma notícia bem construída e a prática das redações:

“a) A frágil dependência dos jornalistas em suas relações com os diversos poderes; b) as negligências na certificação das informações, sob a influência conjugada das leis do mercado, da velocidade da informação, das eficiências dos indicadores profissionais; c) a confusão entre a liberdade de expressão, patrimônio de todos, e a liberdade de imprensa, própria somente de alguns; d) a espetacularização da informação que privilegia certos aspectos da realidade como método para manter os níveis de audiência e o número de leitores; e) os danos causados às pessoas pela exploração da violência, pelo desrespeito à privacidade, pela violação da presunção de inocência (CORNU, 1998, p. 185).

Quanto mais se aproxima do poder, das fontes oficiais, mais o jornalista se afasta da população, da comunidade, e perde a chance de cumprir seu compromisso com o “Outro”. Medina (2006) expõe que o problema vivido pelo jornalismo não diz respeito ao conteúdo, à forma ou às reflexões sobre a conduta moral do profissional, mas à combinação entre essas três coisas, o que torna a equação ainda mais difícil de resolver, já que essa práxis vira modelo aceitável, impedindo que ocorra a “comunhão” com o Outro.

Comunhão, a plenitude da comunicação, ocorre na tríplice tessitura da ética, técnica e estética. Ao experimentar uma narrativa ao mesmo tempo complexa, afetuosa e poética, não se escapa dos problemas da crise de paradigmas reducionistas, da crise das percepções, da aridez emocional e da crise das fórmulas aplicadas às rotinas estéticas (MEDINA, 2006, p. 69).

Alguns autores não são otimistas em relação a possíveis mudanças no modelo jornalístico vigente. A imprensa tem relativizado a ética desde sempre, mas havia certo constrangimento em assumir algumas posturas diante das câmeras e nos textos dos impressos. Costa (2009) diz que o problema é que, hoje, essa relativização tem se tornado clara, evidente e até mesmo aceitável. Para o autor, os códigos deontológicos, especialmente criados para dar sentido a uma ética jornalística, são desprezados no dia-a-

dia das redações. Ao analisar os principais pecados cometidos por jornalistas, listados por Johnson e dissecados por Bucci, o autor conclui que “o dia-a-dia do jornalismo exige distorções, seja por interesses empresariais, políticos ou particulares, grandes ou pequenos, muitas vezes indefensáveis. Não há conceito moral, dos sólidos, que resista a essa necessidade” (COSTA, 2009, p. 233).

Para mitigar a responsabilidade do jornalista pela falta de compromisso ético do jornalismo, Cornu (1998) lembra que as condições de trabalho nas redações, impostas pelos patrões, transformam esse em operário numa espécie de linha de produção de notícias e essa situação se opõe à conduta ética do indivíduo. Bertrand (1999) corrobora ao afirmar que é injusto condenar apenas o jornalista pela falta de ética na imprensa, uma vez que as principais decisões são tomadas pelos proprietários das empresas. Cláudio Abramo, em seu livro *A regra do jogo* (1988), faz várias análises de casos, nas quais apresenta situações em que jornalistas agiram deliberadamente de má fé, sendo que muitos o fizeram contrariando interesses até mesmo das empresas onde trabalham. “Uma grande tragédia do jornalismo brasileiro é o papel extremamente grave que desempenham alguns jornalistas irresponsáveis... Esses jornalistas pesam muito porque veiculam coisas sem verificar, mentem, fazem afirmações absolutamente gratuitas” (ABRAMO, 1988, p. 136).

A preocupação com a questão ética está atrelada ao direito social à notícia, à informação. Pela particularidade de sua atividade e importância no contexto social, como agente responsável por garantir o direito social à informação, o jornalista necessita de uma ética diferente, particular. Karam (1997) ressalta a necessidade de ampliar o discurso ético, argumentando que a existência de códigos é o reconhecimento de que a consciência de nenhum profissional adere de forma espontânea ou automática aos pressupostos ontológicos, epistemológicos e morais de uma atividade, seja ela qual for. Mas não basta discutir com o próprio jornalista sobre a conduta profissional adequada. Tais reflexões devem abranger também a sociedade, principal prejudicada por um trabalho jornalístico aético. Bucci (2000) desafia os jornalistas ao afirmar que não existe possibilidade de que uma conduta que não possa ser compreendida pelo público ou explicitada pelo jornalista durante um almoço de domingo em família, esteja de acordo com a ética da profissão, e reforça: “a ética jornalística é um sistema com uma lógica própria. Não é um receituário; é antes um modo de pensar que, aplicado ao jornalismo, dá forma aos impasses que requerem decisões individuais e sugere equações para resolvê-los” (BUCCI, 2000, p. 15).

Ao mesmo tempo em que sofre de uma crise de credibilidade –, especialmente em época de grande exposição e vigilância informal, onde qualquer notícia incorreta poderá

ser desmentida publicamente, ou qualquer profissional que haja em desacordo com aquilo que é moralmente aceitável pela sociedade poderá ser condenado nas redes sociais – o jornalista continua padecendo de outro mal que também lhe é familiar: a arrogância. Bucci (2000) é enfático quando diz que o jornalista não tem legitimidade para usar de evasivas para justificar condutas que ferem princípios éticos. Entretanto, esses profissionais se colocam numa posição de superioridade, como se estivessem isentos de quaisquer questionamentos morais.

Os jornalistas se recusam a prestar contas a quem quer que seja. O paradoxo, contudo, é apenas aparente: o não falar de ética parece querer exprimir uma atitude de autonomia perante esferas externas, como a do poder e a dos negócios, mas no seu fundamento essa pretensa autonomia é apenas arrogância. Pode-se dizer que a arrogância jornalística não é outra coisa se não a afirmação de uma auto-suficiência ética. É como se a imprensa proclamasse: minha função é informar o público, mas os meus valores não estão em discussão, os meus métodos não são da conta de mais ninguém – eles são bons, corretos e justos por definição (BUCCI, 2002, p. 39).

4.4 Códigos deontológicos

Na contemporaneidade, os avanços tecnológicos e científicos passaram a exigir competências específicas para o exercício das atividades produtivas. Com isso, novas profissões reconhecidas legalmente foram surgindo, cada uma com seus conjuntos de atribuições e responsabilidades junto à sociedade. A ética profissional, descrita nos códigos deontológicos, são normas obrigatórias, que devem ser postas em prática no exercício de qualquer profissão e “tem como objetivo o relacionamento do profissional com sua clientela e vice-versa, tendo em vista, principalmente, a dignidade do homem e o bem-estar do contexto sociocultural em que atua sua profissão” (MOTTA, 1984, p. 67).

Os códigos deontológicos são conjuntos de normas de conduta ética e social recomendáveis e que regem o exercício de determinada profissão. Em linhas gerais, os códigos deontológicos – conhecidos como códigos de ética profissional –, estabelecem dois tipos de normas: o primeiro é imutável e subjetivo, correspondendo aos princípios éticos universais, como o respeito à vida e a defesa da dignidade humana; o segundo pode sofrer mudanças, levando em conta vários fatores que compõem o contexto temporal e espacial da atividade técnica. Motta (1984) esclarece que a palavra deontologia tem origem na Grécia (deon= o que deve ser feito; logia= conhecimento metódico fundamentado) e foi utilizada pela primeira vez pelo filósofo inglês Jeremy Bentham, referindo-se a uma ética cujo objeto de estudo eram os fundamentos do dever, as normas morais. Assim, o termo é

usado para se referir à Teoria do Dever que, por sua vez, refere-se aos deveres aos quais são submetidos os membros de um determinado *métier*. Para Bertrand (1999), a deontologia é um “conjunto de princípios e de regras, estabelecidos pela profissão, de preferência em colaboração com os usuários, a fim de responder melhor às necessidades dos diversos grupos da população” (BERTRAND, 1999, p. 12).

A redação dos códigos de ética profissional, em geral, é genérica e subjetiva, podendo sugerir diversas interpretações, a exemplo de “O alvo de toda a atenção do médico é a saúde do ser humano, em benefício da qual deverá agir com o máximo de zelo e o melhor de sua capacidade profissional”²². Outro exemplo pode ser encontrado no Código de Ética e Disciplina da Ordem dos Advogados do Brasil²³: “Preservar, em sua conduta, a honra, a nobreza e a dignidade da profissão, zelando pelo seu caráter de essencialidade e indispensabilidade”. A maioria absoluta dos códigos de ética é editada por conselhos profissionais ou ordens, responsáveis também pela fiscalização de sua observância.

A Constituição Federal assegura o livre exercício profissional, desde que estabelecidas habilitações técnicas e padrões de conduta ética. “É livre o exercício de qualquer trabalho, ofício ou profissão, atendidas as qualificações profissionais que a lei estabelecer”²⁴. A competência para legislar sobre o tema e fiscalizar o exercício profissional é da União, por meio dos tribunais regionais do Trabalho. Entretanto, a União reparte com os conselhos profissionais ou ordens tais competências. Assim, a fiscalização ocorre levando em conta critérios técnicos e éticos específicos da profissão. Pelas letras, os conselhos e ordens não representam os interesses dos profissionais que agregam – para tanto existem os sindicatos, associações e federações. O objetivo dos conselhos e ordens é proteger a sociedade contra práticas indevidas da profissão que representa.

Os Conselhos exercem nos respectivos campos de atuação o poder de polícia das profissões, zelando pela integridade e disciplina profissional em favor do interesse geral da sociedade. Aplicam multas, suspendem seus membros do exercício profissional, cancelam-lhes o registro, fixam-lhes contribuições etc. São dotados de autonomia financeira, com patrimônio próprio e fontes próprias de custeio decorrentes principalmente das contribuições obrigatórias dos associados (PRATES *apud* COSTA e VALENTE, 2008, p. 7).

²² Conselho Federal de Medicina, Código de Ética Médica, disponível em: http://www.portalmedico.org.br/novocodigo/integra_1.asp

²³ Disponível em: <http://www.oabsp.org.br/subs/pacaembu/institucional/codigo-de-etica-e-disciplina-da-oab>

²⁴ Constituição Federal. Art. 5º, IX. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/ConstituicaoCompilado.htm

O presidente do Sindicato dos Jornalistas Profissionais da Paraíba, Rafael Freire, em entrevista à autora, disse que a falta de uma entidade fiscalizadora, com poderes punitivos, de certa maneira, permite os abusos cometidos pela imprensa não apenas em João Pessoa, mas em todo o país.

O que observamos é a falta de compromisso ético, manifestada numa grande quantidade de casos grotescos, de violência contra os direitos humanos, de violência ao direito do contraditório, entre outros absurdos travestidos de matérias jornalísticas. Acompanhamos de perto esses desvios, mas os instrumentos que o Sindicato possui para combatê-los são instrumentos ideológicos e políticos. Não temos poder para atuar de maneira punitiva e coercitiva. Quem tem o poder de fazer um enquadramento real sobre a perspectiva ética e moral são os conselhos e ordens, e nossa categoria profissional não é contemplada com esse tipo de organização (FREIRE, 2015).

A subjetividade jornalística e sua repercussão na sociedade implicam em constante conflito de interesses de toda cadeia envolvida no processo de construção da notícia, desde o acontecimento até sua publicação. Cornu (1998) explica que a ética é muitas vezes confundida com a moral e que quando há reflexão ética, as normas escritas poderiam ser dispensadas. "Um código pretende relacionar atitudes a serem propostas ou proibidas, enquanto que a ética trabalha com sujeitos, chamados a decidir, a escolher, a pesar entre as regras, a interrogar-se sobre seus deveres, além do simples enunciado proposto" (CORNU 1998, p. 107).

Para Karam (2007), a preocupação com a questão ética está atrelada ao direito social à notícia, à informação. Ele defende que o jornalista, pela particularidade de sua atividade e importância no contexto social, como agente responsável por garantir o direito à informação, necessita de uma ética diferente, particular. "(Os códigos deontológicos) são referências parciais para o profissional e, ao mesmo tempo, precisam ser introjetados nos indivíduos para que a própria categoria saiba o que eles dizem e qual a sua dimensão filosófica..." (KARAM, 2007, p. 62).

Em seus estudos sobre os códigos deontológicos do jornalismo, Cornu (1998) faz um relato histórico, mostrando que na França, em 1881, foi sancionada a primeira lei que reconhece a liberdade de imprensa e as responsabilidades do jornalista. Mas, é nos Estados Unidos, no início do século XX, que surgem os primeiros códigos e, a partir de então, estes ganham os países da Europa, com a valorização da ética normativa, objetivando "conciliar a aplicação das regras com a prática e os costumes, permitindo responder às supostas

expectativas do público e maximizar, assim, os benefícios da atividade ligada à produção de notícias” (CORNU, 1998, p. 26).

De acordo com o levantamento feito por Cornu (1998), mesmo a partir da divisão da Europa entre Oriente/Leste após a Segunda Guerra Mundial, algumas normas e princípios deontológicos continuaram sendo objeto de reflexões entre as principais entidades de representação jornalística da época. Tanto a Federação Internacional dos Jornalistas (OIJ, representando o Ocidente) quanto a Organização Internacional dos Jornalistas (FIJ, representando os interesses do Leste) assumiram posturas diante da produção jornalística, mas continuaram a debater sobre direitos e deveres dos jornalistas. A partir dessas preocupações, em 1971, em Munique (então Alemanha Ocidental), é publicada a Declaração dos Deveres e Direitos dos Jornalistas. Com a queda do Muro de Berlim, em 1989, e a fusão das duas entidades, essa Declaração foi propagada e se expandiu de maneira a influenciar na elaboração de códigos de ética relacionados à produção de notícias em todo o mundo, com adaptações que atendessem aos interesses de cada comunidade. Cornu (1998) elenca o que considera serem as principais normas presentes na Declaração:

- a liberdade de expressão e de crítica, como também a defesa de tais direitos;
 - a proteção da independência e integridade profissionais dos jornalistas, pela não aceitação de quaisquer vantagens materiais ou morais, ou qualquer influência exterior sobre o trabalho jornalístico, bem como pelo reconhecimento de uma cláusula de consciência;
 - o respeito à verdade na busca e elaboração da informação;
 - utilização de meios legítimos na busca dessas informações;
 - o devido respeito às fontes e pessoas, parte da informação, bem como o respeito ao direito autoral e às regras em matéria de citação;
 - igual tratamento das pessoas, evitando qualquer forma de discriminação
- (CORNU, 1998, p. 44)

Grosso modo, os principais pontos, como garantir o livre exercício da profissão, primar pela fidelidade às fontes, cuidar com os meios utilizados para obter as informações, evitar recebimento de vantagens pessoais ou tratar diferenciadamente pessoas, continuam sendo mantidos nos códigos de ética ao redor do mundo. Entretanto, no Brasil, essas normas têm valor apenas simbólico, consultivo, norteador, uma vez que não existem órgãos específicos em nível de conselho ou ordem para fiscalizar o seu cumprimento.

O principal código de ética em território brasileiro e que norteia a prática jornalística é o editado pela Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj). Entretanto, conforme interpreta Queiroz e Coutinho (2012), por ser uma entidade com raízes sindicais,

a tendência natural é que haja certo protecionismo em relação ao profissional, garantindo-lhes mais direitos do que deveres. E não é esse o objetivo dos códigos.

Outros conjuntos de normas, editados e guardados por instituições representativas das empresas de jornalismo, também reúnem artigos que tratam da conduta ética que devem ser adotadas por profissionais no dia a dia da profissão. Dentre eles, Queiroz e Coutinho (2012) destacam o documento da Associação Brasileira de Rádios e TVs (Abert), o da Associação Nacional dos Jornais (ANJ), da Associação Brasileira de Imprensa (ABI) e da Associação Nacional dos Editores de Revista (ANER). Cada um possui particularidades que atendem a interesses específicos, sejam patronais, profissionais, econômicos, simbólicos ou de qualquer outra ordem. Existem, ainda, os manuais de redação e estilo editados pelas grandes empresas jornalísticas que, além dos procedimentos técnicos e normas de conduta interna da empresa, ensaiam algumas recomendações éticas quando da apuração e construção da notícia.

No Brasil, a grande quantidade de códigos de conduta profissional relacionados ao jornalismo leva a refletir sobre sua eficácia, tanto para garantir os direitos do jornalista que preza pela ética, quanto seus deveres enquanto agente que lida com bem público assegurado a todo o cidadão pela Constituição Federal. Marshall (2003) lembra que o fazer jornalístico está inserido no contexto das empresas de comunicação e estas, por sua vez, atuam de acordo com a lógica dos negócios, o que influencia diretamente nas redações. Com isso, o mercado é, hoje, a principal referência ao jornalismo, que...

...vem curvando-se ao sistema, flexionando junto seus conceitos, valores, padrões e posicionamentos. Os princípios da nova ordem neo-econômica provocam mudanças nas relações dentro das redações dos jornais, na interação do profissional com a sociedade, nas escolas de jornalismo, na hierarquia dos saberes, na dinâmica das mentalidades, no artesanato das notícias e no cotidiano do fazer jornalístico (MARSHALL, 2003, p. 24).

O descaso dos jornalistas pelas normas éticas é favorecido pela existência de grandes grupos de comunicação que, sozinhos, detêm quase a totalidade do bolo das empresas jornalísticas do país. Isso impede a pluralidade e a competição entre os órgãos de imprensa. Esse problema é lembrado por Freire (2015) quando, em entrevista à autora, afirmou que a falta de pluralidade dos discursos jornalísticos favorecem o monopólio da informação. “A sociedade precisa encampar a democratização da mídia para que tenha uma pluralidade de vozes. Todos esses aspectos estão ligados à perspectiva ética e do compromisso com a verdade” (FREIRE, 2015).

Mesmo nesse cenário, Bertrand (1999) acredita que os jornalistas podem melhorar sua atuação profissional como forma de garantir que a informação chegue a todos os públicos. O autor defende que a deontologia é o único meio capaz de garantir melhor serviço da mídia. Para tanto, é necessário introjetar nos profissionais a noção de ética que, por sua vez, só terá eficácia se for dotada de sistemas de imputação de responsabilidades.

A excepcionalidade de que goza o jornalismo, dentre as instituições democráticas, consiste em que seu poder não repousa num contrato social, numa delegação do povo por eleição ou por nomeação com diploma ou por voto de uma lei impondo normas. Para manter seu prestígio, e sua independência, a mídia precisa compenetrar-se de sua responsabilidade primordial: servir bem à população (BERTRAND, 1999, p. 23).

Bertrand (1999) cria uma sigla para defender os mecanismos de autorregulamentação jornalística: MARS – Meios de Assegurar a Responsabilidade Social dos profissionais da imprensa (em inglês, *MAS – Media Accountability Systems*). O autor chama de “arsenal da democracia” a prestação de contas e imputabilidade – quando necessária – do trabalho de construção da notícia. Essa seria uma forma de garantir a participação da sociedade como agente crítico do jornalismo, posto que se trata, em última análise, de atividade pública. É Cornu (1999) quem completa que à responsabilidade jornalística deve-se acrescentar a responsabilidade midiática da sociedade.

A consciência ética desobriga a existência de punição ou de recompensa. Logo, onde há consciência ética não há necessidade de códigos deontológicos. As decisões tomadas nas redações não são questões legais (salvo raras exceções). Elliott (1986) apela para que os jornalistas considerem as reflexões éticas e a moralidade quando precisar fazer escolhas cotidianas, levando em conta apenas um imperativo: não causar dano desnecessário. “Não causar mal desnecessário significa não causar dor, sofrimento ou incapacidade a outras pessoas, ou privá-las de prazer, a não ser que haja uma boa razão para isso” (ELLIOTT, 1986, p. 26-27).

5 MERCADO JORNALÍSTICO DE JOÃO PESSOA

Neste capítulo será apresentado um panorama do mercado de trabalho para jornalistas na cidade de João Pessoa. Todavia, se fazem necessários alguns esclarecimentos à parte. Não existem dados oficiais de nenhuma entidade ou empresa que informe a quantidade de veículos de imprensa na cidade ou o número de empregos que geram para jornalistas. É difícil precisar também o número de sites de notícias em funcionamento ou até mesmo a quantidade de jornalistas desempregados. A obtenção de informações básicas, como faixa salarial paga pelos principais empregadores de jornalistas na cidade, exigiu um esforço extra. Todas as informações necessárias para desenhar o cenário proposto neste capítulo, de sorte que este desenho seja o mais próximo possível da realidade, foram coletadas por meio de entrevistas presenciais, feitas pela pesquisadora.

Foram entrevistados representantes dos patrões e também dos empregados, que falaram sobre seu ingresso no mercado de trabalho, nível de satisfação com a profissão e projeções para o futuro, além de, naturalmente, como avaliam a ética entre seus pares. Foram ouvidos três representantes patronais, dirigentes dos principais sistemas de comunicação da Paraíba, cinco jornalistas e o presidente do Sindicato dos Jornalistas da Paraíba. Todos os entrevistados foram escolhidos com base em critérios preestabelecidos, de acordo com a necessidade de respostas da pesquisa em curso. Os empresários foram escolhidos por serem os maiores empregadores de jornalistas na cidade de João Pessoa. Os jornalistas foram selecionados levando-se em conta a idade, tempo de profissão e empresa onde trabalham, como forma de tornar as falas mais representativas possíveis. “A seleção dos entrevistados em estudos qualitativos tende a ser não probabilística, ou seja, sua definição depende do julgamento do pesquisador e não do sorteio a partir do universo” (DUARTE, 2005, p. 69).

Tanto a coleta de dados quanto sua interpretação buscou compreender os meandros do mercado jornalístico de João Pessoa, por meio da rede de narrativas, tanto do empregador quanto do empregado. Conforme Duarte (2005), esse tipo de recurso é importante porque busca conhecer das fontes selecionadas suas experiências. A interpretação recai, inevitavelmente, na análise de discurso, que é a interpretação das falas além do texto, inserindo-as num contexto para dar-lhes sentido.

Entre as vantagens obtidas com as entrevistas, está o fato de ter dos respondentes, além de informações mais objetivas, como número de jornalistas que emprega e salários pagos, ouvir sobre como se posicionam diante de questões como interferências na linha

editorial, autonomia de suas redações e atitudes diante da comprovação de desvio de conduta de seus profissionais, além da lucratividade com a atividade jornalística. E, como principal desvantagem, o fornecimento de respostas calculadas, que podem não ser sinceras, mas que o falante acredita ser o que o entrevistador ou mesmo a sociedade espera dele ouvir.

Os jornalistas ouvidos para a pesquisa tiveram a garantia do anonimato. Esse procedimento se fez necessário, uma vez que foram feitos questionamentos que poderia comprometer sua permanência nas empresas onde trabalham. Os empresários não precisaram de tais garantias e, portanto, são identificados. Outras entrevistas complementares foram realizadas para obter respostas sobre a quantidade de empregos ofertada pelas principais assessorias de imprensa da cidade de João Pessoa, bem como os salários pagos aos jornalistas que empregam.

Os resultados obtidos são expostos a seguir.

5.1 A crise do emprego

O Brasil vive uma grave crise de desemprego, com uma estimativa de 11,4 milhões de pessoas desempregadas (IBGE, 2016)²⁵. A desocupação atinge trabalhadores de todos os níveis de escolaridade. Somando-se à crise generalizada da falta de emprego, o mercado de trabalho para jornalistas já vinha passando por uma turbulência particular. As novas tecnologias, especialmente a Internet, recebida com euforia no início dos anos 2000, pela facilidade que trazia na busca de informações complementares para elaboração de textos noticiosos, agora é vista como uma ameaça. Isso porque um dos efeitos das novas ambiências jornalísticas nos meios digitais – objeto de vários estudos – é o fechamento de jornais impressos e revistas, que vêm perdendo sua viabilidade econômica graças à migração dos anunciantes para os meios da *web*.

O fechamento dos jornais impressos é uma realidade em todo o mundo. Maharidge (2016) afirma que estamos vivendo o que ele chama de “dizimação da profissão”. Em seu estudo focado no mercado de trabalho para jornalistas nos Estados Unidos, o autor informou que a derrocada dos impressos – e a conseqüente perda de empregos de jornalistas – teve início ainda no ano 2000 e desde então vem só aumentando. Ele

²⁵ IBGE, disponível em:

http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/indicadores/trabalhoerendimento/pme_nova/, acesso em 30 de maio de 2016.

justificou que somente entre os anos de 2000 e 2007 os impressos perderam receitas aproximadas de US\$ 5 bilhões em anunciantes.

O jornalismo impresso está numa transição, metamorfoseando-se numa rede desatada de conjuntos digitais ocupados por uma divisão de jovens *freelancers* mal pagos, malandros de teclado, entusiastas do Twitter e adivinhos das redes sociais (MAHARIDGE, 2016, *online*).

Maharidge(2016) lembra que até o século passado, antes da popularização da Internet e todas as novidades de comunicação que ela trouxe consigo, os jornalistas, homens e mulheres que transformaram a profissão no pilar mais importante de suas vidas, não se preocupavam com instabilidade no emprego, acreditando na tradição de que um bom trabalho jornalístico garantiria a sua empregabilidade e a estabilidade de suas carreiras. “Sumiram as redações apinhadas de gente. E, em muitos casos, também sumiram os jornalistas mais velhos” (Maharidge, 2016, *online*). O autor ainda pondera que o jornalismo em si passa por transformações e as notícias bem trabalhadas, por jornalistas veteranos ganhadores de prêmios, parecem coisas do passado. “Muitas dessas empresas da nova mídia sentem-se como se fossem empresas de tecnologia” (MAHARIDGE, 2016, *online*).

Apesar das particularidades conjunturais de cada país, o resultado tem sido o mesmo em toda parte: redução das vagas de jornalistas. Estudo semelhante feito em Portugal mostra que o setor jornalístico está em declínio também na Europa, com o fechamento de impressos e dificuldades financeiras até mesmo na televisão e no rádio, acarretando baixas nos empregos dos *media* noticiosos. “A crise no setor tem também levado ao encerramento de vários projetos editoriais. Em 2011, mais de 350 publicações ordenaram o cancelamento do seu registro na Entidade Reguladora para a Comunicação Social” (Bastos, 2014, p. 39). O autor informa que entre os anos de 2006 e 2009 cerca de 500 jornalistas portugueses perderam seus empregos, sendo que a imensa maioria no que ele chama de imprensa escrita.

Em seu estudo, Bastos (2014) cita também a crise de identidade pelo qual passa o jornalista, culminando com o fenômeno já tratado nos meios acadêmicos portugueses como “proletarização do jornalismo”, que pode ser entendido como “um processo em que os mais velhos são substituídos por profissionais mais novos, com menos experiência, vínculos laborais precários, carga laboral pesada e salários baixos” (Bastos, 2014, p. 44).

Esse fenômeno ocorre também em outras atividades tidas como produções intelectuais. Para o jornalismo, o autor avalia que os efeitos negativos vão além da falta de empregos:

As consequências para a profissão têm sido desastrosas: aumento exponencial do desemprego na classe, acesso cada vez mais difícil dos candidatos às redações, degradação da qualidade do trabalho e das condições laborais dos profissionais, desequilíbrio acentuado entre procura e oferta, com um notório excesso de licenciados em comunicação e jornalismo para um mercado de trabalho exíguo. Acresce que, em alturas de crise e contração do mercado de emprego, parece haver uma diminuição da mobilidade laboral, isto é, os jornalistas tendem a não mudar tanto de emprego e de redações, o que, por sua vez, dificulta o acesso de candidatos à profissão. A par dessas consequências mais visíveis e quantificáveis, haverá outras que, não sendo tão óbvias, acabam por provocar um efeito corrosivo sobre as condições do exercício da profissão (Bastos, 2014, p. 45).

No Brasil, além do efeito da Internet sobre os impressos, a crise financeira atual tem sido usada como justificativa para a demissão em massa de jornalistas. Segundo levantamento feito pelo portal *Comunique-se*²⁶, somente em 2015 mais de 1.400 jornalistas perderam seus empregos. O número pode ser ainda maior, pois o levantamento computa dados apenas dos maiores veículos de imprensa ou grupos empresariais do país. Os motivos apontados no levantamento são os mesmos detectados nos Estados Unidos e na Europa: o fechamento de impressos e sua migração para os meios da Internet, que exigem uma mão de obra menor e menos qualificada.

Torres (2013) acredita que a perda de mercado de trabalho não pode ser atribuída apenas à crise financeira. Para o autor, as empresas não se incomodam em ajustar suas contas cortando jornalistas, prática chamada pelo autor de “oportunismo, frente a um alinhamento mais voltado para o bem-estar dos acionistas do que para a qualidade do canal em questão” (Torres, 2013, *online*). O autor também aponta que os empresários do jornalismo não têm preocupação com a qualidade que norteia os princípios da profissão e que mesmo os grandes veículos estão se limitando a produzir conteúdos banais e sem sentido, “onde o único intuito é gerar visualizações de páginas” (TORRES, 2013, *online*).

O autor aponta que, no Brasil, existe um problema para o jornal – que não consegue mudar seu modelo de negócios em vigor há séculos e que precisa ser reajustado às novas conjunturas econômicas e tecnológicas – e para os jornalistas, que não têm preparo para o ambiente digital e resistem às novas plataformas. A soma desses dois fatores, pondera, será responsável por mais demissões. O autor discorda da ideia de que os meios digitais

²⁶ Disponível em: <http://portal.comunique-se.com.br/especiais/79757-2015-chega-ao-fim-com-mais-de-1-400-demissoes-na-area-de-comunicacao>

estão destruindo o jornalismo convencional. “Quem está destruindo a profissão é o próprio jornalismo – e os jornalistas – que sempre se recusaram a mexer em time que estava ganhando” (TORRES, 2013, *online*).

Em João Pessoa não existem dados oficiais que precisem o número de jornalistas demitidos. O Sindicato dos Jornalistas da Paraíba computa que o ano de 2015 fechou com a demissão de 25 profissionais²⁷. A contabilização do Sindicato é feita com base no número de homologações de rescisões de contratos de trabalho. Entretanto, as empresas utilizam diversos sistemas de contratações e nem sempre esses contratos são regidos pela Consolidação das Leis Trabalhistas, dispensando a homologação sindical no momento da rescisão. Assim, os números apresentados pelo Sindicato são oficiais, mas não são precisos. Ao longo do ano de 2015, os dois principais sistemas de comunicação, Paraíba e Correio, fizeram cortes significativos em seus quadros de pessoal, cujo total de demitidos supera em muito o número apresentado pelo Sindicato.

Freire (2015)²⁸ pondera que existe má vontade por parte dos empregadores em fazer sua cota de sacrifícios em momentos difíceis. “Os veículos usam como propaganda que são os mais lidos, os mais vendidos, os mais vistos, mas quando as contas não fecham sempre acham que a solução é demitir jornalistas” (Freire, 2015). O sindicalista acredita que as demissões em massa de jornalistas têm outro efeito nocivo à categoria: o assédio moral dos que continuam empregados.

Ver os colegas sendo demitidos todos os dias e sem justificativa acaba fazendo com que os profissionais que continuam empregados se submetam a tratamentos inadequados por parte dos chefes imediatos, além de serem obrigados a estender seus expedientes de trabalho e exercerem funções extras para as quais não foram contratados (FREIRE, 2015).

Em 2016, jornalistas pessoenses continuaram perdendo vagas no mercado de trabalho, com a justificativa universal: fechamento de veículos que se tornaram inviáveis economicamente e migraram para a Internet. Após 45 anos de atividade ininterrupta, o Jornal da Paraíba, do Grupo Paraíba de Comunicação, parou suas rotativas deixando sem emprego 44 jornalistas²⁹, além de designers, diagramadores, auxiliares, gráficos, motoristas

²⁷Disponível em: <http://www.sindjornalistaspb.com.br/noticias.php?id=305>

²⁸ Rafael Freire, presidente do Sindicato dos Jornalistas da Paraíba, em entrevista a esta pesquisadora, em junho de 2015.

²⁹ O número de jornalistas empregados no Jornal da Paraíba foi informado pelo superintendente do Grupo Paraíba de Comunicação, Guilherme Lima, em entrevista à pesquisadora.

e outros profissionais de apoio, desde a produção até a distribuição do impresso. O último número do periódico circulou no dia 10 de abril do ano em curso, porém o anúncio de sua extinção foi feito em nota no próprio jornal, três dias antes, 7 de abril – Dia do Jornalista.

Quadro 2: Nota oficial sobre fechamento do Jornal da Paraíba

Caros colaboradores,

A partir da próxima terça-feira (12/04), o Jornal da Paraíba deixa de circular em sua edição impressa. O seu conteúdo migrará para o formato digital. A decisão de interromper a circulação impressa segue uma tendência mundial, resultado do crescimento das plataformas digitais. Mas, também, está relacionada ao agravamento da atual crise brasileira, que atinge o setor produtivo em seus mais diversos segmentos.

Suspender a circulação impressa de um jornal com quase 45 anos não foi uma decisão fácil. Sabemos do papel desempenhado pelo Jornal da Paraíba, da sua história, do seu compromisso com o desenvolvimento do nosso Estado. Como sabemos de que modo uma decisão como esta atinge o capital humano que empresta sua força de trabalho ao crescimento das nossas empresas. Mas foi necessário fazê-lo.

Não vou mencionar nomes para não cometer injustiças. Expresso aqui o nosso agradecimento a todos, mas todos mesmo, os que, ao longo dessas quatro décadas e meia, fizeram o Jornal da Paraíba ser o que ele é. E torço, muito sinceramente, para que os que nos deixam reencontrem o seu lugar no mercado de trabalho.

Atenciosamente,

Eduardo Carlos

Presidente da Rede Paraíba de Comunicação

Fonte: Jornal da Paraíba, edição do dia 7 de abril de 2016

A crise generalizada do setor da mídia impressa eo crescimento dos meios digitais foram, mais uma vez, apresentados como argumento para o fim do periódico, que passou a existir apenas na versão *online*. Na versão digital, o veículo conta com a mão de obra de apenas 11 jornalistas, dispensando toda a equipe de apoio, pois nesse tipo de plataforma o profissional tem que ser versátil e assumir várias atribuições. A mudança pode ilustrar bem o que Bastos (2014) falou sobre “proletarização do jornalismo”, uma vez que nos meios digitais os salários costumam ser mais baixos. Na nota oficial sobre o fechamento, o presidente da Rede Paraíba de Comunicação, Eduardo Carlos, lamenta a perda de empregos para jornalistas e deseja que sejam absorvidos pelo mercado (Quadro 1).

O prenúncio de que os impressos poderiam estar com os dias contados em João Pessoa ocorreu alguns anos antes, em 1º de fevereiro de 2012, quando os jornais O Norte e

Diário da Borborema deixaram de circular, colocando na rua 34 jornalistas³⁰. O jornal O Norte foi o primeiro jornal comercial da Paraíba, fundado em 2 de maio de 1908. O Diário da Borborema foi fundado em 1957 para atender aos leitores da cidade de Campina Grande e região. Ambos os veículos eram parte dos Diários Associados. O Norte fez uma tentativa de sobreviver nos meios digitais, sem sucesso. Mudou seu formato para tabloide, mas continuou em declínio, tanto de anunciantes quanto de leitores, e, por fim, encerrou suas atividades depois de mais de um século em circulação.

5.1.1 Ingresso no mercado de trabalho

O entrevistado 1 foi repórter do jornal O Norte durante 23 anos, tendo o veículo como seu único empregador desde que deixou a faculdade de jornalismo, em 1989. Ele informou que sua entrada no mercado de trabalho foi muito fácil. “Não tinha nem terminado a faculdade de jornalismo e um dia fui ao jornal O Norte, falei com o editor e, no mesmo dia, ele já me deu uma pauta para ver se eu sabia fazer uma entrevista e escrever. Ele gostou do resultado e ganhei o emprego”. Aos 54 anos, o jornalista não conseguiu ser reinserido no mercado desde o fechamento do periódico. Ele relata:

Acho que minha idade pesou na hora de tentar arrumar outro emprego na área. O fato de ter passado todo o tempo num único emprego, fazendo a mesma coisa, também me prejudicou. Mas nunca senti necessidade de fazer outra coisa, noutro lugar. Dei meu sangue, minha vida, pelo jornal O Norte e não recebi sequer um “obrigado” quando o veículo fechou. Durante os 23 anos que passei no jornal, vi colegas sendo demitidos, salários atrasados, cortes de pessoal, mas nunca, nunca mesmo, imaginei que um veículo de mais de um século fecharia assim, sem nenhum aviso prévio.

Em seu depoimento, o entrevistado 1 fez algumas considerações para justificar sua dificuldade em conseguir trabalhar em outro veículo. “Apesar de ter alguns contatos, quando há uma demissão em massa, a concorrência é grande e fica mais difícil conseguir uma vaga em qualquer redação”. Por ocasião da entrevista, em agosto de 2015, o entrevistado 1 era empregado de uma loja de roupas femininas e recebia um salário mínimo – R\$ 788,00 à época da entrevista – acrescido de comissões sobre suas vendas. Resignado com o encerramento da carreira de jornalista, ele completa:

³⁰O número de profissionais corresponde aos que fizeram homologação da rescisão de contrato no Sindicato dos Jornalistas da Paraíba. Disponível em: <http://www.sindjornalistaspb.com.br/noticias.php?id=241>

Não foi só a idade que pesou na hora de tentar uma nova colocação em um veículo de imprensa. Tenho colegas na mesma faixa etária que conseguiram. Mas, confesso que nunca fiz nenhum curso ou especialização depois que sai da faculdade. Nunca participei sequer de nenhum evento, como seminário, congresso, essas coisas. Na minha cabeça, o que a teoria poderia me ensinar, já tinha ensinado na faculdade. Talvez isso tenha contribuído para meu currículo ser rejeitado em todos os lugares para onde o enviei.

Mais grave do que a falta de especialização e participação em eventos é a falta de intimidade com os meios digitais e a tecnologia de maneira geral que o entrevistado 1 assume ter. “Quando a redação foi informatizada tive uma grande dificuldade, mas não foi só eu. Tinha colega que continuava fazendo seus textos na máquina de escrever e pedindo a alguém para digitar no computador”.

O entrevistado 4 iniciou sua carreira de jornalista no jornal O Norte, em 1993. Seu ingresso no mercado de trabalho foi semelhante ao entrevistado 1. “Naquela época era muito fácil ser admitido na redação. Bastava ser curioso e ter um bom texto”. Quanto às suas experiências profissionais, ele fala:

Acho que O Norte foi a porta de entrada do mercado de trabalho para a maioria dos jornalistas pessoenses que têm mais de 35 anos. Mas não dava para ficar estacionado lá por muito tempo. A desorganização da gestão administrativa era visível até para os mais leigos no assunto e o fim do jornal era uma questão de tempo. Na primeira oportunidade que tive, sete anos após ingressar no jornal, fui procurar outras experiências. Isso valorizou meu currículo e, mesmo em períodos mais difíceis, nunca passei nenhum dia desempregado, sempre troquei um emprego por outro mais vantajoso.

Apesar de ter, por ocasião da entrevista, duas funções remuneradas, ambas na sua área de formação, que lhe garantem uma renda estimada em R\$ 8.500,00, o entrevistado 4 já demonstrava preocupação com o futuro profissional. “Tenho consciência de que as grandes vantagens que sempre me garantiram emprego, como ser dono de um bom texto jornalístico e ter boa qualidade de raciocínio, não valem muito nos meios digitais que estão tomando conta de tudo”. O entrevistado 4 pondera, ainda, que, atualmente, percebe que deveria ter planejado a carreira, economizado, ter feito um plano de aposentadoria ou até mesmo empreendido algum projeto pessoal que garantisse renda caso seja obrigado a deixar o mercado. “A gente passa a vida tentando ser bom no que faz e acha que isso vai garantir o emprego até o fim da vida. Já vejo colegas que estão em dificuldade, tendo muito mais *knowhow* e recebendo os mesmos salários que um recém-formado”.

O entrevistado 2 iniciou a carreira como estagiário num dos grandes grupos de comunicação de João Pessoa, recebendo apenas uma ajuda de custo. “Tudo que eu

precisava era uma oportunidade para mostrar meu trabalho, mostrar que era bom. O estágio, conseguido no sexto período da faculdade, me deu essa oportunidade”. O entrevistado 2 disse que não se incomodou com o fato de passar seis meses recebendo apenas o suficiente para arcar com os custos do transporte público, pois entrou na empresa decidido a ser efetivado como jornalista tão logo terminasse o estágio. Ele conta:

Eu procurei sempre fazer muito mais do que aquilo que me pediam. Aprendi a função de quase todo mundo da equipe. Fiz reportagens, fiz produção de matérias e até entrei no ar (rádio) algumas vezes. Dei sugestões sobre coberturas importantes, como eleições. Enfim, mostrei que era vantajoso para a empresa me contratar, que era dinâmico e fácil de me relacionar com a equipe. Quando o estágio terminou, mesmo sem ter me formado, fui contratado para tirar as férias de um colega que já estava na empresa há vários anos. Logo depois, fui oficialmente contratado e passei a receber o mesmo salário que os demais da redação, mesmo sendo ainda estudante. Isso foi em 2008. Desde então, nunca fiquei desempregado e já tenho na bagagem uma experiência que muito me orgulha.

Quando perguntado sobre a crise do emprego no jornalismo, o entrevistado 2 diz que nunca parou para pensar sobre o assunto, mas não tem nenhum receio e justifica:

Eu me adapto a qualquer realidade. Tenho milhares de seguidores nas redes sociais e onde trabalho sempre sugiro a criação de aplicativos e ferramentas que possam ser usadas por plataformas digitais. Acho que o fato de ser antenado com as mídias digitais e ter experiências em rádio e televisão me dá vantagem sobre os jornalistas que são crias dos impressos e das assessorias de imprensa. Eu, particularmente, nunca trabalhei e nunca tive vontade de trabalhar em impresso. Acho o trabalho desgastante e com pouco resultado, já que o número de leitores vem caindo há tempos. Acho que os impressos estão com os dias contados e, sinceramente, não acho que farão falta. O mundo mudou. O jornalista precisa mudar também, senão não sobrevive.

Aos 32 anos de idade, o entrevistado 2 possui carro próprio (quitado) e um apartamento financiado. Sua renda mensal, somando os dois salários que recebe, é de R\$ 4.800,00. Ele afirmou que não tem preocupação com o futuro, alegando que se o jornalismo se reinventa, ele se reinventa também. “Outra tranquilidade que tenho é que sou muito organizado em minhas contas pessoais e sempre procuro gastar menos do que o que ganho. Eu penso no futuro e trabalho desde já para não ficar na situação que vejo muitos colegas poucos mais velhos do que eu”.

O entrevistado 3 ingressou no mercado de trabalho há 16 anos, no recém-extinto Jornal da Paraíba, e já ocupou diversas funções em veículos diferentes, incluindo assessoria de imprensa. Durante muitos anos ocupou duas funções remuneradas simultaneamente. Por ocasião da entrevista, ele estava exercendo apenas uma função

remunerada e atribuiu a dificuldade em conseguir um segundo emprego à crise do setor. Seu salário era de R\$ 1.850,00.

Sempre trabalhei muito e, pela primeira vez desde que me formei, em 2000, estou com apenas um emprego. Já teve períodos em que tinha dois empregos e ainda fazia uns *frilas*³¹. Já fiz vários contatos avisando que tenho um expediente disponível, mas ainda não consegui arrumar o segundo emprego e isso já tem cinco meses, desde que fui mandado embora por causa dos cortes de pessoal. Estou sentindo na pele a redução dos postos de trabalho para jornalistas e isto está me assustando um pouco, sim.

O entrevistado 3 defende que qualificação extra não garante o emprego de nenhum jornalista. “Vários fatores, muitos dos quais não são claros, contribuem para a demissão de jornalistas”. Ele acredita que as empresas de João Pessoa não costumam valorizar funcionários que se dedicam mais ou que desempenham diversas funções. “As vezes se seu chefe imediato gostar de você, você acaba conseguindo evoluir dentro da empresa, mesmo não sendo tão competente. O contrário também é verdade”. O entrevistado 3 narrou sua experiência pessoal para justificar essa crença.

No meu caso, sempre aprendi a função de todos ao meu redor, como forma de me tornar indispensável. Aprendi a editar, diagramar e até fazer tratamento de fotos. Ajudava o editor e terminávamos antes de todas as editorias, porque não dependíamos do pessoal da arte para finalizar nada, pois eu mesmo fazia isso. Eu tinha certeza de que quando houvesse cortes de pessoal, estaria garantido pela multiplicidade de funções que era capaz de exercer. Tenho plena convicção de que era um funcionário vantajoso para a empresa. Fui um dos primeiros a ser mandado embora quando das demissões ocorridas neste ano (2015).

Voltar aos bancos universitários e cursar um mestrado é o projeto pessoal do entrevistado 5. O objetivo é migrar para a carreira de professor. Aos 35 anos de idade, dos quais dez em redações e assessorias de imprensa, o entrevistado 5 já demonstra uma desilusão com o mercado jornalístico incomum para sua idade. “Meu salário bruto atualmente é de quatro mil reais. Assusta-me saber que sou considerado “sortudo” por ganhar bem melhor do que muitos jornalistas veteranos. Que profissão é essa que exige tanto, retribui tão pouco e, mesmo assim, é tão disputada?”. Seu ingresso no mercado de trabalho foi por meio de estágio e, tal qual o entrevistado 2, ele também acabou sendo contratado imediatamente após o fim de seu contrato como aprendiz. Sua relação com o jornalismo é cheia de antagonismos. Sobre perspectivas futuras no jornalismo, o entrevistado 5 disse:

³¹ Aportuguesamento do termo inglês *freelancer*, usado para denominar o [profissional autônomo](#) que presta serviços para diferentes empresas ou que atendem a seus clientes de forma independente.

Eu amo o jornalismo que aprendi na universidade. Não sou inocente. Sabia que o mercado seria diferente, até porque lia jornais e assistia a programas noticiosos. Mas nunca imaginei que o mercado fosse tão contaminado pela falta de ética, por venda de pautas e espaços para entrevistas, por pessoas que não têm nenhuma formação e têm microfones abertos para falar o que querem, ofender ou bajular de acordo com suas conveniências pessoais. E tudo isso é ignorado pelos donos das empresas, já que esse tipo de profissional gera lucros. Não sou puritano ou coisa parecida. Mas não consigo me imaginar passando o resto de minha vida profissional num ambiente assim, com colegas assim. Claro que têm exceções e são estas que me dão alguma esperança. Conseguir aprovação num mestrado é o que me motiva, pela possibilidade de contribuir com o jornalismo de outra maneira: combatendo os maus profissionais e as más práticas jornalísticas como professor, ajudando a formar as novas gerações de jornalistas.

O entrevistado 5 acredita que o jornalismo está em crise de identidade por causa das ambiências digitais, mas que será capaz de se reinventar e sobreviver. “Jornalismo, mesmo mal feito, é essencial à democracia”. Ele acredita também que os novos formatos digitais não liquidam o jornalismo, e argumenta: “Sempre haverá necessidade do profissional que transforma dados em notícias, que interpreta planilhas e tabelas, que seja capaz de comover com uma história bem contada e este profissional é o jornalista”. Entretanto, não mostra muito otimismo com o futuro da profissão.

Em termos de salário e emprego, acredito que o jornalismo viverá um futuro sombrio, como muitas outras profissões. É a lei da oferta e da procura. Antes, para contratar um jornalista experiente, o empregador deveria negociar um salário melhor, compatível com o “nome” que o profissional tem no mercado. Se hoje já é possível contratar um bom jornalista por um salário abaixo do piso da categoria, imagina como será daqui para frente.

Com exceção do entrevistado 2, os jornalistas falantes que contribuíram para este capítulo têm a mesma opinião de que discutir sobre ética nunca foi tão necessário e, ao mesmo tempo, tão inoportuno. O entrevistado 1 diz que falar em ética jornalística no momento atual é inviável, pelo fato de que “os profissionais estão com medo de perder seus empregos por causa do grande número de colegas desempregados que estão deixando currículos nas empresas. Nesse cenário, a necessidade de pagar as contas fala mais alto do que qualquer valor ético ou moral”. O entrevistado 4 complementa que o próprio empregador percebe a vulnerabilidade dos profissionais em momentos como esses. “Mesmo aqueles colegas que costumam ser mais combatentes, que outrora foram disputados por vários veículos, hoje não passam de leões sem dentes”. O entrevistado 3 usa sua experiência pessoal para justificar sua opinião sobre a questão:

Tem profissionais em João Pessoa que eu considero a escória de nosso mercado, que simbolizam tudo que é antiético. Mas são justamente esses quem ganham dinheiro com o jornalismo, quem tem empresas e muitos negócios particulares, todos obtidos por meio dos microfones ou canetas que usam. Sinceramente, hoje, eu passaria por cima de minhas convicções e trabalharia com qualquer um deles, que defendem seus interesses, e que de antemão já sei que vão contra tudo que acredito. Estou sendo sincero. O nome disso é necessidade e quando esta está presente, não adianta falar sobre ética, ou qualquer outra questão moral, que parecerá hipocrisia.

O entrevistado 2, a voz dissidente da questão, falou que não vê falta de ética no mercado jornalístico de João Pessoa. “As pessoas tendem a resistir a tudo o que é diferente, que vai contra a ordem estabelecida. Basta o profissional ser um pouco mais desbocado, falar um palavrão e parece que ele é o cara mais antiético do mundo. Não penso assim”. Esse entrevistado disse também que informações as pessoas têm em vários lugares e não apenas nos veículos de imprensa e por isso o público prefere os jornalistas que emitem opinião, contextualizam as informações. “Vamos ser sinceros, né? O público nunca gostou de pensar, de refletir e decidir sobre qual lado ficar. Por isso os profissionais que traduzem em miúdos os fatos e dizem tudo o que pensam têm tanta audiência. Não acho isso errado ou antiético. Não acho mesmo”.

5.2 Onde estão os empregos

A imprensa no Brasil sempre foi comandada por grandes grupos empresariais, que acabaram estabelecendo o modelo de jornalismo adotado no país, desde o faturamento publicitário que garante os caixas das empresas até os tipos de embalagens que as notícias devem ter para serem lançadas para o consumo do público. A resistência desses grupos em adotar outros modelos contribui para o encolhimento do mercado jornalístico, como pontua Torres (2013).

Na Paraíba, a presença de grupos empresariais que concentram a maior parte dos empregos de jornalistas também é uma realidade. O Sistema Correio de Comunicação conta com seis veículos de imprensa com alcance em todo o Estado da Paraíba, mas cujas redações estão situadas em João Pessoa. São eles: TV Correio (afiliada da Rede Record), RCTV (Canal fechado da NET), Rádio 98 FM, jornal Correio da Paraíba, jornal Já e Portal Correio. Em outubro de 2015, quando esta pesquisa foi realizada, os seis veículos empregavam 102 jornalistas, ocupando funções de repórter, produtor, editor, chefe de reportagem, secretário de redação, apresentador de telejornais e âncora de programas

noticiosos de rádio. O maior salário pago a um jornalista do Sistema Correio era de R\$ 11.718,40 e o menor R\$ 1.426,54.

O Sistema Cabo Branco de Comunicação possuía em 2015 quatro redações em João Pessoa: TV Cabo Branco (afiliada da Rede Globo), Rádio CBN, Jornal da Paraíba (versão imprensa e *online*) e Portal G1. O número de profissionais contratados para garantir o funcionamento dos veículos era de 119. O menor salário pago a um jornalista do Grupo era de R\$ 2.000,00 e o maior de R\$ 10.000,00.

Outros sistemas de comunicação de menor porte completam o conjunto de maiores empregadores privados de jornalistas em João Pessoa. O Sistema Tambaú de Comunicação possui três veículos, a saber, TV Tambaú (afiliada do SBT), Nova Tambaú FM e Portal Tambau247. Emprega 23 jornalistas, com salários que variavam de R\$ 1.700,00 a R\$ 10.000,00. O Sistema Arapuan também possui três veículos com redações em João Pessoa: TV Arapuã (afiliada da Rede TV), Arapuan FM e Portal Paraíba³². A empresa não quis informar sobre a quantidade de jornalistas que emprega, nem os salários pagos.

A TV Manaíra (afiliada da Rede Bandeirantes) quando do levantamento de dados para este trabalho se chamava TV Clube e pertencia aos Diários Associados, cujo comando é sediado em Pernambuco. À época, como estava sendo alvo de negociação, não havia ninguém autorizado para fornecer as informações solicitadas por esta pesquisadora. A justificativa era que tais informações poderiam comprometer as negociações. A emissora, juntamente com a rádio Clube FM, foi comprada pelo Grupo Opinião, presente em outras capitais nordestinas. Neste ano de 2016, ambos os veículos mudaram de nome, TV e rádio Manaíra, e estão com nova programação noticiosa local, para as quais contrataram jornalistas.

Ainda em 2005, Kucinski celebrava o fim do jornalismo industrial, onde as notícias eram produzidas em grandes fábricas: as redações. Ele apostava que a internet inaugurava uma nova era, onde o jornalismo passaria a ser mais democrático, no qual qualquer jornalista que se sentisse cerceado pelo patrão poderia criar um *blog* ou um *site* e, ali, escrever as matérias do seu jeito, publicar as entrevistas que quisesse. A previsão do autor era que o jornalista poderia “produzir para as mais diversas publicações a partir de sua casa. É a comunicação libertária”(KUCINSKI, 2005, p.79).

Não foi bem assim que aconteceu. Pelo menos na Paraíba. Os maiores *sites* e portais de notícias – em termos de estrutura, uma vez que é difícil determinar o número de

³² Apesar de insistentes tentativas de ouvir o presidente do Grupo, empresário João Gregório, para obter dele respostas às mesmas perguntas feitas aos demais empresários, não obtivemos sucesso. .

acessos reais – pertencem aos grupos de comunicação Portal Correio, Portal G1, Portal Tambau247 e Portal Paraíba. Outros *sites* e portais resultantes de pequenos investimentos já geram empregos para jornalistas, ainda que em números incipientes. Em alguns casos, são jornalistas empreendendo e empregando jornalistas. Exemplos dessas empresas são Blog do Gordinho, [Click PB](#), [Wscorn](#), [Paraíba Agora](#), [Mais PB](#), [Paraíba Já](#), [Paraíba Online](#).

É prática nos veículos de imprensa de João Pessoa, desde os grandes grupos empresariais até as pequenas empresas de assessoria de imprensa, usarem o trabalho de estagiários nas redações. Mesmo respeitando os limites que a legislação vigente³³ impõe ao trabalho dos estagiários, estes executam basicamente as mesmas atividades dos profissionais já formados. Em muitos casos, estagiários substituem profissionais durante fruição de férias, como atestou o entrevistado 2 ao falar sobre seu ingresso no mercado de trabalho de João Pessoa. A Legislação não limita o número de estagiários de uma empresa com mais de 25 funcionários e nem o valor mínimo que deverá ser pago por seus serviços. Nas empresas de comunicação muitos estagiários conseguem se destacar pela predisposição para o trabalho e pela intimidade que têm com os meios tecnológicos.

5.2.1 O mercado das assessorias de imprensa

A assessoria de imprensa surgiu no início do século XX, nos Estados Unidos, para melhorar a imagem dos empresários que queriam lucro a todo custo, não se importando com os feitos nocivos de seus empreendimentos. Essa realidade pode ser resumida na famosa frase atribuída a William Henry Valderbilt, “o público que se dane”, quando perguntado sobre os motivos que levaram ao fechamento de uma ferrovia. O jornalista Ivy Lee, em 1906, percebeu que os empresários precisavam de um profissional que conseguisse melhorar sua imagem e de seus negócios por meio da divulgação de informações não pagas nos jornais e revistas da época. A ideia deu certo e rapidamente o modelo de trabalho foi copiado em outros países.

No Brasil, a assessoria de imprensa surgiu com a expansão industrial e a entrada de investidores americanos no mercado nacional. Duarte (2010) conceitua a atividade como a “gestão do relacionamento e dos fluxos de informação entre fontes de informação e imprensa. Busca, essencialmente, atender as demandas por informação relacionadas a uma organização ou fonte em particular” (Duarte, 2010, p. 51). Numa simplificação do

³³ <http://www.estagiarios.com/legislacaodeestagio.asp#Bolsaestagio>

conceito, assessoria de imprensa é a redução do espaço que separa a empresa do público a partir de informações que poderão ser transformadas em notícias, veiculadas gratuitamente, garantindo maior credibilidade ao conteúdo anunciado. O autor informa que o serviço de assessoria de imprensa é uma atividade especializada e exercida, geralmente, por jornalistas.

Ainda conforme Duarte (2010), a atividade era acanhada no Brasil até a década de 1980, quando começaram as migrações de jornalistas das ruas para as salas refrigeradas das empresas. O autor prossegue explicando que durante o processo de redemocratização do Brasil, nos anos 80, tornou-se essencial para empresas e instituições diversas promoverem uma boa relação com o público. Foi a partir de então que os governos e as instituições públicas passaram a dispor dos serviços de assessoria de imprensa.

O resultado é que jornalistas hoje têm mercado de trabalho em redações, relacionamento com a imprensa, edição de publicações, gestão e produção de conteúdo na Internet, divulgação, marketing político, publicidade e em enorme variedade de funções, inclusive comunicação interna. E estão no Legislativo, Executivo, Judiciário, em empresas públicas, terceiro setor, universidades, Forças Armadas, sindicatos, entidades de classe, trabalhando para pessoas físicas, em consultorias, agências de comunicação e em vários ramos relacionados à informação institucional ou mercadológica (DUARTE, 2010, p. 51).

As assessorias de imprensa tornaram-se grandes empregadoras de jornalistas. Se antes o profissional só deixava as redações por uma assessoria após anos de labuta e com uma agenda de contatos e informações sobre o funcionamento e *deadline* dos veículos – informações úteis para que seu trabalho na assessoria fosse exercido com a competência necessária – hoje existem acadêmicos de jornalismo que deixam a faculdade já pensando em atuar como assessor de imprensa, especialmente visando uma remuneração mais alta e jornadas de trabalho mais brandas. As assessorias já representam uma fatia imensa do mercado de trabalho para jornalistas.

Duarte (2010) lembra que as assessorias de imprensa eram enxutas e, muitas vezes, contava com o trabalho de apenas um profissional. Atualmente, na mesma proporção em que as redações encolhem, as assessorias incham. Em João Pessoa, instituições públicas são bastante disputadas por jornalistas que pretendem trabalhar em assessoria de imprensa. Como é rara a incidência de servidores selecionados por concurso público para ocupar essas vagas, existe certa rotatividade dos quadros funcionais, uma vez que as nomeações, por meio de contratos especiais, são prerrogativas do gestor dessas instituições. Apesar da instabilidade do emprego, os jornalistas veem como principais vantagens das assessorias de

imprensa a flexibilização da carga horária de trabalho – que além de ser menor do que nos veículos, tem horário certo de entrada e saída, além de folga aos sábados, domingos e feriados – e o salário, geralmente maior do que o de repórter. O Ministério Público da Paraíba, por exemplo, emprega em sua assessoria de imprensa quatro jornalistas, contando com o chefe do setor. Os salários variam de R\$ 4.900,00 a R\$ 6.600,00. É a melhor remuneração média ofertada a jornalistas no mercado pessoense, havendo pouca variação entre a renda mais alta e a mais baixa. Além dos quatro profissionais contratados para divulgar as ações do órgão, o Ministério Público mantém um programa de TV, mas este é terceirizado e produzido por uma empresa contratada, evitando a participação direta do órgão na contratação dos profissionais que realizam o programa.

O Tribunal de Justiça do Estado da Paraíba emprega um número bem maior de jornalistas em sua assessoria de imprensa. São 17 profissionais, cujos soldos vão de R\$ 2.500,00 a R\$ 3.500,00. Eles atuam tanto no contato direto com jornalistas que estão nas redações, quanto na produção dos programas exibidos pela TV Justiça. As assessorias de imprensa estão presentes em órgãos federais, estaduais e municipais, atuando como porta-vozes e, ainda, como geradoras de conteúdos para os veículos de imprensa. Antes, com as redações apinhadas de jornalistas, todos com boas pautas para trabalharem, conseguir espaço para uma pauta oriunda de uma assessoria de imprensa exigia grande habilidade do assessor. Com menos profissionais nas redações, a necessidade de parceria com as assessorias de imprensa foi ampliada, ocasionando a presença excessiva de conteúdos produzidos.

A Secretaria de Comunicação Institucional do Governo do Estado da Paraíba (Secom-PB) conta com uma Diretoria de Jornalismo, que na prática é a assessoria de imprensa do governo estadual. Ao todo, a pasta emprega 27 jornalistas, com vencimentos que variam de R\$ 1.200,00 a R\$ 2.300,00. É a média salarial mais baixa de João Pessoa. A Secom-PB não possui organograma que limite a contratação de jornalistas e defina funções e atribuições dos contratados. As contratações são feitas de acordo com a demanda e dentro das limitações do poder público. Essa condição permite que haja uma variação grande entre os vencimentos dos profissionais, mesmo entre os que têm a mesma carga horária e exercem a mesma função. A indicação política exerce grande influência para a contratação – e também demissão – dos jornalistas da Secom-PB.

A Secretaria Municipal de Comunicação Social de João Pessoa (Secom-JP) tem semelhanças com a pasta estadual, no que diz respeito à falta de um organograma que oriente as contratações de jornalistas, padronize os salários e defina as funções. Também

sofre com ingerência política, que despreza experiências e competências na escolha dos contratados. Quando desta pesquisa, a Secom-JP contava com os serviços de 52 jornalistas, também divididos entre a sede da Secretaria e os demais órgãos que compõem o executivo municipal. Os salários variavam de R\$ 1.200,00 a R\$ 6.000,00. Um exemplo da falta de organograma e da presença de ingerência política na contratação de jornalistas: Quando da realização desta pesquisa, na Secom-JP havia quatro profissionais exercendo a função de editor. Um tinha salário de R\$ 1.500,00; dois recebiam R\$ 2.000,00 e o último recebia R\$ 4.000,00. Os quatro profissionais exercem a mesma função e têm a mesma carga horária. Tanto na Secom-PB quanto na Secom-JP o que determina o valor que será impresso no contracheque é quem o indicou para a função.

As duas casas legislativas, Câmara Municipal de João Pessoa e Assembleia Legislativa da Paraíba também possuem assessorias de imprensa cobiçadas pelos jornalistas pessoenses. Os motivos são os mesmos apresentados anteriormente: carga horária reduzida, recessos duas vezes ao ano e possibilidades de melhor ganho financeiro. Na Assembleia, 21 jornalistas lotam a sua Diretoria de Comunicação, com salários que variam de R\$ 1.500,00 a R\$ 13.000,00. Na Câmara Municipal, 11 jornalistas compõem o corpo funcional de sua Secretaria de Comunicação, dos quais seis são efetivos, quatro contratados e um cedido pelo Governo do Estado. Os salários variam de R\$ 3.600,00 a R\$ 13.225,27. Em ambas as casas, os parlamentares que desejam o serviço especializado de um assessor de imprensa fazem contratações à parte, utilizando suas verbas de gabinete. Por isso, o número de jornalistas presentes é maior do que o número informado oficialmente.

Outras instituições como Ordem dos Advogados do Brasil, conselhos de classe, sindicatos, cooperativas até empresas privadas empregam jornalistas como assessores de imprensa ou contratam empresas especializadas na prestação deste serviço. Durante levantamento de dados para esta pesquisa, foram encontradas cinco empresas dessa natureza em João Pessoa, e também agências de propaganda que oferecem o serviço aos seus clientes. Além da atividade fim, esses pequenos empreendimentos de assessoria de imprensa têm em comum o fato de serem de propriedade de jornalistas que já atuavam no mercado de João Pessoa e estão utilizando os contatos feitos durante os anos de redação para captarem clientes. Essas pequenas empresas também recorrem à contratação de estagiários para atender às demandas. A justificativa é simples. O piso salário para jornalistas em 2015, definido pelo Sindicato dos Jornalistas da Paraíba, era de R\$ 1.649,20. Para estagiários não existe piso, mas os vencimentos pagos são bem menores.

Apesar de ser um veículo de imprensa, o mais antigo da Paraíba, fundado no final do século XIX, o jornal A União é também um órgão público e por isso tem um sistema de contratações diferenciado. Ao todo, 28 jornalistas compõem sua redação. Como não possui organograma, os funcionários são contratados por outros órgãos do executivo estadual e recebem gratificações pagas pelo jornal. As gratificações variam de R\$ 1.300,00 a R\$ 2.500,00. Semelhante à Secom-PB, sofre ingerência política na indicação de seus funcionários e os salários não respeitam cargos e funções. Suas páginas são ocupadas por matérias que divulgam as ações do executivo estadual, sempre de maneira positiva. O veículo tem um público diferenciado por ceder grandes espaços para pautas culturais, além de artigos e ensaios.

A área acadêmica também é uma alternativa de mercado de trabalho para jornalistas. Entretanto, ingressar no seleto grupo de professores universitários exige mais do que a maioria dos jornalistas pode oferecer. As exigências vão desde a produção científica, até a certificação em cursos de pós-graduação, além de experiência em docência. Em João Pessoa, apenas dois cursos de jornalismo são oferecidos: na Universidade Federal da Paraíba, cujo acesso é exclusivamente feito por meio de concurso público; e na Universidade Maurício de Nassau, que conta com 27 jornalistas em seu quadro de professores. Destes, apenas quatro são especialistas. Outros 19 são mestres e quatro possuem título de doutor.

5.3 O negócio do jornalismo em João Pessoa

Investir em empresas de jornalismo, especialmente emissoras de televisão e rádio, sempre foi privilégio da elite empresarial. De acordo com Lima (2004), a conivência do Estado brasileiro no que se refere à formação de monopólios e oligopólios de comunicação garante o controle da imprensa por grupos familiares, o que impede a participação da sociedade na formulação de políticas públicas para o setor. “Como ele (o Estado) é muito sensível aos grupos de pressão econômicos, a formulação de tais políticas privilegia os interesses dominantes economicamente” (Gomes, 1997, p. 122). Interessante analisar que após tantos anos desde a publicação de Gomes pouca coisa mudou, especialmente no que diz respeito a concessões de canais de rádio e TV.

Uma frase atribuída ao ex-senador Antônio Carlos Magalhães, quando ministro das Comunicações nos anos de 1997 e 1998, explica o interesse que a elite política e

empresarial tem em veículos de comunicação. "Quem tem televisão, rádio e jornal, está sempre no poder" (Magalhães, 1987, *apud* Caldas, 1998, p. 25).

Na Paraíba, dois grandes grupos empresariais controlam 26 veículos de comunicação, sendo o Sistema Correio com 19 empresas e o Sistema Paraíba com seis. Lima (2015)³⁴ informou que a entrada do Grupo São Braz, que comanda o Sistema Paraíba de Comunicação no negócio do jornalismo foi a concretização de um projeto. "Foi um investimento planejado, pensado e feito com bastante critério. Investir em comunicação sempre fez parte do projeto do Grupo São Braz".

Já Cavalcanti³⁵ (2015) disse que nunca havia pensado em investir no setor e que adquirir veículos de imprensa ocorreu de forma inesperada. Ele narra:

Há 35 anos, fomos acionados por um governador do Estado, que assistindo a uma empresa de comunicação prestes a ficar insolvente e preocupado com a manutenção das atividades da empresa e a preservação dos empregos, nos procurou empresarialmente – haja vista que não estávamos ligados à área de comunicação – para que nos interessássemos em adquirir essa empresa e soerguê-la. Foi fruto de um relativo acaso. Éramos empresários e estávamos acessíveis a abraçar uma diversificação.

Nenhum dos empresários citou detalhes sobre a aquisição dos primeiros veículos de imprensa e nem os valores envolvidos nessas transações. Também não citaram os nomes dos políticos para os quais ficaram devendo o favorecimento pelas concessões de empresas de comunicação obtidas.

Um terceiro grupo empresarial também diversificou seus negócios investindo em comunicação na Paraíba. Trata-se do Grupo Marquise, empresa de construção civil. Kirilauskas³⁶ (2015) diz que sempre foi um desejo do grupo investir em comunicação, especialmente na Paraíba, onde já tinham negócios com o poder público, na construção de várias obras. Ele conta:

Em 1985, surgiu a oportunidade de concessão para a primeira emissora de TV de João Pessoa e o grupo Marquise, por intermédio do ex-governador Tarcísio Burity, entrou na disputa. Por questões legais e políticas, a Marquise acabou perdendo essa concessão e a emissora, que seria afiliada da Rede Globo, acabou ficando com o Grupo São Braz. Mas, a disputa despertou o interesse do Grupo

³⁴ Guilherme Lima, superintendente do Sistema Paraíba de Comunicação, em entrevista a esta pesquisadora, em outubro de 2015. Íntegra da entrevista no Apêndice D

³⁵ Roberto Cavalcanti, presidente do Sistema Correio de Comunicação, em entrevista a esta pesquisadora, em outubro de 2015. Íntegra da entrevista no Apêndice C

³⁶ Henrique Kirilauskas, superintendente do Sistema Tambaú de Comunicação, em entrevista a esta pesquisadora, em outubro de 2015. Íntegra da entrevista no Apêndice E

Marquise para o setor de comunicação e, um ano e meio depois, conseguiu a concessão para uma segunda emissora, que foi a TV Tambaú. Os investimentos do Grupo em comunicação se concentram basicamente em João Pessoa, tendo fora da cidade apenas uma emissora de rádio AM.

O interesse de grupos empresariais em diversificar suas atividades incluindo veículos de comunicação em seus negócios continua vigorando, mesmo em épocas de mudanças nos modelos de jornalismo e na queda de faturamento dos veículos comunicação tradicionais. O Grupo Hapvida, de planos de saúde e assistência médico-hospitalar, criou, em fevereiro de 2015, o Grupo Opinião de Comunicação, que passou a comandar os veículos de comunicação que vem adquirindo em todos os estados nordestinos. O grupo adquiriu 57% da participação nos veículos dos Diários Associados³⁷. Na Paraíba, o negócio incluiu uma emissora de rádio e uma emissora de TV. Os novos donos mudaram o nome dos veículos para Rádio e TV Manaíra.

Freire (2015)³⁸ é um defensor da democratização da comunicação e condena a concentração dos veículos de imprensa nas mãos de grupos empresariais. “Como concessão pública, rádio e TV deveriam ser regidas por um rigoroso sistema ético, para prestar um serviço e não servir apenas para enriquecer uns poucos que usam esses canais para interesses pessoais e mercadológicos”. O sindicalista faz duras críticas aos empresários da comunicação em João Pessoa. Para ele, os donos dos veículos de imprensa construíram fortunas pessoais com a exploração da mão de obra de jornalistas e graças à influência que os meios de comunicação garantem aos seus proprietários.

Cavalcanti (2015) garante que jornalismo não é um bom negócio, do ponto de vista do lucro financeiro. “Diretamente o jornalismo não é um negócio lucrativo; ele pode se transformar em um negócio lucrativo se, na verdade, for bem utilizado, no sentido de captar outros negócios”. Kirilauskas (2015) reforça essa afirmação, dizendo que fazer jornalismo custa muito caro e o retorno financeiro de programas de entretenimento é melhor, mesmo tendo produções mais baratas. “Mas o jornalismo é extremamente importante; ele é o editorial, é a linha, é o DNA, é a fórmula, é a imagem que você cria para uma emissora de televisão. O jornalismo mostra como você vai atuar no mercado”.

³⁷ Jornal de Hoje/Economia. **Hapvida controla holding no Nordeste**. 2015. Disponível em: <http://www.opovo.com.br/app/opovo/economia/2015/01/19/noticiasjornaleconomia,3379154/hapvida-controla-holding-no-nordeste.shtml>. Acesso em: 17 de maio de 2016.

³⁸ Rafael Freire, presidente do Sindicato dos Jornalistas da Paraíba, em entrevista a esta pesquisadora, em junho de 2015. Íntegra da entrevista no Apêndice G.

Na contramão, Lima (2015) afirma que o jornalismo é um bom negócio e, como justificativa, explica que a TV Cabo Branco, TV Paraíba e Rádio CBN são mantidas exclusivamente com o faturamento oriundo do jornalismo. Ele disse, ainda, que o jornal impresso era o único veículo que merecia atenção quanto ao retorno financeiro e explicou: “As novas gerações não leem jornal. E estou me referindo a pessoas até com 50 anos; não leem mais. Na minha época, jornal era disputado à tapa. Mas as pessoas hoje se informam pelos produtos digitais”. Apesar de apresentar o jornal impresso como uma exceção em termos de lucratividade para o Sistema de Comunicação que administra, Lima (2015) reforçou: “Mas o jornalismo ainda é um excelente negócio”.

Num ponto específico os três empresários concordam: que os salários pagos aos jornalistas pessoenses obedecem ao limite da capacidade financeira das empresas. Cavalcanti (2015) afirma que a economia paraibana não permite que sejam maiores do que os valores pagos atualmente. “Na verdade, temos que fazer milagre, tirar leite de pedra, para poder manter as empresas com equilíbrio financeiro. Essa dificuldade financeira, automaticamente, repercute no nível salarial dos profissionais”. Kirilauskas (2015) reforça dizendo que os salários dos jornalistas são condizentes com o que o mercado pode pagar. Ele compara a Paraíba com os estados vizinhos, Pernambuco e Rio Grande do Norte, e afirma que estes têm respostas financeiras melhores. “Nós temos dificuldades de fechar a conta. Infelizmente não temos capacidade de viabilizar o piso nacional de R\$ 3.800,00 que os sindicatos querem. Isso quebraria as emissoras de televisão da Paraíba”. E Lima (2015) completa que os vencimentos são pagos de acordo com o mercado local, não podendo ser comparado com os grandes centros, como Rio de Janeiro e São Paulo. “Mas nós somos os que pagamos melhor. Não temos estrelas. Não existe esse conceito aqui, como ocorre com outros veículos, que pagam um salário exagerado para um determinado profissional e o resto ganha o piso”.

Freire (2015) contrapõe os empresários e afirma que estes estão em busca constante para aumentar seu lucro, prejudicando jornalistas e o próprio jornalismo. Ele explica que as empresas vêm adotando a prática de demitir jornalistas veteranos, que recebem um salário diferenciado, e, muitas vezes, não contratam substitutos, forçando os profissionais que continuam empregados, “sobrecarregando-os para dar conta do trabalho dos demitidos ou contratando ilegalmente pessoas sem registro profissional, estagiários e até jovem aprendiz”.

6 RESULTADO DA PESQUISA

A pesquisa cujo resultado é exposto neste capítulo foi realizada entre os meses de março e setembro de 2015, quando 221 questionários foram entregues a jornalistas que trabalham nos veículos de imprensa de João Pessoa. Para aplicação do questionário não foi levada em consideração a função ocupada pelo profissional, interessando à pesquisa tão somente que suas atividades funcionais fossem inatas à profissão. Dessa forma, entre os respondentes estão chefes de redação, editores, coordenadores, apresentadores de telejornais, apresentadores de programas noticiosos de rádio, produtores e repórteres. Do total de questionários aplicados houve uma perda de 9,05%, com vinte cópias não devolvidas à pesquisadora. Esse índice não comprometeu a amostragem, uma vez que, conforme Marconi e Lakatos (1999), a perda estimada em pesquisas com aplicação de questionários é em média de 25%.

O questionário³⁹ é semiestruturado, composto por 36 questões. As oito primeiras foram elaboradas com o objetivo de identificar o perfil do respondente, classificando-o por gênero, idade, estado civil, tempo de exercício da profissão, formação acadêmica e quantos empregos possui. Foram oferecidas as respostas possíveis, sendo que cada respondente poderia escolher apenas uma das alternativas. As cinco perguntas seguintes procuraram perscrutar o grau de intimidade que os respondentes têm com as discussões sobre ética, bem como a relação entre a ética profissional e sua postura pessoal diante das exigências da empresa - ou empresas - onde trabalha. Nessa parte, foram sugeridas respostas dicotômicas, com duas possibilidades de possíveis respostas: “sim” ou “não”. Outras questões foram elaboradas utilizando uma escala tipo Likert, que, conforme Gil (1999), registra o grau de concordância ou discordância em relação ao enunciado apresentado como uma afirmação. No caso desta pesquisa, foram utilizados cinco pontos para cada questão, sendo que a ordem de concordância é decrescente, variando de concordância extrema à discordância extrema. Foi feita, ainda, uma pergunta aberta: “Em poucas palavras, o que é ética para você”. Essa foi respondida por 57% dos entrevistados, enquanto os demais a deixaram em branco.

As questões da pesquisa direcionadas para obter respostas que levassem à confirmação ou não da hipótese foram elaboradas também utilizando uma escala de Likert. Conforme Gil (1999) esclarece, esse tipo de escala de respostas não implica em juízo de

³⁹A íntegra do questionário pode ser acessada no Apêndice B.

valor e não mede erros ou acertos em relação ao enunciado, mas tão somente a intensidade da concordância do respondente. Os enunciados foram elaborados a partir de vários aspectos do cotidiano das redações, das relações entre profissionais e fontes e entre colegas, de maneira a entender como os jornalistas enxergam-se coletivamente e individualmente.

A análise e interpretação dos dados obtidos por meio da pesquisa são apresentadas a seguir, utilizando-se do auxílio de tabelas. Entretanto, é mister lembrar que, conforme Gil (1999), apesar de análise (exame) e interpretação (compreensão) terem conceitos distintos, tornam-se indissociáveis nessa fase do processo de apresentação de resultados.

A análise tem como objetivo organizar e resumir os dados de tal forma que possibilitem o fornecimento de respostas ao problema proposto para investigação. Já a interpretação tem como objetivo a procura do sentido mais amplo das respostas, o que é feito mediante sua ligação a outros conhecimentos anteriormente obtidos (GIL, 1999, p. 168).

Algumas questões possuem semelhança quanto à sua formulação. Esse procedimento foi intencional, objetivando confirmar a resposta do respondente. Optamos por apresentar o resultado dividindo a pesquisa em tópicos, com agrupamento das questões elaboradas com abordagens semelhantes, entendendo que questões isoladas são insuficientes para realizar uma interpretação adequada. É importante ressaltar que na tabulação dos dados as frações foram desprezadas, já que, conforme Minayo (2001), a realidade pretendida não pode ser quantificada, buscando trabalhar com significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes. Em contrapartida, este tipo de pesquisa quanti-qualitativa tem como desvantagem a subjetividade da análise dos dados coletados e, ainda, o inevitável envolvimento emocional do pesquisador.

A análise e interpretação dos dados coletados, somados a outras fontes de informações, como as entrevistas que fundamentaram a construção do capítulo anterior, e, naturalmente, as teorias de base deste estudo dão o embasamento necessário para as conclusões e recomendações apresentadas no capítulo final. Dito isso, passemos aos resultados obtidos.

6.1 Perfil dos jornalistas de João Pessoa

Tabela 1: Perfil dos respondentes

Estado Civil	Sexo	Idade	Tempo de trabalho
Solteiro – 48%	Masculino – 38%	20 a 29 anos – 41%	Menos de 1 ano – 4%
Casado – 48%	Feminino – 62%	30 a 39 anos – 27%	1 a 5 anos – 30%
Viúvo – 0%	-----	40 a 49 anos – 24%	6 a 10 anos – 23%
Divorciado – 5%	-----	50 a 59 anos – 7%	11 a 19 anos – 32%
-----	-----	Mais de 60 anos – 2%	Mais de 20 anos – 12%

Fonte: Pesquisa de campo realizada entre março e setembro de 2015 pela autora na cidade de João Pessoa, PB.

De acordo com a amostragem obtida por meio da pesquisa, as mulheres são maioria absoluta entre os profissionais que estão inseridos no mercado de trabalho em João Pessoa, somando mais de dois terços do total. São maioria também na ocupação de cargos de chefia. Quando da realização desta pesquisa, entre os meses de março e setembro de 2015, as redações do Jornal da Paraíba (à época em circulação), da TV Cabo Branco, da Rádio CBN, da TV Correio e do Jornal Correio, principais veículos de comunicação da cidade, eram chefiadas por mulheres. Alguns importantes departamentos de imprensa de instituições públicas, como Assembleia Legislativa e Câmara Municipal de João Pessoa, também eram comandadas por jornalistas do gênero feminino. É importante ressaltar que não existe diferenciação de salários por causa do gênero no mercado jornalístico de João Pessoa.

Tabela 2: Formação dos respondentes

Curso Superior	Sexo		Faixa Etária (anos)				
	M	F	20 a 29	30 a 39	40 a 49	50 a 59	+ 60
Sim – 93%	88%	95%	89%	100%	98%	85%	0%
Não – 8%	12%	5%	11%	0%	2%	15%	100%
Base – 100%	38%	62%	41%	27%	24%	7%	2%

Fonte: Pesquisa de campo realizada entre março e setembro de 2015 pela autora na cidade de João Pessoa, PB.

Também são maioria profissionais jovens, em que um terço tem idade inferior a 30 anos e quase dois terços têm menos de 40 anos. Apenas nove por cento têm idade acima dos 50 anos. Quanto ao tempo de exercício da profissão, mais da metade dos profissionais está no mercado há até dez anos. Apenas 12% dos profissionais têm mais de vinte anos de

profissão. Quanto à formação acadêmica, quase a totalidade dos jornalistas pesquisados, 93%, tem formação superior, mesmo que em cursos fora da área da Comunicação. Além de Jornalismo, Rádio e TV, Relações Públicas e Publicidade e Propaganda, nas redações pessoenses se encontram profissionais formados em Comunicação Ambiental, Direito, Administração, Letras, Marketing e Turismo. Sete por cento nunca tiveram acesso à formação acadêmica.

Em relação à sua ocupação no mercado de trabalho, mais de dois terços dos entrevistados exercem apenas uma atividade remunerada. Essa dedicação exclusiva é incomum para uma categoria que possui jornada de trabalho diferenciada, com cinco horas diárias – quando não ocupante de cargo de chefia⁴⁰ – e, no geral, baixa remuneração. Com um mercado de trabalho cada vez mais escasso, apenas um terço dos profissionais tem dois empregos.

João Pessoa possui 64 bairros, dos quais 27 foram informados pelos entrevistados como seus locais de residência. Os bairros que concentram o maior número de jornalistas domiciliados são Bancários (22%), Bessa (11%) e Geisel (6%). Quatro municípios vizinhos à Capital também foram citados como sede residencial dos respondentes. São eles: Cabedelo (7%), Santa Rita (3%), Bayeux (1%) e Conde (1%).

6.2 Relação com a Ética

Tabela 3: Você já leu algum código de ética?

Resposta	Sexo		Faixa Etária (anos)				
	M	F	20 a 29	30 a 39	40 a 49	50 a 59	+ 60
Sim – 93%	91%	94%	85%	98%	98%	100%	100%
Não – 7%	9%	6%	15%	2%	2%	0%	0%
Base – 100%	38%	62%	41%	27%	24%	7%	2%

Fonte: Pesquisa de campo realizada entre março e setembro de 2015 pela autora na cidade de João Pessoa, PB.

⁴⁰ BRASIL. Consolidação das Leis do Trabalho (CLT). 34 ed. São Paulo: Saraiva, 2007. (art. 303)

Tabela 4: Você já participou de discussões sobre ética profissional após sair da faculdade e ingressar no mercado de trabalho?

Resposta	Sexo		Faixa Etária (anos)				
	M	F	20 a 29	30 a 39	40 a 49	50 a 59	+ 60
Sim – 36%	36%	52%	23%	59%	69%	62%	0%
Não –64%	64%	48%	77%	41%	31%	38%	100%
Base – 100%	38%	62%	41%	27%	24%	7%	2%

Fonte: Pesquisa de campo realizada entre março e setembro de 2015 pela autora na cidade de João Pessoa, PB.

Tabela 5: Das coisas que aprendi na Faculdade de Jornalismo, as únicas que foram úteis para o exercício da profissão foram as aulas práticas e mesmo assim com ressalvas, já que as técnicas ensinadas na faculdade são diferentes das exigidas pelo mercado.

Resposta	Sexo		Faixa Etária (anos)				
	M	F	20 a 29	30 a 39	40 a 49	50 a 59	+ 60
Concordo plenamente– 33%	39%	29%	48%	7%	48%	0%	0%
Concordo – 17%	11%	20%	10%	22%	19%	31%	0%
Nem concordo nem discordo – 20%	21%	19%	15%	26%	17%	15%	100%
Discordo – 26%	24%	27%	26%	44%	8%	23%	0%
Discordo totalmente – 5%	5%	5%	2%	0%	8%	31%	0%
Base – 100%	38%	62%	41%	27%	24%	7%	2%

Fonte: Pesquisa de campo realizada entre março e setembro de 2015 pela autora na cidade de João Pessoa, PB.

Tabela 6: Nunca li nenhum livro sobre ética, pois acredito que os teóricos gastam seu tempo observando o mercado apenas para fazer críticas àquilo que estamos fazendo diariamente e se estivessem em nosso lugar fariam o mesmo.

Resposta	Sexo		Faixa Etária (anos)				
	M	F	20 a 29	30 a 39	40 a 49	50 a 59	+ 60
Concordo plenamente– 2%	1%	2%	4%	0%	2%	0%	0%
Concordo – 2%	5%	0%	0%	0%	2%	0%	100%
Nem concordo nem discordo – 13%	16%	10%	20%	11%	6%	0%	0%
Discordo – 41%	53%	34%	44%	46%	25%	69%	0%
Discordo totalmente – 43%	25%	53%	33%	43%	65%	31%	0%
Base – 100%	38%	62%	41%	27%	24%	7%	2%

Fonte: Pesquisa de campo realizada entre março e setembro de 2015 pela autora na cidade de João Pessoa, PB.

Tabela 7: Usar a ética ou códigos de ética para limitar a atividade jornalística é o mesmo que tentar limitar a liberdade de imprensa. O jornalista deve divulgar aquilo que considera importante, de acordo com sua consciência, sem se autocensurar.

Resposta	Sexo		Faixa Etária (anos)					
	M	F	20 a 29	30 a 39	40 a 49	50 a 59	+ 60	
Concordo plenamente –	5%	3%	6%	9%	4%	2%	0%	0%
Concordo –	12%	16%	10%	21%	4%	2%	31%	0%
Nem concordo nem discordo –	15%	14%	15%	10%	26%	15%	0%	0%
Discordo –	37%	26%	43%	22%	26%	71%	31%	100%
Discordo totalmente –	32%	41%	27%	39%	41%	10%	38%	0%
Base –	100%	38%	62%	41%	27%	24%	7%	2%

Fonte: Pesquisa de campo realizada entre março e setembro de 2015 pela autora na cidade de João Pessoa, PB.

A maioria dos jornalistas não tem afeição pelo tema Ética Profissional. Nas Tabelas 3 e 4 os respondentes reafirmam uma constatação já feita por meio de observação: a Ética é assunto reservado para as salas de aula – e, às vezes, nem isso. Entre os respondentes, o percentual de jornalistas que já leu algum código de ética é igual ao percentual dos que têm formação superior. Entretanto, mesmo que existindo disciplinas nos currículos acadêmicos que discutem especificamente a Ética, nas redações de João Pessoa há profissionais que, apesar de terem formação superior, afirmaram que nunca leram nenhum código de ética. Essa constatação pode ser feita a partir do cruzamento de informações das Tabelas 2 e 3, nas quais se verifica que dos profissionais que têm mais de 60 anos de idade, a totalidade não tem formação acadêmica e esta mesma totalidade já leu algum código de ética. Isso implica dizer que dois por cento dos jornalistas pesquisados passaram pelos bancos acadêmicos sem lerem nenhuma norma deontológica.

A falta de interesse em discussões sobre o tema se amplia após a entrada no mercado de trabalho. Bucci (2000) já havia percebido isso anos atrás, quando afirmou que os jornalistas detestam falar sobre ética e reforçou que "a ética em jornalismo é algo sério demais para ser deixada unicamente ao encargo de especialistas" (p. 26). Mais de dois terços dos entrevistados nunca participaram de nenhuma discussão sobre a ética na profissão após deixarem os bancos universitários. O desinteresse é maior entre os homens e também entre os profissionais mais jovens.

Ao longo da pesquisa várias contradições foram percebidas. A maioria dos entrevistados menospreza o tempo gasto nos bancos universitários, especialmente no que se refere às aulas teóricas (Tabela 5). Todavia, um percentual ainda maior afirma valorizar as críticas feitas com base nas teorias éticas e não confia no julgamento individual do profissional para evitar excessos (Tabelas 6 e 7). O fato de mais de dois terços dos

jornalistas discordarem das afirmações de que usar a ética ou códigos de ética para limitar a atividade jornalística é o mesmo que tentar limitar a liberdade de imprensa e de que o jornalista deve divulgar aquilo que considera importante, de acordo com sua consciência, sem se autocensurar, representa outra contradição. Na prática, os profissionais relativizam a ética e a usam para justificar procedimentos questionáveis do ponto de vista do interesse público e, portanto, da ética profissional. Bucci, ainda no início dos anos 2000, afirmava que era preciso combater o que ele chamou de Síndrome da Auto-Suficiência Ética, cujo principal sintoma é a eliminação de qualquer conflito ético. Segundo o autor, é essa autossuficiência ética a principal causa da indisposição dos jornalistas de debaterem o tema.

6.3 Relação do jornalista com a empresa/empregador

Tabela 8: Você já recebeu recomendações diretas da empresa onde trabalha sobre qual linha editorial assumir em suas matérias?

Resposta		Sexo		Faixa Etária (anos)				
		M	F	20 a 29	30 a 39	40 a 49	50 a 59	+ 60
Sim, recebi orientação direta –	67%	53%	76%	50%	87%	69%	77%	100%
Não, me adequiei a partir da observação –	33%	47%	24%	50%	13%	31%	23%	0%
Base –	100%	38%	62%	41%	27%	24%	7%	2%

Fonte: Pesquisa de campo realizada entre março e setembro de 2015 pela autora na cidade de João Pessoa, PB.

Tabela 9: Você já foi obrigado a agir em desacordo com suas convicções pessoais e/ou profissionais para atender aos interesses da empresa onde trabalha?

Resposta		Sexo		Faixa Etária (anos)				
		M	F	20 a 29	30 a 39	40 a 49	50 a 59	+ 60
Sim –	78%	75%	79%	83%	85%	65%	77%	0%
Não –	23%	25%	21%	17%	15%	35%	23%	100%
Base –	100%	38%	62%	41%	27%	24%	7%	2%

Fonte: Pesquisa de campo realizada entre março e setembro de 2015 pela autora na cidade de João Pessoa, PB.

Tabela 10: Caso tenha respondido “sim”, o quanto isso lhe incomodou, numa escala de 0 a 5, sabendo que 0 é nenhum incômodo e 5 incômodo extremo?

Resposta	Sexo		Faixa Etária (anos)					
	M	F	20 a 29	30 a 39	40 a 49	50 a 59	+ 60	
0–	1%	4%	0%	3%	0%	0%	0%	0%
1–	1%	4%	0%	3%	0%	0%	0%	0%
2–	6%	5%	7%	4%	6%	13%	0%	0%
3–	28%	35%	24%	41%	19%	13%	30%	0%
4–	8%	11%	6%	10%	9%	3%	0%	0%
5 –	55%	42%	63%	38%	66%	72%	70%	0%
Base –	100%	38%	62%	41%	27%	24%	7%	2%

Fonte: Pesquisa de campo realizada entre março e setembro de 2015 pela autora na cidade de João Pessoa, PB.

Os empresários da comunicação, donos ou mandatários das empresas que mais empregam jornalistas em João Pessoa, declararam em entrevista para este estudo que não interferiam na linha editorial dos veículos de imprensa que comandam. Mas, contraditoriamente, afirmaram que algumas recomendações precisam ser feitas aos profissionais nas redações a fim de manter a harmonia entre o conteúdo noticioso e os anunciantes, que viabilizam economicamente as empresas. O diretor-presidente do Sistema Correio de Comunicação, Roberto Cavalcanti, justificou essa contradição: “se você sabe que tem um determinado cliente, anunciante, este anunciante, automaticamente, tem que ter um tratamento condigno para que se sinta respeitado” (Cavalcanti, 2015). Já o superintendente do Sistema Paraíba de Comunicação, Guilherme Lima, reforçou que “evidentemente que o grupo tem interesses institucionais e queremos ter bom relacionamento com os poderes constituídos” (LIMA, 2015).

Os profissionais que trabalham nas redações é quem de fato precisam administrar essa contradição. Mais de dois terços dos pesquisados receberam orientação direta sobre os conteúdos e tratamento que as notícias devem ter nos veículos onde trabalham. Os demais se adequaram naturalmente às exigências editoriais das empresas (Tabela 8). Essas orientações, na maioria das vezes, ferem um princípio básico do jornalismo, que são os critérios de noticiabilidade – que, no geral, conforme Gomis (2001), é a interpretação e divulgação de um fato capaz de gerar repercussão. Mais de dois terços dos pesquisados já tiveram que ignorar suas convicções pessoais para atender às exigências do patrão (Tabela 9). Desses, mais de 90% se sentiram incomodados, muito incomodados ou extremamente

incomodados com o fato de precisarem seguir ordens que contradizem sua percepção do jornalismo.

Os profissionais com mais de 60 anos de idade não veem nenhum tipo de conflito em seguir orientações do empregador. É bom lembrar que nenhum dos profissionais dessa faixa etária possui formação superior e todos aprenderam o ofício de jornalista na prática das redações. Portanto, oferecer aquilo que o empregador deseja sempre fez parte de suas rotinas, o que justifica a inexistência de conflito em fazer o que o patrão manda.

6.4 Como jornalistas enxergam jornalistas

Tabela 12: Os jornalistas formam uma categoria profissional unida, em que cada um contribui com o outro, por meio da troca de informações, para garantir a divulgação das notícias, tendo sempre o interesse público como prioridade.

Resposta	Sexo		Faixa Etária (anos)					
	M	F	20 a 29	30 a 39	40 a 49	50 a 59	+ 60	
Concordo plenamente –	2%	4%	1%	2%	0%	0%	15%	0%
Concordo –	12%	8%	14%	12%	4%	13%	38%	0%
Nem concordo nem discordo –	12%	13%	10%	10%	19%	4%	0%	100%
Discordo –	51%	57%	48%	52%	39%	69%	38%	0%
Discordo totalmente –	24%	18%	27%	23%	39%	15%	8%	0%
Base –	100%	4%	1%	2%	0%	0%	15%	0%

Fonte: Pesquisa de campo realizada entre março e setembro de 2015 pela autora na cidade de João Pessoa, PB.

Tabela 13: Os jornalistas competem entre si para conseguirem se destacar no mercado profissional, valorizando os erros cometidos pelos colegas, usando para tanto os veículos onde atuam, transformando a busca por audiência numa verdadeira guerra, onde vale qualquer artifício para vencer a concorrência, inclusive ataques pessoais contra colegas.

Resposta	Sexo		Faixa Etária (anos)					
	M	F	20 a 29	30 a 39	40 a 49	50 a 59	+ 60	
Concordo plenamente –	29%	18%	35%	18%	41%	31%	38%	0%
Concordo –	39%	53%	31%	50%	30%	35%	8%	100%
Nem concordo nem discordo –	15%	12%	16%	11%	26%	13%	0%	0%
Discordo –	12%	5%	15%	10%	0%	19%	46%	0%
Discordo totalmente –	7%	12%	3%	11%	4%	2%	8%	0%
Base –	100%	18%	35%	18%	41%	31%	38%	0%

Fonte: Pesquisa de campo realizada entre março e setembro de 2015 pela autora na cidade de João Pessoa, PB.

Tabela 14: Não existe nenhum conflito ético no fato de um mesmo profissional trabalhar em um órgão público e em um veículo de comunicação. Na verdade, as atividades acabam se complementando.

Resposta	Sexo		Faixa Etária (anos)					
	M	F	20 a 29	30 a 39	40 a 49	50 a 59	+ 60	
Concordo plenamente–	11%	5%	14%	10%	7%	19%	0%	0%
Concordo –	35%	37%	33%	39%	35%	31%	23%	0%
Nem concordo nem discordo –	22%	26%	19%	23%	11%	25%	54%	0%
Discordo –	24%	17%	28%	23%	39%	15%	8%	0%
Discordo totalmente –	9%	14%	6%	5%	7%	10%	15%	100%
Base –	100%	38%	62%	41%	27%	24%	7%	2%

Fonte: Pesquisa de campo realizada entre março e setembro de 2015 pela autora na cidade de João Pessoa, PB.

Tabela 15: É comum jornalistas usarem sua profissão para conseguirem vantagens, como acesso gratuito a shows e outros eventos, evitar filas em bancos, ganharem brindes de empresas, etc.

Resposta	Sexo		Faixa Etária (anos)					
	M	F	20 a 29	30 a 39	40 a 49	50 a 59	+ 60	
Concordo plenamente–	11%	13%	9%	15%	11%	6%	0%	0%
Concordo –	41%	28%	48%	28%	54%	52%	31%	0%
Nem concordo nem discordo –	29%	39%	22%	38%	11%	33%	8%	100%
Discordo –	19%	17%	20%	18%	24%	8%	46%	0%
Discordo totalmente –	2%	3%	1%	1%	0%	0%	15%	0%
Base –	100%	38%	62%	41%	27%	24%	7%	2%

Fonte: Pesquisa de campo realizada entre março e setembro de 2015 pela autora na cidade de João Pessoa, PB.

Tabela 16: Os jornalistas têm tanta estima pelas suas opiniões que não se omitem em expressá-las, mesmo quando podem estar julgando precipitadamente um indivíduo ou uma instituição, sem se preocuparem com o prejuízo que isto pode causar à imagem de tal indivíduo ou instituição.

Resposta	Sexo		Faixa Etária (anos)					
	M	F	20 a 29	30 a 39	40 a 49	50 a 59	+ 60	
Concordo plenamente–	14%	16%	13%	13%	22%	10%	0%	0%
Concordo –	35%	43%	29%	45%	28%	29%	23%	0%
Nem concordo nem discordo –	20%	18%	20%	22%	26%	4%	15%	100%
Discordo –	21%	20%	21%	17%	24%	19%	38%	0%
Discordo totalmente –	12%	3%	17%	2%	0%	38%	23%	0%
Base –	100%	38%	62%	41%	27%	24%	7%	2%

Fonte: Pesquisa de campo realizada entre março e setembro de 2015 pela autora na cidade de João Pessoa, PB.

Tabela 17: O jornalista é comumente cortejado por pessoas com poder econômico, social ou político e acaba se deslumbrando com essas relações e esquecem a função social, mediadora e educadora da profissão.

Resposta	Sexo		Faixa Etária (anos)				
	M	F	20 a 29	30 a 39	40 a 49	50 a 59	+ 60
Concordo plenamente – 14%	21%	10%	21%	9%	6%	23%	0%
Concordo – 57%	61%	54%	65%	50%	48%	77%	0%
Nem concordo nem discordo – 11%	8%	12%	9%	17%	10%	0%	0%
Discordo – 17%	11%	21%	5%	24%	29%	0%	100%
Discordo totalmente – 2%	0%	3%	1%	0%	6%	0%	0%
Base – 100%	21%	10%	21%	9%	6%	23%	0%

Fonte: Pesquisa de campo realizada entre março e setembro de 2015 pela autora na cidade de João Pessoa, PB.

Tabela 18: O jornalista se coloca acima do cidadão comum, pois sabe que sempre terá como defesa o discurso de que calá-lo é atentar contra a liberdade de imprensa.

Resposta	Sexo		Faixa Etária (anos)				
	M	F	20 a 29	30 a 39	40 a 49	50 a 59	+ 60
Concordo plenamente – 27%	9%	4%	9%	4%	2%	15%	0%
Concordo – 30%	18%	37%	17%	41%	48%	8%	0%
Nem concordo nem discordo – 6%	9%	4%	9%	4%	2%	17%	0%
Discordo – 30%	24%	33%	21%	41%	27%	54%	0%
Discordo totalmente – 8%	3%	10%	6%	6%	8%	23%	0%
Base – 100%	38%	62%	41%	27%	24%	7%	2%

Fonte: Pesquisa de campo realizada entre março e setembro de 2015 pela autora na cidade de João Pessoa, PB.

Tabela 19: Muitos jornalistas fazem carreira apresentando ao público opiniões que não são legítimas, apenas para satisfazer ao clamor popular e, assim, conseguirem projeção pessoal, que redundará em alguma forma de lucro.

Resposta	Sexo		Faixa Etária (anos)				
	M	F	20 a 29	30 a 39	40 a 49	50 a 59	+ 60
Concordo plenamente – 34%	39%	29%	48%	7%	48%	0%	0%
Concordo – 58%	11%	20%	10%	22%	19%	31%	0%
Nem concordo nem discordo – 6%	21%	19%	15%	26%	17%	15%	100%
Discordo – 3%	24%	27%	26%	44%	8%	23%	0%
Discordo totalmente – 1%	5%	5%	2%	0%	8%	31%	0%
Base – 100%	38%	62%	41%	27%	24%	7%	2%

Fonte: Pesquisa de campo realizada entre março e setembro de 2015 pela autora na cidade de João Pessoa, PB.

Tabela 20: Na busca pela audiência, os jornalistas transpõem os limites éticos e até legais, uma vez que divulgam nomes e imagens de vítimas de estupro, de menores infratores e apresentam suspeitos de crimes como se estes já fossem condenados.

Resposta	Sexo		Faixa Etária (anos)				
	M	F	20 a 29	30 a 39	40 a 49	50 a 59	+ 60
Concordo plenamente – 28%	21%	31%	24%	54%	6%	23%	0%
Concordo – 38%	24%	46%	28%	39%	65%	0%	0%
Nem concordo nem discordo – 25%	47%	11%	37%	7%	21%	23%	100%
Discordo – 7%	7%	7%	9%	0%	6%	31%	0%
Discordo totalmente – 3%	1%	4%	2%	0%	2%	23%	0%
Base – 100%	38%	62%	41%	27%	24%	7%	2%

Fonte: Pesquisa de campo realizada entre março e setembro de 2015 pela autora na cidade de João Pessoa, PB.

Tabela 21: A velocidade com a qual os jornalistas são obrigados a produzirem suas matérias faz com que as notícias sejam publicadas sem que as informações sejam checadas. Ou seja, a rapidez é mais valorizada do que a preocupação com a veracidade dos fatos.

Resposta	Sexo		Faixa Etária (anos)				
	M	F	20 a 29	30 a 39	40 a 49	50 a 59	+ 60
Concordo plenamente – 26%	22%	27%	18%	35%	19%	38%	100%
Concordo – 38%	25%	19%	18%	30%	17%	31%	0%
Nem concordo nem discordo – 15%	5%	20%	15%	20%	13%	0%	0%
Discordo – 22%	46%	32%	46%	15%	52%	31%	0%
Discordo totalmente – 1%	1%	1%	2%	0%	0%	0%	0%
Base – 100%	38%	62%	41%	27%	24%	7%	2%

Fonte: Pesquisa de campo realizada entre março e setembro de 2015 pela autora na cidade de João Pessoa, PB.

Das Tabelas 12 a 20 são apresentadas respostas às questões elaboradas a partir da observação das rotinas produtivas nas redações, com o objetivo de aferir como os jornalistas pessoenses percebem-se a si mesmos. Mais de dois terços dos respondentes discordam que existe coleguismo e respeito entre os jornalistas de João Pessoa (Tabela 12), enquanto a maioria também reafirma que jornalistas formam uma categoria profissional desunida, que, agindo individualmente, é capaz de prejudicar conscientemente seus pares se isto lhes trazer algum benefício (Tabela 13).

Como dito anteriormente, o jornalista possui carga horária diferenciada, o que lhe permite assumir mais de um emprego formal simultaneamente. Geralmente, o tempo do profissional é dividido entre uma assessoria de imprensa e uma função de repórter ou produtor numa redação, como forma de complementar a renda pessoal. Esse pode ser o

motivo pelo qual a maioria acredita que não existe nenhum conflito ético (Tabela 14) em assumir duas funções concomitantemente. Mesmo assim, o percentual que discorda que essa seja uma situação eticamente adequada é considerável, o que, por si só, já representa um conflito.

Uma prática comum, endossada pelos respondentes na Tabela 15, é quanto ao uso da profissão para obter vantagens pessoais. A apresentação das credenciais de jornalista para acesso gratuito a eventos, mesmo quando não se está em serviço, é tão usual que a maioria dos profissionais aceita esse procedimento como parte natural da profissão, uma espécie de compensação pela baixa remuneração. Não raro, profissionais são agraciados com presentes cujos valores por si só colocam sob suspeita a intenção do doador. E também não veem nenhum problema nisso. O uso das credenciais de jornalista, bem como do nome do veículo onde trabalha, para facilitar o atendimento em instituições públicas e para receber tratamento diferenciado até mesmo em empresas privadas é prática recorrente entre os jornalistas. Tais atos não encontram legitimidade em nenhum código deontológico. O artigo 7º do Código de Ética dos Jornalistas é imperativo: o jornalista não pode “valer-se da condição de jornalista para obter vantagens pessoais” (FENAJ, 2007).

Outro ponto negativo na imagem que os entrevistados têm de seus pares é quanto à vaidade pessoal. Em João Pessoa existem vários programas nas emissoras de televisão e de rádio que contam com a ancoragem de um ou mais apresentadores. A audiência desses programas é alavancada pelo perfil pessoal de seus apresentadores, tendo como segredo do sucesso as opiniões que emitem a respeito dos fatos noticiados. Como confirmado pela maioria dos respondentes (Tabela 16), essas opiniões, muitas vezes, julgam precipitadamente um indivíduo ou uma instituição, sem se preocupar com o prejuízo que isto pode causar à imagem de tal indivíduo ou instituição.

O jornalista Eduardo Carneiro foi o diretor do programa Correio Debate, transmitido pela rádio Correio (98 FM), que há oito anos é o programa radiofônico com maior audiência registrada pelo Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística – Ibope – em todo o Estado da Paraíba⁴¹. O radialista Fabiano Gomes é um dos apresentadores do programa e o mais polêmico em seus comentários. São de domínio público os comentários agressivos e muitas vezes maldosos que o apresentador faz⁴². Em entrevista a esta

⁴¹Fonte: Portal Correio, disponível em:

<http://portalcorreio.uol.com.br/noticias/imprensa/veiculos/2015/09/18/NWS,266265,58,395,NOTICIAS,2190-RADIOS-SISTEMA-CORREIO-DOMINAM-TOPO-IBOPE-JOAO-PESSOA.aspx>

⁴² Para acessar episódios polêmicos envolvendo o apresentador Fabiano Gomes basta acessar sites de buscas, como o Google (Google.com.br) ou de vídeos, como o Youtube (youtube.com.br).

pesquisadora, Carneiro (2015) disse que mesmo sendo editor do programa nunca teve nenhum controle sobre os conteúdos apresentados por Gomes e que estes eram endossados pela diretoria da empresa. “Fabiano chegava ao estúdio do Correio Debate, olhava o *script* do programa. Se tivesse alguma coisa polêmica para abrir o programa, tudo bem; se não tinha, ele criava” (Carneiro, 2015). Em outro trecho da entrevista, cuja íntegra se encontra nos anexos deste trabalho, ele reforça: “Mas ninguém consegue controlar Fabiano. É da natureza dele” (CARNEIRO, 2015).

Durante a entrevista, Eduardo Carneiro, que atualmente é secretário-adjunto da Secretaria de Comunicação de João Pessoa, falou da angústia que sentem profissionais comprometidos com o jornalismo, mas que estão a serviço de apresentadores que têm autonomia para retratarem os fatos à sua maneira. Essa autonomia é conquistada junto aos donos das empresas onde trabalham à custa da grande audiência e do retorno financeiro que conseguem para as empresas.

A primeira vez que eu pedi demissão do programa foi por causa de outro episódio, cujos detalhes não vêm ao caso. Nesse episódio, tínhamos uma notícia bem apurada, com os dois lados da questão bem detalhados e Fabiano, simplesmente, ignorou um dos lados e resolveu ressaltar apenas aquilo que, na opinião dele, era mais importante. Ele sempre tinha a visão dele e mesmo que o jornalismo mostrasse, por meio de apuração, de entrevistas, de documentos, que o que ele pensava não era verdade, para ele não importava. O que ele achava sempre foi mais importante. Como editor do programa, muitas vezes, entrei no estúdio, explicava a ele que não era da forma como ele estava expondo o fato e isso não mudava nada. Tanto ele, quanto Wellington Farias e Eron Cid (então companheiros de bancada de Fabiano Gomes no programa) têm ideias fixas que os fatos, a apuração jornalística não conseguem mudar. Então é muito difícil trabalhar desse jeito. Muitas vezes, quando Fabiano começava o programa comentando algum fato e nós tínhamos uma matéria pronta, mostrando que ele estava equivocado, ou ele vetava a matéria ou mandava parar a matéria quando estava em execução e desmentia o repórter no ar, como se o trabalho do repórter é que estivesse errado. O jornalismo é uma função estressante, mas naquelas condições há uma carga extra de *stress* desnecessária (CARNEIRO, 2015).

Além da vaidade pessoal, dois terços dos jornalistas de João Pessoa ouvidos acreditam que seus colegas se rendem ao cortejo de políticos e empresários, que lhes oferecem vantagens econômicas, e acabam utilizando a profissão para benefício próprio, esquecendo a função social, mediadora e educadora da profissão (Tabela 17). A maioria também entende que os jornalistas se colocam acima do cidadão comum e usam a liberdade de imprensa como salvo-conduto para agirem sem se preocupar com a apuração jornalística (Tabela 18). Ou seja, os jornalistas escolhem deliberadamente que *verdade* apresentará ao público. Karam (1997) tinha como preocupação esse tema ainda no século passado, quando defendia que a responsabilidade da profissão de jornalista exige que fatos

sejam revelados, independentemente do gosto ou posição pessoal do jornalista. Já Bertrand (1999), pouco depois, reforça que liberdade de imprensa não é apenas a negação de alguma forma de censura, mas “a afirmação de uma tarefa a realizar: satisfazer o direito à informação de cada cidadão. O direito de ser bem informado. E também o direito de informar” (BERTRAND, 1999, p. 67).

Noventa e dois por cento dos respondentes concordam que muitos jornalistas fazem carreira apresentando ao público opiniões que não são legítimas, apenas para satisfazer ao clamor popular e, assim, conseguirem projeção pessoal, que redundará em alguma forma de lucro (Tabela 18). Enquanto dois terços afirmam que os jornalistas transpõem limites éticos e até legais em nome da audiência (Tabela 19). A maioria também acredita que a velocidade com a qual os jornalistas são obrigados a produzir faz com que a credibilidade se perca no caminho entre a apuração e a publicação da notícia. Ainda assim, a rapidez é mais valorizada do que a veracidade dos fatos (Tabela 20).

Bertrand (1999), a título de ilustração, dividiu os jornalistas em dois grupos: peões e vedetes. Essa divisão continua em voga e serve para ilustrar a realidade da imprensa pessoense. Os peões, conforme o autor, são a maioria dos jornalistas que estão nas redações fechando as edições, buscando notícias. São jornalistas sem grande expressão e mal remunerados que, no geral, trabalham para as vedetes aparecerem. As vedetes são as estrelas, os jornalistas famosos e que ostentam um padrão socioeconômico incompatível com a função. E, conforme Bertrand (1999), são justamente as vedetes que estão mais sujeitas às violações das normas éticas e dos códigos deontológicos. Isso porque têm muito mais a perderem do que um emprego, além de serem muito mais cortejadas por políticos e empresários, uma vez que têm mais apelo junto ao público. A proximidade entre jornalistas-estrelas com fontes poderosas é uma situação temerária, onde o maior prejudicado é o direito público à informação. Goodwin (1993) lembrou que esse tipo de relação, entre jornalista e fontes, transcendendo a convivência profissional, leva fácil ao favoritismo quando da seleção de fatos a serem noticiados. E Bucci (2000) reforça que o “jornalista vive de vender seu trabalho intelectual e seu talento no mercado” (p. 77), mas seu trabalho não deve ser dissociado da ética com a qual desenvolve seu talento, pois é esta quem agrega valor legítimo ao profissional.

6.5 Em nome da Audiência

Tabela 23: Para obter audiência rápida e fácil, o jornalista deixa de lado as notícias que são de interesse público para satisfazer a curiosidade perversa do público, por isso existem tantos programas e noticiários com a temática policial.

Resposta	Sexo		Faixa Etária (anos)				
	M	F	20 a 29	30 a 39	40 a 49	50 a 59	+ 60
Concordo plenamente – 28%	30%	26%	33%	15%	35%	23%	0%
Concordo – 46%	32%	54%	24%	67%	56%	38%	100%
Nem concordo nem discordo – 22%	37%	12%	40%	6%	4%	38%	0%
Discordo – 6%	1%	8%	2%	13%	4%	0%	0%
Discordo totalmente – 0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Base – 100%	38%	62%	41%	27%	24%	7%	2%

Fonte: Pesquisa de campo realizada entre março e setembro de 2015 pela autora na cidade de João Pessoa, PB.

Tabela 24: O público hoje não é mais tão crédulo e não acredita em tudo que os jornalistas publicam, muitas vezes desmentindo-os nas redes sociais.

Resposta	Sexo		Faixa Etária (anos)				
	M	F	20 a 29	30 a 39	40 a 49	50 a 59	+ 60
Concordo plenamente – 36%	55%	24%	54%	15%	35%	23%	0%
Concordo – 48%	36%	55%	34%	56%	56%	54%	100%
Nem concordo nem discordo – 6%	7%	5%	6%	4%	6%	8%	0%
Discordo – 11%	3%	16%	6%	26%	2%	15%	0%
Discordo totalmente – 0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Base – 100%	38%	62%	41%	27%	24%	7%	2%

Fonte: Pesquisa de campo realizada entre março e setembro de 2015 pela autora na cidade de João Pessoa, PB.

Tabela 25: É legítimo usar o interesse do público como justificativa para divulgação de notícias escritas em linguagem vulgar, com imagens de mau gosto (nudéz, sangue, bizarrices).

Resposta	Sexo		Faixa Etária (anos)				
	M	F	20 a 29	30 a 39	40 a 49	50 a 59	+ 60
Concordo plenamente – 2%	4%	0%	2%	0%	0%	8%	0%
Concordo – 9%	5%	10%	5%	19%	4%	8%	0%
Nem concordo nem discordo – 6%	8%	5%	9%	0%	0%	15%	100%
Discordo – 20%	14%	23%	5%	33%	21%	54%	0%
Discordo totalmente – 65%	68%	62%	79%	48%	75%	15%	0%
Base – 100%	38%	62%	41%	27%	24%	7%	2%

Fonte: Pesquisa de campo realizada entre março e setembro de 2015 pela autora na cidade de João Pessoa, PB.

Tabela 26: O jornalismo vem sofrendo mudanças na produção de notícias por que o público não tem interesse em ver ou ler nada em profundidade. Ou seja, o mercado está dando aquilo que o público quer.

Resposta	Sexo		Faixa Etária (anos)				
	M	F	20 a 29	30 a 39	40 a 49	50 a 59	+ 60
Concordo plenamente – 33%	39%	29%	48%	7%	48%	0%	0%
Concordo – 17%	11%	20%	10%	22%	19%	31%	0%
Nem concordo nem discordo – 20%	21%	19%	15%	26%	17%	15%	100%
Discordo – 26%	24%	27%	26%	44%	8%	23%	0%
Discordo totalmente – 5%	5%	5%	2%	0%	8%	31%	0%
Base – 100%	38%	62%	41%	27%	24%	7%	2%

Fonte: Pesquisa de campo realizada entre março e setembro de 2015 pela autora na cidade de João Pessoa, PB.

Não é nova a utilização de recursos do entretenimento para atrair maiores índices de audiência para o jornalismo. Quase 70% dos jornalistas que responderam ao questionário acreditam que os programas locais são elaborados para satisfazer a curiosidade do público, deixando de lado o interesse público (Tabela 23). Essa conduta é apontada como uma possível justificativa para o crescente número de programas policiaiscos, onde a miséria, a violência e o sexo compõem a pauta cotidiana. Bucci (2000) condena o sensacionalismo e ressalta que isto nada tem a ver com jornalismo popular. “Sensacionalismo é o jornalismo que se curva ao preconceito, intensificando-o” (BUCCI, 2000, p. 154).

Anteriormente, o mesmo autor já havia alertado: “A função do jornalismo está acima das preferências voláteis de um público transformado em feira de consumo; seu compromisso é com o aperfeiçoamento das regras democráticas” (Bucci, 1997, p. 155). Como disse Malcolm (2011), nenhum jornalista é ingênuo para não perceber o que está fazendo. Traquina fecha a questão: “O jornalista não é ninguém se não se esforçar para ser um servidor da verdade e da justiça, dedicando toda a sua energia para defender *honestamente*(grifo nosso) o interesse público” (TRAQUINA, 2001, p. 169).

Tentar satisfazer a sanha do público pelo grotesco, pela invasão da privacidade – especialmente dos mais humildes – não é tarefa fácil. Quanto mais o público tem, mais quererá. E este mesmo público não aceita farsas. Ele quer a miséria real, a violência real, a exploração do sexo real. Mais de 80% dos jornalistas sabem disso e concordam que o público já não é tão crédulo e que, hoje, tem as redes sociais para desmentir aquilo que não acredita (Tabela 24). Bucci (1997) já alertava sobre o desvio ético que é definir a pauta jornalística pensando nos índices de audiência e ainda argumentar que se está dando ao

público aquilo que ele deseja. “Quando temas da intimidade alheia entram em pauta a fim de extrair lucro da curiosidade perversa do público, o problema não está na privacidade invadida, mas no desrespeito aos padrões éticos” (BUCCI, 1997, p. 154).

É interessante perceber que mais de 80% dos respondentes não acreditam na legitimidade do uso do interesse público para justificar notícias escritas em linguagem vulgar e/ou com imagens de mau gosto (Tabela 25), mesmo afirmando que isso ocorre com frequência. Quanto a isso, Karam (2004) afirma que a legitimidade da profissão não está na popularidade dos programas. O autor entende que é fácil confundir popularidade com legitimidade e colocar as preferências do público acima do direito à informação. Na Tabela 26, metade dos jornalistas respondentes pensa que a queda na qualidade da produção das notícias é para atender ao mercado, pois o público não tem interesse em notícias bem apuradas e temas com profundidade na abordagem. O percentual que discorda dessa afirmação é considerável: um terço; enquanto outros 20% se mostraram indiferentes à questão. É Bucci (1997), mais uma vez, quem esclarece que o jornalismo está acima dos interesses do público, devendo ser pautado de maneira a noticiar fatos que repercutam na vida das pessoas, fortaleça a democracia e promova o senso crítico. Satisfazer o público é função do entretenimento e não do jornalismo. “Esperar que a opinião pública seja o termômetro do que é certo ou errado na imprensa e acreditar cegamente nos seus julgamentos são esperanças temerárias” (BUCCI, 2000, p. 174).

6.6 Visão do mercado jornalístico

Tabela 27: O mercado jornalístico está em transformação e quando este processo for concluído teremos uma imprensa mais comprometida com sua responsabilidade social.

Resposta	Sexo		Faixa Etária (anos)					
	M	F	20 a 29	30 a 39	40 a 49	50 a 59	+ 60	
Concordo plenamente –	11%	7%	13%	6%	0%	21%	46%	0%
Concordo –	37%	37%	36%	37%	61%	19%	8%	0%
Nem concordo nem discordo –	22%	26%	19%	30%	15%	17%	15%	0%
Discordo –	26%	26%	26%	21%	13%	44%	31%	100%
Discordo totalmente –	6%	4%	6%	6%	11%	0%	0%	0%
Base –	100%	38%	62%	41%	27%	24%	7%	2%

Fonte: Pesquisa de campo realizada entre março e setembro de 2015 pela autora na cidade de João Pessoa, PB.

Tabela 28: De maneira geral, estou satisfeito em relação à ética dos jornalistas no mercado jornalístico de João Pessoa.

Resposta	Sexo		Faixa Etária (anos)					
	M	F	20 a 29	30 a 39	40 a 49	50 a 59	+ 60	
Concordo plenamente –	2%	25%	15%	21%	22%	15%	15%	0%
Concordo –	63%	59%	65%	61%	76%	67%	23%	0%
Nem concordo nem discordo –	7%	7%	7%	15%	0%	2%	8%	0%
Discordo –	22%	8%	6%	1%	2%	2%	54%	100%
Discordo totalmente –	63%	1%	6%	2%	0%	15%	0%	0%
Base –	100%	38%	62%	41%	27%	24%	7%	2%

Fonte: Pesquisa de campo realizada entre março e setembro de 2015 pela autora na cidade de João Pessoa, PB.

Tabela 29: Você acredita que em João Pessoa o público tem a imprensa que precisa?

Resposta	Sexo		Faixa Etária (anos)					
	M	F	20 a 29	30 a 39	40 a 49	50 a 59	+ 60	
Sim –	3%	5%	2%	2%	0%	2%	0%	100%
Não –	97%	95%	98%	98%	100%	98%	100%	0%
Base –	100%	38%	62%	41%	27%	24%	7%	2%

Fonte: Pesquisa de campo realizada entre março e setembro de 2015 pela autora na cidade de João Pessoa, PB.

As três questões acima foram elaboradas com o objetivo de aferir o grau de satisfação que os jornalistas pessoenses têm do mercado de trabalho. Na Tabela 27, pouco menos da metade dos respondentes são otimistas em relação às transformações que o mercado jornalístico está passando. Ainda assim, essa parcela que acredita que a imprensa será comprometida com sua responsabilidade social quando esse processo de transformação for estabilizado representa a maioria. Pouco menos de um terço discorda que haverá melhoras futuras no mercado. Os demais respondentes são indiferentes à questão.

Oitenta e cinco por cento dos pesquisados estão insatisfeitos ou muito insatisfeitos com a ética no mercado jornalístico. A insatisfação é generalizada entre todos os públicos, sendo levemente mais acentuada nos profissionais com idade entre 30 e 39 anos (Tabela 28). Apesar de a maioria dos respondentes apontarem que o jornalismo local tem procurado satisfazer aquilo que o público deseja, quando perguntados se acreditam que em João Pessoa o público tem a imprensa que precisa, a imensa maioria – 97% – respondeu que não (Tabela 29). Aqui surge uma importante questão: se os jornalistas acreditam que seu trabalho é pautado para satisfazer a vontade do público, então porque este mesmo público não tem a imprensa que precisa?

Vários autores falam sobre o desvio da função do jornalismo quando este se curva a atender a vontade – e não às necessidades – do público. Uma criança sempre irá querer doces em suas refeições. Essa é sua vontade, mas não sua necessidade. O jornalista é o profissional capaz de representar os interesses legítimos do público e apresentar conteúdos que contribuam para o desenvolvimento crítico deste público. Bucci (1997) ressalta que a curiosidade do público ou o narcisismo do jornalista não podem ditar as rotinas de produção de notícias. Quando isso acontece, o que está em risco é a capacidade do jornalismo de informar criticamente o cidadão. Abramo (1998) simplifica todo o conflito ético do jornalista dizendo que “o jornalista não tem ética própria. (...) A ética do jornalista é a ética do cidadão. O que é ruim para o cidadão, é ruim para o jornalista” (Abramo, 1988, p. 109).

O presidente do Sindicato dos Jornalistas da Paraíba, Rafael Freire, em entrevista a esta pesquisadora, afirmou que tem observado de perto a falta de limites éticos, morais e até legais dos jornalistas pessoenses. “O que observamos é a falta de compromisso ético, manifestada numa grande quantidade de casos grotescos, de violência contra os direitos humanos, de violência ao direito do contraditório, entre outros absurdos travestidos de matérias jornalísticas” (Freire, 2015). O presidente também lamenta o fato de os jornalistas não possuírem nenhum órgão que seja capaz de controlar o que considera abusos – e até crimes – da imprensa. “Quem tem o poder de fazer um enquadramento real sobre a perspectiva ética e moral são os conselhos e ordens, e nossa categoria profissional não é contemplada com esse tipo de organização” (FREIRE, 2015).

6.7 Dois pesos, duas medidas

Uma constatação feita durante a pesquisa é que o jornalista tende a ser condescendente consigo mesmo, sem demonstrar a mesma tolerância com aquilo que considera falha no agir de seus pares. Isso pode ser constatado nas questões em que a pergunta é formulada de maneira a obter uma resposta com base na experiência pessoal do respondente. Utilizando o pronome “você” nos enunciados, as respostas são escolhidas de maneira mais convencionalmente aceitável. Entretanto, quando enunciados semelhantes são postos utilizando o substantivo “jornalistas” as críticas são mais severas. Essa particularidade da pesquisa revela que os jornalistas têm uma visão franca sobre seus pares e das falhas cometidas no cotidiano das redações. Entretanto, parecem se excluir do grupo

de profissionais que está avaliando. Ele, o jornalista no singular, parece não se enxergar como parte do coletivo e, portanto, componente atuante do mercado jornalístico que desaprova.

Essa controvérsia pode ser claramente percebida com a leitura das Tabelas 11 e 22. Propositadamente, os enunciados de ambas as tabelas é o mesmo, mudando apenas o pronome inicial. Trata-se de uma questão simples, que não exigiu maior reflexão do respondente, mas que foram apresentadas com um intervalo entre ambas de maneira que os respondentes não percebessem tratar-se da mesma questão. Vejamos:

Tabela 11: Você usa depoimentos de fontes oficiais, sem se preocupar em contrapô-las, uma vez que esta responsabilidade cabe à própria fonte, que deve ser responsável por aquilo que diz em entrevistas.

Resposta	Sexo		Faixa Etária (anos)				
	M	F	20 a 29	30 a 39	40 a 49	50 a 59	+ 60
Concordo plenamente – 7%	9%	6%	10%	9%	2%	0%	0%
Concordo – 6%	16%	31%	15%	24%	50%	15%	0%
Nem concordo nem discordo – 7%	8%	6%	7%	7%	6%	0%	0%
Discordo – 42%	34%	47%	37%	54%	29%	85%	0%
Discordo totalmente – 38%	33%	10%	32%	6%	13%	0%	100%
Base – 100%	38%	62%	41%	27%	24%	7%	2%

Fonte: Pesquisa de campo realizada entre março e setembro de 2015 pela autora na cidade de João Pessoa, PB.

Tabela 22: Os jornalistas pessoenses usam depoimentos de fontes oficiais, sem se preocuparem em contrapô-las, uma vez que esta responsabilidade cabe à própria fonte, que deve ser responsável por aquilo que diz em entrevistas.

Resposta	Sexo		Faixa Etária (anos)				
	M	F	20 a 29	30 a 39	40 a 49	50 a 59	+ 60
Concordo plenamente – 29%	9%	6%	10%	9%	2%	0%	0%
Concordo – 43%	33%	10%	32%	6%	13%	0%	100%
Nem concordo nem discordo – 7%	8%	6%	7%	7%	6%	0%	0%
Discordo – 12%	34%	47%	37%	54%	29%	85%	0%
Discordo totalmente – 9%	16%	31%	15%	24%	50%	15%	0%
Base – 100%	38%	62%	41%	27%	24%	7%	2%

Fonte: Pesquisa de campo realizada entre março e setembro de 2015 pela autora na cidade de João Pessoa, PB

Quando a questão é apresentada conforme exposta na Tabela 11: “Você usa depoimentos de fontes oficiais, sem se preocupar em contrapô-las, uma vez que esta responsabilidade cabe à própria fonte, que deve ser responsável por aquilo que diz em

entrevistas”, 80% dos respondentes discordam e apenas 13% concordam. Nesse caso, o respondente interpreta a questão como se esta avaliasse suas práticas individualmente, dissociadas do mercado onde está inserido. Assim, ele se exclui do grupo que se vale de tais práticas e responde o que considera ser a resposta correta. Quando a sentença é apresentada de maneira impessoal: “Os jornalistas pessoenses usam depoimentos de fontes oficiais, sem se preocuparem em contrapô-las, uma vez que esta responsabilidade cabe à própria fonte, que deve ser responsável por aquilo que diz em entrevistas”, o percentual de concordância sobe para mais de dois terços (Tabela 22). Aqui, fica manifesto que o respondente tende a ser mais crítico quando avalia os colegas e não a si mesmo.

Essa constatação foi feita mesmo antes da compilação da pesquisa, numa fase anterior da mesma, quando da transcrição das entrevistas realizadas para dar suporte ao trabalho. Explica-se:

As emissoras de televisão têm investido cada vez mais em programas policiaiscos, no qual a miséria humana é servida crua, por meio de pautas sensacionalistas, tendo como principal tema a exploração da violência. E quanto mais brutais forem os crimes noticiados, mais os apresentadores desses programas investem nos comentários, fazendo juízo de valores das vítimas e condenando, antecipadamente, os suspeitos. Com exceção da TV Cabo Branco, afiliada da Rede Globo, as emissoras presentes em João Pessoa têm nesse tipo de programa o carro-chefe de sua programação.

O programa Correio Verdade, apresentado por Samuka Duarte, é uma espécie de modelo para esses programas, por registrar a maior audiência de um programa de televisão local e pelo alto faturamento publicitário. Cavalcanti ⁴³(2015) diz que não sente nenhuma comoção ao editar os conteúdos que vão ao ar, mesmo quando as matérias são compostas por imagens de pessoas atropeladas, esquartejadas ou mostradas por câmeras de segurança enquanto são assassinadas. “Nós não inventamos os casos apresentados, só noticiamos. As pessoas têm direito de saber o que acontece de ruim na cidade. Acho que prestamos um serviço à população. Nós fazemos jornalismo popular”. Bucci (2000) discorda:

A polícia chega atirando; a mídia chega filmando. As taras sexuais dos miseráveis são transformadas no prato do dia nos banquetes do sensacionalismo; as mortes trágicas viram show; as traições conjugais se transformam em comédia chula dos programas de auditório. (BUCCI, 2000, p. 156)

⁴³ Cristina Cavalcanti, produtora e diretora do programa Correio Verdade, apresentado por Samuka Duarte, na TV Correio, em entrevista para esta pesquisadora, em outubro de 2015. Disponível no Apêndice F.

Paradoxalmente, Cavalcanti (2015) faz duras críticas aos programas que apresentam conteúdos semelhantes ao seu. Para ela, é preciso ter critérios para conduzir esse tipo de programa e “não sair exibindo close de corpos ou de vítimas de violência sexual. Isso é antiético”. Foi-lhe perguntado, durante a entrevista, se ela própria já havia tido algum conflito ético à frente do programa. A resposta foi dada prontamente: “Não, nunca tive nenhum conflito ético. A empresa me dá muita liberdade para trabalhar. Já houve recomendação para não expor pessoas importantes envolvidas em casos policiais. Mas isso nunca chegou a ser um problema”.

Outro paradoxo detectado durante a entrevista com Cavalcanti (2015) foi quando perguntada sobre o direito das vítimas e suas famílias de terem suas imagens preservadas nos casos narrados. Ela respondeu que procura agir de acordo com a lei para evitar demandas judiciais. Ou seja, se não for ilegal, então é permitido. Entretanto, ela mesma narrou a única vez ao longo dos oito anos que está à frente do programa em que pediu para tirarem uma matéria do ar porque não achou certo expor a vítima.

Estávamos terminando de editar o programa quando recebemos a notícia de que um homem havia sido atropelado por um caminhão, depois de sofrer um infarto e acabou morrendo no local. As imagens eram feias, claro, mas desfocamos um pouco. Quando colocamos a matéria no ar, alguém no estúdio alertou que o homem em questão era o pai de uma produtora nossa, que não sabia do ocorrido. Nós ficamos desesperados e encerramos a matéria. Nossa colega não precisava passar por isso. Foi muito angustiante. Todos ficamos muito tristes com isso por causa de nossa colega.

A narrativa de Cavalcanti (2015) é interessante, especialmente quando se sabe que exibir a dor alheia, noticiar crimes e expor a imagem de vítimas de homicídios, estupros e atropelamentos é a razão de existir do programa. Entretanto, a diretora nunca teve nenhum conflito ético, até o dia em que a vítima do abuso de suas câmeras era parente de um de seus funcionários e, portanto, ter proximidade suficiente para lembrar-lhe que se tratava de um ser humano e não de uma pauta apelativa que lhe renderia audiência.

Dentro das ciências sociais vários estudos tratam do fenômeno conhecido como “difusão da responsabilidade”, da qual se origina o “efeito espectador” ou, ainda, “síndrome Genovese”, como é mais conhecida. Uma definição *en passant* do fenômeno é que se trata de transferir a responsabilidade de algo para o grupo, tirando do indivíduo tal incumbência quando este indivíduo faz parte do grupo.

O ato de se excluir das críticas feitas ao *modus operandi* das redações de João Pessoa, atribuindo os desvios éticos e das boas práticas jornalísticas aos outros, encontra

justificativa no Direito. Segundo Aragão (2007), “toda manifestação da atividade do homem traz em si a responsabilidade civil diante da coletividade existente”. Mas, assumir a responsabilidade leva à necessidade de contribuir para a reparação, quando esta se faz necessária. Responsabilizando o outro, o “eu” se exime da “culpa” e da reparação. Venosa complementa que “quem, com sua atividade, cria um risco, deve suportar o prejuízo que sua conduta acarreta, ainda porque essa atividade de risco lhe proporciona um benefício” (Venosa, 2002, p. 36 *apud* Aragão, 2007). Já a Psicologia chama de “desengajamento moral” a falta de responsabilidade individual perante a coletividade. “É possível se desprender ou desengajar dos próprios padrões morais para cometer atos antissociais deliberadamente, sem autocondenação” (IGLESIAS, 2008, p. 165, *apud* AZZY, 2011).

6.8 A ética dos patrões, a ética dos empregados

No início deste trabalho, apresentamos as discussões éticas elaboradas a partir do desenvolvimento industrial nos Estados Unidos, quando passou-se a admitir uma ética relativa para cada grupo, uma ética que tinha como fim a busca por resultados. Os empresários do setor de comunicação de João Pessoa acreditam numa ética semelhante e asseguram que as empresas que administram são pautadas pela ética.

Lima (2015) afirma que se tivesse que atribuir uma nota, de zero a dez, para o Sistema Paraíba de Comunicação no que se refere à sua conduta ética, seria dez. “Eu atribuo dez tranquilamente. Nós somos muito transparentes, não temos posição política, os donos não são políticos, não querem ser políticos, de modo que as atividades não visam obter benefícios lá na frente pela combinação com políticos”. Cavalcanti (2015) acredita que o Sistema Correio de Comunicação pode receber a nota nove na mesma avaliação. “Tiro um ponto em função dos erros que comentemos, por não sermos infalíveis. Dar dez seria falso. Tiro um ponto pelos erros, muitas vezes intencionais, porque muitas vezes agimos intencionalmente de alguma forma, por isso tiro esse ponto”. Kirilauskas disse não atribuir ao Sistema Tambaú de Comunicação a nota dez no quesito ética para não parecer imodesto. “Mas temos uma das maiores notas entre as emissoras e isso é uma análise muito pé no chão. Porque o esforço nosso é, sim, uma busca pelo caminho reto, sem meio termo, sem ficar em cima do muro. Seguramente, nossa nota seria acima de nove”.

Para Kirilauskas (2015), a ética jornalística está relacionada diretamente às rotinas de trabalho. “É você poder cobrir o bem e o mal, a desgraça e a beleza, sem interferência”.

Lima (2015) afirma que “a ética jornalística é semelhante ao caráter. Ou a pessoa tem ou não tem. Não dá para ter mais ou menos. Ou se é íntegro ou não. A ética é prima-irmã do caráter. Exercer seu trabalho com honestidade, seriedade e transparência”. E Cavalcanti (2015) conceitua ética como “uma coisa ligada ao seu comportamento pessoal, que transpõe para seu comportamento profissional. Se você é ético pessoalmente, será ético profissionalmente. E ética da empresa é a soma da ética de seus profissionais”.

“O que é ética para você?” foi a pergunta aberta feita aos 201 respondentes do questionário utilizado nesta pesquisa. Do total de jornalistas entrevistados, pouco mais da metade respondeu à questão. Dos 57% que conceituaram a ética, 78% a relacionaram à deontologia dos códigos de posturas dos jornalistas ou a princípios morais e até “bons costumes”. Com alguma variação, respostas muito semelhantes foram apresentadas, dentre as quais destacamos: “É o que norteia nossas atitudes para boas práticas das nossas atividades diárias”; “É não se aproveitar do material produzido por outro colega em seu benefício”; “É o conjunto dos valores morais”; “São as diretrizes que orientam uma profissão”; “É proceder bem, respeitando os limites da moral e da decência”; “É não ultrapassar os limites legais para ganhar audiência”; “É um conjunto de princípios que devem ser levados em consideração para a boa prática da profissão”; “É o que norteia a moral e os bons costumes”; “Conjunto de regras e princípios que norteiam uma profissão”; “São as diretrizes que motivam o comportamento humano e definem o perfil profissional”; “É a conduta que se espera de um profissional, que precisa seguir normas e ter limites”; “É agir com imparcialidade, privilegiando o interesse público”; “É o que rege a prática profissional de forma a garantir o bem estar da sociedade”.

Os demais 22% apresentaram respostas mais filosóficas, onde a ética é a necessidade de autoavaliação levando em conta o bem estar do outro. É importante registrar que nesse grupo de respondentes, a ética não ganha uma definição, sendo mencionada várias vezes como uma necessidade de discussão. Senão vejamos: “A ética está inserida em tudo e merece ser debatida em vários níveis”; “É o respeito ao outro antes de agir”; “É preciso discutir a necessidade do outro, os sentimentos, as emoções para se chegar ao conceito de ética, senão fica sendo apenas uma palavra”; “Ética deveria estar presente sempre nas conversas dos profissionais para evitar abusos”; “Um conjunto de normas que são intrínsecas a cada pessoa”; “Ter um compromisso com a própria consciência e um compromisso maior ainda com a sociedade”; “É o agir de acordo com princípios básicos de respeito ao meio e ao próximo”.

Uma curiosidade merece registro. Uma mesma resposta foi registrada sete vezes, exatamente igual, o que pode significar que o respondente a memorizou em algum momento e julgou ser um conceito apropriado para ética: “É o que você faz quando ninguém está olhando”. Esse fato nos levou a fazer uma busca no Google e também no Google Acadêmico. Em ambas as buscas foram encontradas várias citações com esse mesmo conceito. Em sites dedicados a registrar frases de efeito e em redes sociais, encontramos a frase com essa mesma escrita de maneira idêntica. Em sites de universidades e depositórios de trabalhos acadêmicos, encontramos vários documentos com registro da frase, cuja autoria é atribuída a Oscar Wilde⁴⁴, mas é apresentada de maneira diferente. “Chamamos de ética o conjunto de coisas que as pessoas fazem quando todos estão olhando. O conjunto de coisas que as pessoas fazem quando ninguém está olhando chamamos de caráter”.

Naturalmente, esse conceito não tem concordância com nenhum dos autores usados para referenciar a base teórica deste trabalho. Ao contrário, desde Aristóteles, passando pelo imperativo categórico da Kant, até as discussões mais modernas e contemporâneas, a ética é apresentada sempre como uma reflexão filosófica sobre as motivações do comportamento do homem em relação aos outros homens, e tais reflexões são individuais e dispensam plateia, como sugere a frase.

⁴⁴Silva, Zuleica Yona Barbosa da. **Julgamento ético-ideológico dos estudantes de Contabilidade de São Paulo** / Zuleica Yona Barbosa da Silva – 2012. P. 5

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS E RECOMENDAÇÕES

Ao mesmo tempo em que é estimado pelo seu poder de mediar, informar, transformar, intervir, interceder e interpretar fatos, paradoxalmente, o jornalista é também desvalorizado pelo empregador, e essa situação fica evidente quando recebe seu salário ao fim do mês. O próprio mercado, cada vez mais rendido aos meios digitais, parece não valorizar o chamado jornalista experiente, com “faro” para uma boa história e domínio das letras para escrevê-las bem. Encontrar alternativas para complementar a renda pessoal parece cada vez mais tentador. Mesmo quando não recebe valores em dinheiro, muitos jornalistas vivenciam situações nas quais se veem tentados a usar a influência da profissão para conseguir benefícios que o cidadão comum não tem acesso. Muitos se valem da identidade profissional como se estas fossem chaves-mestras capazes de abrir portas, evitar filas, conseguir acesso gratuito a eventos. Comumente, jornalistas também são agraciados com presentes cujos valores por si só são indicativos de que algo será cobrado em troca. Assim, a ética jornalística é ignorada porque o jornalista esquece que “... o direito à informação pertence à sociedade e é em seu nome que é exercido” (Novaes, 1988, p. 95). Se assim não fosse, qual seria a lógica do jornalismo existir? Essa é uma reflexão que precisa ser feita para evitar o que Bastos (2014) chama de dizimação do jornalismo.

Os jornalistas ativos na cidade de João Pessoa não desconhecem o mercado profissional onde atuam. Percebem o caminho temerário que a imprensa local está trilhando, transformando programas noticiosos em espetáculos de horrores, onde o pior do ser humano é exposto todos os dias em troca de audiência. Percebem também que muitos de seus pares usam a profissão para atender a interesses direcionados e, com isso, obter vantagens ilegítimas. Percebem, por fim, a necessidade premente de que a ética faça parte da pauta de discussões, de forma que novos rumos sejam apontados.

Esta pesquisa detectou que a maioria dos profissionais ouvidos está insatisfeita com o *modus operandi* do jornalismo local e acredita que a sociedade pessoense não tem a imprensa que merece e/ou precisa. Essa maioria também acredita que o mercado está em transformação, especialmente por causa do surgimento de novas ambiências jornalísticas, e quando esse processo de mudanças for concluído a imprensa será renovada, com o jornalismo reassumindo a responsabilidade social de noticiar fatos que contribuam para a formação crítica do cidadão e o fortalecimento da democracia.

Mas, o mesmo jornalista que é capaz de identificar todos os problemas éticos e técnicos da imprensa local, não se enxerga inserido neste meio e faz de si mesmo uma

exceção. A avaliação profissional que fez de si é diferente da que faz dos jornalistas em geral, eximindo-se, assim, das responsabilidades éticas do mercado, num fenômeno tratado pelas ciências sociais como “efeito espectador”. Essa capacidade de se autoexcluir do mercado que condena, e do qual é agente ativo, dificulta a percepção da necessidade de inserir na pauta cotidiana discussões éticas – e técnicas, já que estas também vêm sendo inobservadas –, posto que é o “outro” e não “eu” quem precisa de tais reflexões. Para ter um exemplo claro da autoexclusão às críticas, vale resgatar um trecho de entrevista feita para este estudo:

É assim que as coisas funcionam: como um grande mercado. Jornalismo se tornou um grande mercado. Quando estava na universidade, tinha vários jornalistas em João Pessoa que eram meus ídolos, pelo reconhecimento público de seu trabalho, pela maneira como escreviam ou se portavam na TV ou no rádio, na defesa dos interesses coletivos. Quando ocupei cargos públicos, que me davam poder de decisão, tive uma grande decepção ao perceber que esses ídolos eram de barro e papel, porque sentavam à mesa, nos gabinetes públicos, para negociar o preço de seu trabalho. Não era jornalismo o que eles faziam, eram negócios (CARNEIRO, 2015).

É interessante notar que o jornalista, seja respondendo a questionários ou a entrevistas, ou ainda em debates entre colegas, consegue entender como os veículos de imprensa de João Pessoa estão contaminados pela espetacularização, pelas notícias vazias que em nada contribuem, pela busca de pautas provenientes das redes sociais e que são noticiadas sem nenhuma aferição. O jornalista se ressentido da crescente presença de profissionais, especialmente à frente das câmeras de televisão ou por trás dos microfones de rádio, sem formação intelectual ou acadêmica, mas com grande potencial de faturamento para as empresas. O profissional assiste, ainda, às empresas de comunicação demitir jornalistas e contratar estagiários, reduzindo o tamanho das redações. Veem com angústia o aumento da participação das instituições públicas no bolo dos maiores empregadores de jornalistas de João Pessoa, por saber que o ingresso nesses órgãos se dá por critérios alheios à competência e/ou experiência do profissional. Sofrem com o recebimento de salários abaixo do piso previsto pelo sindicato da categoria. Entretanto, toda essa observação é passiva e, da mesma maneira com a qual se exclui das críticas, também se exime da responsabilidade de propor reparações. Mas, irracionalmente, acredita num futuro melhor para a profissão.

O presidente do Sindicato dos Jornalistas da Paraíba, Rafael Freire, não é tão otimista. Ele defende que a mudança necessária para o jornalismo exercer com seriedade e ética suas funções deve partir de uma exigência da sociedade e mobilização dos próprios

jornalistas. Entretanto, Freire afirma que os jornalistas estão entregues à vontade do patrão e há resistência apenas da parte dos sindicatos e faculdades.

Eu temo que as faculdades de jornalismo não consigam reverter o quadro que hoje está desenhado, que é um quadro de certo entreguismo, que a categoria não está conseguindo resistir, não tem mais aquela vibração. O jornalista de hoje não se impõe dentro das redações, não contrapõe o tipo de cobertura empresarial e unilateral que tem sido feita. É preciso que o conjunto da sociedade compreenda a importância de ter um jornalismo sério e ético, por que as academias e os sindicatos sozinhos serão incapazes de reverter a situação que se apresenta hoje e cuja tendência é piorar (Freire, 2015).

Outro fator que coloca a ética fora da lista de prioridades é a crise no âmbito empregatício, quando jornalistas são demitidos, às dezenas, de um mercado compacto como o de João Pessoa. O receio de perder o emprego é uma realidade nas redações. E quando a própria sobrevivência está ameaçada, o jornalista deixa de pensar em qualquer conflito ético e se coloca completamente sob a vontade do patrão para tentar garantir sua permanência no emprego.

Uma terceira barreira que impede a introdução de reflexões éticas sobre o fazer jornalístico em João Pessoa é a postura dos empresários do setor de comunicação, que atribuem notas elevadas aos seus veículos de imprensa na questão ética. Esses mesmos empresários não percebem a contradição ao afirmar que não interferem nos conteúdos jornalísticos produzidos nas redações que comandam, mas que seus anunciantes precisam se sentir prestigiados e recebem tratamento diferenciado quando estão em pauta, positiva ou negativa.

A responsabilidade para apontar um novo norte para o jornalismo em João Pessoa não é exclusiva das faculdades. Mas, essas têm um papel muito mais importante do que formar semestralmente novas fornadas de jornalistas e despejá-los num mercado já contaminado por vícios e que se firma como modelo para aqueles que nele ingressam. O enunciado do questionário desta pesquisa que diz “Das coisas que aprendi na Faculdade de Jornalismo, as únicas que foram úteis para o exercício da profissão foram as aulas práticas e mesmo assim com ressalvas, já que as técnicas ensinadas na faculdade são diferentes das exigidas pelo mercado”, recebeu concordância de 50% dos entrevistados, enquanto outros 20% afirmaram ser indiferentes ao tema. Apenas um terço discordou.

As faculdades de jornalismo e o mercado de trabalho parecem dois mundos paralelos que coexistem, eventualmente conflitam, mas nunca se tocam. As academias sabem que o mercado existe e é para melhorá-lo que está em constante aprimoramento e

readequação de seus currículos. O mercado, por sua vez, desconhece as angústias de professores de jornalismo que convivem com estudantes ávidos por receber instruções práticas de como “operar as máquinas” que produzem as notícias e com desprezo pelas teorias, das quais a ética faz parte.

O debate ético é importante para cada grupo de profissionais e, dada à repercussão social do trabalho do jornalista, discutir a ética na profissão torna-se imprescindível. Cornu, ainda em 1994, reconheceu os desafios que o profissional da imprensa enfrenta diariamente, mas afirma que isto não o isenta de sua responsabilidade social. Muitos profissionais da imprensa têm optado pelo modo mais fácil, rápido e lucrativo de fazer jornalismo, se tornando meros transmissores – ou retransmissores – de informações não checadas ou deliberadamente modificadas para satisfazerem a interesses específicos.

Parte dos autores cujos trabalhos são focados na ética jornalística, e que serviram de base para este estudo, se debruça sobre o tema há décadas, a partir da observação das falhas e desvios praticados pela imprensa em todo o mundo. Logo, não é racional defender que estamos vivendo uma crise ética nas redações ou que o fenômeno estudado no mercado jornalístico da capital paraibana é restrito a esta praça. Essa crise, ao que parece, existe desde os tempos de Tobias Peucer, quando ainda em 1690, com o surgimento dos primeiros periódicos, alertava sobre o amor que o escritor destes deveria ter pela verdade e a temeridade do uso dos espaços noticiosos para publicação de assuntos de interesse particular do escritor. A tese de Peucer faz entender que o jornalismo já nasceu sob a observação daqueles que pressentiam o poder da democratização ou da manipulação da informação. E manter-se comprometido com a ética tem sido um dos principais desafios do jornalismo – e dos jornalistas.

Desde a tese de Peucer, a sociedade se organizou em entidades representativas e o próprio Estado se tornou presente por meio de instituições de defesa dos direitos do cidadão. A imprensa não deve funcionar como um organismo independente que comumente usa o interesse público e a liberdade de imprensa para justificar seus próprios abusos. Como lembrou Bucci (2000, p. 32), “discutir ética só faz sentido se significar pôr em questão os padrões de convivência entre as pessoas, individualmente, e de toda a sociedade no que se refere ao trato com a informação de interesse público e com a notícia”. Portanto, exigir que o jornalista passe a se enxergar como corresponsável pela imprensa que se tem e agente ativo na promoção de mudanças necessárias, é responsabilidade de toda a sociedade, por meio das entidades que a representa.

A criação dos conselhos federal e regionais de jornalismo pode representar um marco nesse sentido, ajudando na solução de problemas que vão desde o assédio moral sofrido por profissionais nas redações, passando pela perda de vagas no mercado para estagiários contratados de maneira irregular, até desvios éticos cometidos por jornalistas. “Entendemos que a criação de um conselho resolve parte dos nossos problemas, inclusive quanto aos abusos cometidos por empresas e por profissionais. E não há interferência externa. É jornalista regulando jornalista” (Freire, 2015). Como existem muitos interesses patronais contrários à criação dos conselhos, somente uma grande mobilização social é capaz de fazer com que a lei que os cria seja aprovada. E as universidades podem ter um papel de destaque nessa mobilização.

Em relação à crise do emprego, é difícil prever o que acontecerá com um mercado que vem passando por mudanças severas desde o início dos anos 2000, a partir da popularização da Internet. Mas uma coisa é possível antecipar: o jornalismo jamais será o mesmo do século passado. O jornalista necessita estar *plugado* com as novas ambiências jornalísticas para ser capaz de movimentar-se nesse novo cenário. Familiarizar-se com as tecnologias disponíveis também é fundamental para garantir sua sobrevivência. Um profissional que consiga ficar à vontade nos ambientes digitais e, ao mesmo tempo, seja dono da capacidade de contar uma boa história será mais atraente para o mercado. Tentar descobrir maneiras de trilhar caminhos autônomos, sem depender do empregado ofertado pelos grandes veículos, também passou a ser fundamental.

Além de dedicar mais espaço para as discussões éticas e participar de maneira mais proativa das discussões práticas que envolvem o mercado jornalístico, como os desvios éticos e a luta pela criação dos conselhos da classe, as universidades têm ainda que repensar o tipo de jornalista que estão formando. Não existe nenhuma disciplina que apresente novas possibilidades de fazer jornalismo, com responsabilidade e ética, e que garanta ao mesmo tempo a sobrevivência do profissional. Há décadas, o jornalista é formado para ser empregado e não para empreender.

Se não quiserem assistir ao esvaziamento dos cursos de jornalismo – uma vez que o diploma sequer é exigência para ingressar no mercado – as faculdades de jornalismo precisam deixar sua zona de conforto e entenderem que se o jornalista tem uma responsabilidade social, então quem o forma tem responsabilidade igual ou maior e, portanto, não pode continuar a apontar as falhas à distância. “A proposta de uma nova ética que resgate o pluralismo e o valor verdade a serviço público, reelaborada como construção pedagógica de um novo jornalista contra-hegemônico, é hoje uma proposta necessária e

importante para a sociedade e para o jornalismo” (KUCINSKI, 2005, p. 28).

A maioria dos jornalistas que colaborou com esta pesquisa demonstrou, em algum momento, frustração com o mercado, que falha ao admitir profissionais que atropelam até mesmo princípios legais; e estagiários, que recebem menos e exercem as mesmas funções – com menos competência, naturalmente – que os repórteres e produtores. Também tem uma noção de ética relacionada à moral ou à deontologia e, mesmo esta, é individualizada, em que cada um identifica e aponta as falhas do outro, sendo incapaz de perceber-se como parte dessa engrenagem.

Barbosa Filho (2003) acredita que não existe maneira de falar de ética no jornalismo sem uma reflexão sobre a atitude moral do homem perante a sociedade e perante a vida. Ele avalia que a ética profissional, especialmente a do jornalista, é uma prática, uma atitude, um comportamento. Os que deixam o caminho da ética perdem uma felicidade íntima e passam a vida na angústia de encontrar o retorno para esse caminho. E o retorno, segundo o autor, é sempre doloroso, mas compensador:

“A consciência ética nasce da crise, brota do sofrimento. É na angústia que se corporifica. Nesta situação – que quase sempre é a situação de sempre – é chegada a hora do profissional seguir o conselho socrático e convocar seu “demônio interior”, sondar suas convicções, seus valores, todos os cristais de sua liberdade e, sobremaneira, a liberdade do outro, seus direitos, sua dignidade, para então escolher o caminho a seguir... Que seja o caminho de volta!” (BARBOSA FILHO, 2003, p. 39).

São muitas as especulações sobre o futuro do jornalismo, especialmente no contexto das grandes transformações causadas pelas tecnologias disponíveis (e outras que estão por vir). A exemplo de momentos históricos para o jornalismo, como o surgimento do rádio e, alguns anos depois, da televisão, a Internet também é vista por alguns como “uma ameaça” ao jornalismo enquanto atividade profissional. Todavia, não é a Internet quem ameaça o jornalismo; são os próprios jornalistas. Ao desconsiderar os limites da conduta ética e moral impostos pela própria sociedade – sociedade bastante permissiva, vale lembrar – o jornalista põe a si mesmo em condição de fragilidade e é sua imprescindibilidade que passa a ser questionada. Por isso, Bucci (2000) sentencia:

O critério passa a ser, então, aquilo que cada um julga de si. “Eu sou honesto, e não é uma passagem de avião que vai me corromper!” ou “O importante é o meu caráter” etc. Ora, se é mesmo esse critério que deve valer, jamais serão estabelecidas normas universalizáveis de conduta. Acontece que o jornalismo, sendo função social, e sendo antes de tudo uma ética, é, sim, regido por normas de conduta (BUCCI, 2000, p. 89).

REFERÊNCIAS

ABRAMO, Cláudio. **A Regra do Jogo: O Jornalismo e a Ética do Marceneiro**”, São Paulo, Companhia das Letras, 1988.

ABRAMO, Perseu. **Padrões de manipulação na grande imprensa**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2003.

ALBINATI, Ana Selva Castelo Branco. **As determinações da moralidade na obra de Marx**. (Tese de doutorado). Universidade Federal de Minas Gerais: 2007. Disponível em: <<http://zip.net/bcscwG>>. Acesso em: 2 de agosto de 2015.

ALSINA, Miguel. **A construção da notícia**. Petrópolis: Vozes, 2009.

AQUINO, Santo Tomás de. **Suma de Teología**. Madrid : Biblioteca de Autores Cristianos, 1995. Edição dirigida por los Regentes de Estudios de las Provincias Dominicanas em España.1995.

ARAGÃO, Valdenir Cardoso. **Aspectos da responsabilidade civil objetiva**. In: **Âmbito Jurídico**, Rio Grande, X, n. 47, nov 2007. Disponível em: <http://www.ambito-juridico.com.br/site/?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=2352>. Acesso em 10 de junho 2016.

ARISTÓTELES. **Ética a Nicômaco**. 2. ed. Bauru: Edipro: 2007.

_____. Livro V da **Ética a Nicômaco**. In: Aristóteles. Os pensadores. São Paulo: Nova Cultural, 1996.

AZEREDO, Vânia Dutra de. **Nietzsche e a perspectiva de uma nova ética**. *ethic@ Florianópolis*, v. 8, n. 1 p. 85-101, Jun 2009.

AZZI, Roberta Gurgel. **Desengajamento Moral na Perspectiva da Teoria Social Cognitiva**. Universidade Estadual de Campinas. *Psicologia Ciência e Profissão*, 2011, p. 208-219. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/pcp/v31n2/v31n2a02>, acesso em: 17 de junho de 2016.

BABBIE, Earl. Pesquisa de Survey como métodos das Ciências Sociais. In: Earl Babbie. **Métodos de Pesquisa de Survey**. 2003 3.ed. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

BARBOSA FILHO, Hildeberto. **O giz e a letra** (Ética, jornalismo e comunicação). João Pessoa (PB): Manufatura, 2003.

BASTOS, Helder. **Da crise dos media ao desemprego no jornalismo em Portugal**. *Revista Científica. FiaFam*. Páginas 38-46. 2014. Disponível em: <http://www.revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/232/262>, acesso em 29 de abril de 2016.

BATTESTIN, Cláudia; GHIGGI, Gomercindo. **O princípio responsabilidade de Hans Jonas: um princípio ético para os novos tempos**. *Thaumazein*, Ano III, número 06, Santa

Maria (Outubro de 2010), pp. 69-85. Disponível em <http://migre.me/rPBxe>. Acesso em: 20 de setembro de 2015.

BAUER, Martin W.; AARTS, Bas. A construção do corpus: um princípio para a coleta de dados qualitativos. *In*: Bauer, Martin; Gaskell, George (org.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som. Um manual Prático**. Petrópolis: Vozes, 2002.

BERTRAND, Claude-Jean. **A deontologia das mídias**. Bauru: Edusc, 1999.

BEUREN, Ilse Maria. **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2003.

BITTAR, Eduardo C. B.; ALMEIDA, Guilherme Assis de. **Curso de Filosofia do Direito**. São Paulo: Atlas, 2002.

BOFF, Leonardo. **Ética e Moral: a busca dos fundamentos**. Petrópolis: Vozes, 2003.

BRESOLIN, Keberson. **Kant e Hegel: uma discussão sobre o formalismo**. Intuitio. Porto Alegre. V.1 - No.2 Novembro. 2008. p. 150-170. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/intuitio/article/view/4189/3340>>. Acesso em: 17 de junho de 2015.

BUCCI, Eugênio. **Brasil em tempo de TV**. São Paulo: Boitempo Editorial, 1997.

_____. **Sobre ética e imprensa**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

CALDAS, Graça. **Políticas de Comunicação no Brasil: de Sarney a FHC**. Ensaios e Comunicação, Campo Grande, Uniderp, v.1, n. 1, p. 39-48, abril, 1998.

CARVALHO, José Maurício de. (Org.). **Problemas e teorias da ética contemporânea**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2004.

CHAPARRO, Manuel. **Pragmática do Jornalismo - buscas práticas para uma teoria da ação jornalística**. São Paulo: Summus, 1994,

CHAUÍ, Marilena. **Convite à filosofia**. 13 ed. São Paulo: Ática, 2008.

_____. **Convite à filosofia**. São Paulo: Ática, 2000.

CHIAZZOTTI, A. **Pesquisa em ciências humanas e sociais: evolução e desafios**. Revista Portuguesa de Educação, v. 16, n.2, Universidade de Minho: Braga, 2003.

COMPARATO, Fábio Konder. **Ética: direito, moral e religião no mundo moderno**. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

CORNU, Daniel. **Jornalismo e verdade: para uma ética da informação**. Tradução de Armando Pereira da Silva. Lisboa: Instituto Piaget, 1999.

_____. **Ética da Informação**. Trad. Laureano Pelegrin. Bauru: Edusc, 1998.

COSTA, Beatriz Rezende Marques ; VALENTE, Manoel Adam Lacayo. **Responsabilidade social dos conselhos profissionais**. Consultoria legislativa, 2008. Disponível em: <<http://migre.me/rPBsi>>. Acesso em: 4 de outubro de 2015.

COSTA, Caio Túlio. **Ética, jornalismo e nova mídia: uma moral provisória**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2009.

COUTINHO, Iluska; GOUVÊA, Allan; CARDOSO, Caio. **A história da ética como objeto de estudo em Jornalismo**. Encontro Nacional de História da Mídia, 9º Encontro Nacional de História da Mídia. Ouro Preto, 2013.

COWIE, Neil. Observation. *In*: HEIGHAM, Juanita & CROKER, Robert A. **Qualitative research in Applied Linguistics: a practical introduction**. Great Britain: Palgrave Macmilian, 2009.

CSERNIK, Lucia Maria (Dig.). **Confissões de Santo Agostinho**. 2007. Disponível em: <<http://migre.me/rPAG2>>. Acesso em 29 de junho de 2015.

DEOLINDO, Jacqueline da Silva. **Regras da casa: elementos para uma historiografia do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros**. 9º Encontro Nacional de História das Mídias, 2013. Disponível em: <<http://migre.me/rPBux>>. Acesso em: 28 de jun. de 2015.

DI MATTEO, Vincenzo. **Os Discursos Éticos de Freud**. Estud. psicanal. n.29 Belo Horizonte set. 2006. Disponível em: <<http://www.cbp.org.br/rev2957.htm>>. Acesso em: 6 de agosto de 2015.

DUARTE, Jorge. Assessoria de imprensa no Brasil. *In*: DUARTE, Jorge (Org). **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia: teoria e técnica**. São Paulo: Atlas, 2010, p. 51-76.

_____. Entrevista em profundidade. *In*: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005, p. 62-83.

_____; BARROS, Antonio (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

DUARTE, R. **Entrevistas em pesquisas qualitativas**. Educar, Curitiba, n. 24, p. 213-225, 2004. Editora UFPR

ELLIOTT, Deni. **Jornalismo versus privacidade**. Rio de Janeiro: Nórdica, 1986.

FAUSTO neto, Antônio. **Transformações do jornalismo na sociedade em vias de midiatização**. *In*: FAUSTO NETO, Antônio; FERNANDES, José David Campos (org.). **Interfaces jornalísticas: ambientes, tecnologias e linguagens**. João Pessoa. Editora da UFBP, 2011, p. 17-33.

FERREIRA, Amauri Carlos; PEREIRA, Frei Leonardo Lucas. **A morada da moral no pensamento de Frei Bernardino Leers: a pessoa**. Perspectiva Teológica. Belo Horizonte, Ano 44, Número 122, p. 101-124, Jan/Abr 2012.

FOUCAULT, Michel. **Ditsetécrits** -1954-1988. Vol. IV, 1980-1988. Paris: Gallimard, 1994.

_____. Uma estética da existência. *In*: M. Foucault. **Ditos e escritos**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, p. 264-287, 2010.

FUNARI, Pedro Paulo; PELEGRINI, Sandra C.A. **Patrimônio histórico e cultural**. 2.ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2009.

GADINI, Sérgio Luiz. **Em busca de uma teoria construcionista do jornalismo contemporâneo**: a notícia entre uma forma singular de conhecimento e um mecanismo de construção social da realidade. Revista Famecos. Porto Alegre. n° 33. UEPG: 2007.P.79-88.

GALISSON, R. & COSTE, D. **Dicionário de didática das línguas**. Coimbra: Livraria Almedina, 1983.

GERALD, J. Edward. **A responsabilidade social da imprensa**. São Paulo. O Cruzeiro, 1962.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GOMES, Pedro G. **Comunicação Social: filosofia, ética, política**. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 1997.

GOMES, Mayra Rodrigues. **Ética e jornalismo**: uma cartografia dos valores. São Paulo: Escrituras Editora, 2002.

GOMIS, Lorenzo. **Do importante ao interessante**. Ensaio sobre critérios para a noticiabilidade no jornalismo. Pauta Geral. Revista de Jornalismo. Salvador: Calandra, Ano 9, n.4, 2002, pp.225-258.

GONDIM, Elnora. **Karl-Otto Apel e o novo transcendental**: um esboço. A Parte Rei 67. Enero 2010. Disponível em: <<http://migre.me/rPAVg>>. Acesso em: 30 de setembro de 2015.

GOODWIN, Eugene. **Procura-se ética no jornalismo**. São Paulo: Nórdica, 1993.

GRAMSCI, Antonio. **Concepção dialética da história**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.

HABERMAS, Jürgen. **Consciência Moral e agir comunicativo**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro. 1989.

HELFERICH, Christoph. **História da Filosofia**. São Paulo: Martins Fontes, 2006.
História da Filosofia Ocidental. Rio de Janeiro: Cia. Editora Nacional, 1977.

HÖFFE, Otfried. **Aristóteles**. Porto Alegre: Artmed, 2008.

JACOMINO, Darlen. **Você é um profissional ético?** Revista Você S/A, ed. 25, ano 3, p. 28-36, São Paulo: jul., 2000.

JONAS, Hans. **O princípio da responsabilidade:** ensaio de uma ética para uma civilização tecnológica. Rio de Janeiro: PUC Rio, 2006.

JUNQUEIRA, Camila; COELHO JUNIOR, Nelson Ernesto. **Considerações acerca da Ética e da Consciência Moral nas obras de Freud, Klein, Hartmann e Lacan.** Psychê, vol. IX, núm. 15, janeiro-junho, 2005, p. 105-124. Universidade São Marcos. São Paulo, Brasil. Disponível em: <http://zip.net/blsbQN>

KANT, Immanuel. **Fundamentação da Metafísica dos Costumes.** Trad. Paulo Quintela. Lisboa /Portugal: Edições 70, Ed. 972, 2007.

KARAM, Francisco José Castilhos. **A ética jornalística e interesse público.** São Paulo: Summus, 2004.

_____. **Jornalismo, ética e liberdade.** São Paulo: Summus, 1997.

KUCINSKI, Bernardo. **A síndrome da antena parabólica:** ética no jornalismo brasileiro. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 1998.

_____. **Jornalismo na era virtual.** Ensaio sobre o colapso da razão ética. São Paulo: Editora Unesp, 2005.

LAUAND S, Jean. **Tomás de Aquino e os Pecados Capitais.** CEMOrOc - Centro de Estudos Medievais - Oriente & Ocidente. Universidade de São Paulo, 2001. Disponível em: <<http://migre.me/rPBKI>>. Acesso em: 25 de junho de 2015.

LIMA, Venício A. de.; CAPPARELLI, Sérgio. **Comunicação e televisão:** desafios da pós-globalização. São Paulo: Hacker Editores, 2004.

LISBOA, Lázaro Plácido et al.. **Ética Geral e Profissional e Contabilidade.** São Paulo: Atlas, 1997.

LÜDKE, Menga e ANDRÉ, Marli E.D.A. **Pesquisa em educação:** abordagens qualitativas. São Paulo: EPU, 1986.

MAHARIDGE, Dale. **Quando o jornalista se torna descartável.** Tradução de Jo Amado. Observatório da Imprensa. 2016. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/quando-o-jornalista-se-torna-descartavel/>, acesso em 30 de maio de 2016.

MALCOLM, Janet. **O jornalista e o assassino:** uma questão de ética; tradução Tomás Rosa Bueno. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

MAQUIAVEL, Nicolau. **O príncipe.** Trad. Maurício Santana Dias. São Paulo: Penguin Classics Companhia das Letras, 2010.

MARCONDES FILHO, Ciro. **A saga dos cães perdidos**. São Paulo: Hacker Editores, 2000.

_____. **O capital da notícia**. São Paulo: Ática, 1986.

MARCONDES, Danilo. **Desfazendo mitos sobre a pragmática**. ALCEU - v.1 - n.1 - pag. 38 a 46 - jul/dez 2000. Disponível em: <http://zip.net/bwsb5t>

MARCONI, Maria de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa**. 3. Ed. São Paulo: Atlas, 1999.

MARSHALL, Leandro. **O jornalismo na era da publicidade**. São Paulo: Summus, 2003.

MARTINS, Rosilda Baron. **Metodologia científica**: como tornar mais agradável a elaboração de trabalhos acadêmicos. Curitiba: Juruá, 2005.

McGARRY, K. **Aspectos éticos e profissionais da informação**. In: O contexto dinâmico da informação. Brasília: Briquet Lemos, 1999.

MEDINA, Cremilda. **A arte de tecer o presente**. Narrativa e cotidiano. São Paulo: Summus, 2003.

_____. **O signo da relação**: comunicação e pedagogia dos afetos. São Paulo: Paulus, 2006.

MELLO, Celso Antonio Bandeira de. **Curso de direito administrativo**. 20 ed. São Paulo: Malheiros editores, 2006.

MENDONÇA, Dina. **Emotivismo**. Dicionário de filosofia moral e política. Instituto de Filosofia da Linguagem. Disponível em: <<http://zip.net/bwsb5F>>. Acesso em: 10 de outubro de 2015.

MIFSUD, Tony. **Moral fundamental**: el discernimiento Cristiano, Vol. 1. CELAM, Bogotá, 2002, p. 106.

MINAYO, Maria Cecília de Souza (Org.). **Avaliação por triangulação de métodos**: abordagem de programas sociais. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2005.

_____. **Pesquisa social**: teoria, método e criatividade. Petrópolis: Vozes, 2001

MONDIN, Battista. **O homem quem é ele?** Elementos de antropologia filosófica. São Paulo: Paulinas, 1980.

MORAVACSIK, Julius. **Platão e Platonismo**: aparência e realidade na ontologia, na epistemologia e na ética. São Paulo: Loyola. 2006.

MOREIRA, Daniel Augusto. **O método fenomenológico na pesquisa**. São Paulo: Pioneira Thompson, 2002.

MORETZSOHN, Sylvia. **A velocidade como fetiche** – o discurso jornalístico na era do "tempo real". Universidade Federal Fluminense (tese de mestrado, 2000).

MORGAN, Gareth. **Imagens da organização**. Trad. Cecília Wiltaker Bergamini; Roberto Coda. São Paulo: Atlas, 1996.

MORRISON, Wayne. **Filosofia do direito: dos gregos ao pós-modernismo**. São Paulo: Martins Fontes, 2006.

MOTTA, Nair de Souza. **Ética e vida profissional**. Rio de Janeiro: Âmbito Cultural, 1984.

NIETZSCHE, Friedrich. **Genealogia da Moral: uma polêmica**. Tradução, notas e posfácio Paulo César de Souza. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

_____. **O anticristo e Dítirambos de Dionísio**. Tradução, notas e posfácio Paulo César de Souza. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

_____. **Obras incompletas**. São Paulo: Nova Cultural, 1999

NOVAES, Washington. **“Ética e informação”**. in Cláudia Macedo, Ângela Falcão e Candido José Mendes de Almeida. TV ao vivo - depoimentos. Rio de Janeiro, Brasiliense, 1988.

NOVELLI, Ana Lucia Romero. Pesquisa de opinião. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

OLIVEIRA, Almir Almeida de. **Observação e entrevista em pesquisa qualitativa**. Revista FACEVV. Vila Velha. Número 4. Jan./Jun. 2010, p. 22-27

PASSOS, Elizete. **Ética nas organizações**. São Paulo: Atlas, 2006.

PEGORARO, Olinto. **Ética dos maiores mestres através da história**. Petrópolis: Vozes. 2006.

PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2008.

PEREIRA, Fábio Henrique; Neves, Laura Maria. **A entrevista de pesquisa com jornalistas: algumas estratégias metodológicas**. Intexto, Porto Alegre, UFRGS, n.29, p. 35-50, dez. 2013.

PEUCER, Tobias. **Os relatos jornalísticos**. Trad. do original em latim (“*De relationibus novellis*” – Leipzig, Alemanha, 1690) por Paulo da Rocha Dias, com introdução do tradutor. Comunicação & Sociedade. São Bernardo do Campo: PósCom-Umesp, n. 33, p. 199-214, 1º. sem. 2000.

PLATÃO. **A República**. São Paulo. Martin Claret. 2000.

PRADO, Emílio. **Estrutura da Informação Radiofônica**. São Paulo. Summus Editorial, 1985.

QUEIROZ, Caio Cardoso de; COUTINHO, Iluska Maria da Silva. **Entre o dito e o silenciado**: os códigos de ética e bom jornalismo. In: II Encontro Nacional de Jovens Pesquisadores, Curitiba, 2012.

REALE, Giovanni; ANTISERI, Dário. **História da Filosofia: Antiguidade e Idade Média**. São Paulo: Paulus, 1990.

RIBEIRO, Elisa. A perspectiva da entrevista na investigação qualitativa. *In*: RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa Social: métodos e técnicas**. São Paulo: Atlas, 1999.

ROMANELLI, G. **A entrevista antropológica**: troca e alteridade. Revista do Programa de Pós-Graduação em Psicologia da Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Ribeirão Preto, Ribeirão Preto, p. 119-133, 1998.

ROUSSEAU, Jean-Jacques. **Discurso sobre a origem e os fundamentos da desigualdade entre os homens**. In: *Rousseau*. São Paulo: Abril Cultural, 1978.)

RUSSELL, Bertrand. **A Filosofia entre a Religião e a Ciência**, in Russell, Bertrand.

SÁNCHEZ-VÁSQUEZ, Adolfo. **Ética**. 12. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1969.

SANTOS, M. F. dos. **Dicionário de Filosofia e Ciências Culturais**. 3. ed., São Paulo, Matese, 1965.

SARTRE, J. P. **O existencialismo é um humanismo**. Os pensadores. São Paulo: Abril Cultural, 1987.

SCARIOT, Juliane. **Moore, George Edward**. Principia ethica. Conjectura, Caxias do Sul, v. 17, n. 1, p. 234-237, jan./abr. 2012.

SPINOZA, Baruch de. **Ética demonstrada segun el orden geometrico**. México: Fondo de Cultura Económica, 1985.

STUMPF, Ida Regina C. Pesquisa bibliográfica. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

TOMASI, Neusi Garcia Segura; YAMAMOTO, Rita Miako. **Metodologia da pesquisa em saúde**: fundamentos essenciais. Curitiba: as autoras, 1999.

TORRES, Cleyton Carlos. **A crise do jornalismo e a crise dos jornalistas**. Observatório da Imprensa. 2013. Disponível em: http://observatoriodaimprensa.com.br/jornal-de-debates/_ed751_a_crise_do_jornalismo_e_a_crise_dos_jornalistas/

TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo: Unisinos, 2001.

_____. A cultura noticiosa. *In*: **O que é jornalismo**. Lisboa: Quimera, 2002.

_____. **Teorias do Jornalismo:** porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 3. Ed. Ver. 2012.

VARELA, Dinarte. **O jornalista pensa a profissão:** trabalho e relações de poder. In: Fausto Neto, Antônio; Fernandes, José David Campos (org.). Interfaces jornalísticas: ambientes, tecnologias e linguagens. João Pessoa. Editora da UFBP, 2011, p. 57-67.

VAZ, Henrique Cláudio de Lima. **Escrito de Filosofia IV:** Introdução à Ética Filosófica1. São Paulo: Loyola, 2006.

ZANELLI, J. C.; BORGES-ANDRADE, J. E.; BASTOS, A. V. B. **Psicologia, Organizações e Trabalho no Brasil.** Porto Alegre: Artmed, 2004.

APÊNDICE A



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTE
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Eu me chamo Wanja Nóbrega, sou mestranda em Jornalismo Profissional pela Universidade Federal da Paraíba e estou realizando uma pesquisa com jornalistas ativos no mercado de trabalho de João Pessoa. Sua participação é muito valiosa para o estudo em curso, que procura entender o que pensa sobre seus colegas, suas práticas profissionais e o mercado. Esta é uma pesquisa acadêmica e não tem fins comerciais. Suas respostas são confidenciais e não serão identificadas após o preenchimento do questionário e os resultados serão utilizados exclusivamente para fins acadêmicos.

Perfil do respondente

P1 – Idade

- 20 a 29 anos 30 a 39 anos 40 a 49 anos
 50 a 59 anos mais de 60 anos

P2 – Gênero

- Masculino Feminino

P3 – Estado civil

- Solteiro Casado Divorciado Viúvo

P4 – Bairro em que reside

P5 – Tempo exerce a profissão de jornalista?

- Menos de um ano
 1 a 5 anos
 6 a 10 anos
 11 a 19 anos
 Mais de 20 anos

P6- Possui formação superior?

- Sim Não

P7 – Caso tenha respondido SIM na questão anterior, em qual área?

- Jornalismo
 Rádio/TV
 Relações Públicas
 Publicidade e Propaganda
 Outro. Qual? _____

P8 – No momento, está empregado?

- Sim, tenho um emprego Sim, tenho mais de um emprego
 Não, estou desempregado Não, sou autônomo ou freelancer
-

P9 – Você já leu algum código de ética?

- Sim Não

P10 – Você já participou de alguma discussão sobre ética depois que saiu da faculdade?

- Sim Não

P11 – Você já recebeu recomendações diretas da empresa onde trabalha sobre qual linha editorial assumir em suas matérias?

- Sim, recebi orientação direta
 Não, me adequiei ao veículo a partir de observações próprias

P12 – Você já foi obrigado a agir em desacordo com suas convicções pessoais e/ou profissionais para atender aos interesses da empresa onde trabalha?

- Sim Não

P13 – Caso a resposta tenha sido “sim”, numa escala de 0 a 5, o quanto isso lhe incomodou?

- 0 1 2 3 4 5
-

P14 – Você acredita que temos, hoje, a imprensa que precisamos?

- Sim Não

P15 – Em poucas palavras, o que é ética para você?

A partir de agora, indique o seu grau de concordância ou discordância em relação às afirmações apresentadas a seguir, conforme a indicação abaixo. Lembrando que todas as perguntas são relativas aos jornalistas que atuam em João Pessoa, sendo a este mercado profissional ao qual nos referimos:

- (1) Concordo plenamente
- (2) Concordo
- (3) Nem concordo, nem discordo
- (4) Discordo
- (5) Discordo totalmente

1- () Das coisas que aprendi na Faculdade de Jornalismo, as únicas que foram úteis para o exercício da profissão foram as aulas práticas e mesmo assim com ressalvas, já que as técnicas ensinadas na faculdade são diferentes das exigidas pelo mercado.

2- () Nunca li nenhum livro sobre ética, pois acredito que os teóricos gastam seu tempo observando o mercado apenas para fazer críticas àquilo que estamos fazendo diariamente e se estivessem em nosso lugar fariam o mesmo.

3- () Usar a ética ou códigos de ética para limitar a atividade jornalística é o mesmo que tentar limitar a liberdade de imprensa. O jornalista deve divulgar aquilo que considera importante, de acordo com sua consciência, sem se autocensurar.

4- () Os jornalistas formam uma categoria profissional unida, em que cada um contribui com o outro, por meio da troca de informações, para garantir a divulgação das notícias, tendo sempre o interesse público como prioridade.

5- () Os jornalistas competem entre si para conseguirem se destacar no mercado profissional, valorizando os erros cometidos pelos colegas, usando para tanto os veículos onde atuam, transformando a busca por audiência numa verdadeira guerra, onde vale qualquer artifício para vencer a concorrência, inclusive ataques pessoais contra colegas.

6- () Não existe nenhum conflito ético no fato de um mesmo profissional trabalhar em um órgão público e em um veículo de comunicação. Na verdade, as atividades acabam se complementando.

7- () É comum jornalistas usarem sua profissão para conseguirem vantagens, como acesso gratuito a shows e outros eventos, evitar filas em bancos, ganharem brindes de empresas, etc.

8- () Os jornalistas têm tanta estima pelas suas opiniões que não se omitem em expressá-las, mesmo quando podem estar julgando precipitadamente um indivíduo ou uma instituição, sem se preocuparem com o prejuízo que isto pode causar à imagem de tal indivíduo ou instituição.

9- () O jornalista é comumente cortejado por pessoas com poder econômico, social ou político e acaba se deslumbrando com essas relações e esquecem a função social, mediadora e educadora da profissão.

10- () O jornalista se coloca acima do cidadão comum, pois sabe que sempre terá como defesa o discurso de que calá-lo é atentar contra a liberdade de imprensa.

11- () Você usa depoimentos de fontes oficiais, sem se preocupar em contrapô-las, uma vez que esta responsabilidade cabe à própria fonte, que deve ser responsável por aquilo que diz em entrevistas?

12- () Muitos jornalistas fazem carreira apresentando ao público opiniões que não são legítimas, apenas para satisfazer ao clamor popular e, assim, conseguirem projeção pessoal, que redundará em alguma forma de lucro.

13- () Na busca pela audiência, os jornalistas transpõem os limites éticos e até legais, uma

vez que divulgam nomes e imagens de vítimas de estupro, de menores infratores e apresentam suspeitos de crimes como se estes já fossem condenados.

14-() A velocidade com a qual os jornalistas são obrigados a produzirem suas matérias faz com que as notícias sejam publicadas sem que as informações sejam checadas. Ou seja, a rapidez é mais valorizada do que a preocupação com a veracidade dos fatos.

15-() Para obter audiência rápida e fácil, o jornalista deixa de lado as notícias que são de interesse público para satisfazer a curiosidade perversa do público, por isso existem tantos programas e noticiários com a temática policial.

16-() O público hoje não é mais tão crédulo e não acredita em tudo que os jornalistas publicam, muitas vezes desmentindo-os nas redes sociais.

17-() É legítimo usar o interesse do público como justificativa para divulgação de notícias escritas em linguagem vulgar, com imagens de mau gosto (nudez, sangue, bizarrices).

18-() O jornalismo vem sofrendo mudanças na produção de notícias por que o público não tem interesse em ver ou ler nada em profundidade. Ou seja, o mercado está dando aquilo que o público quer.

19-() O mercado jornalístico está em transformação e quando este processo for concluído teremos uma imprensa mais comprometida com sua responsabilidade social.

20-() De maneira geral, como você se sente em relação à ética dos jornalistas no mercado jornalístico de João Pessoa?

21-() De maneira geral, estou satisfeito em relação à ética dos jornalistas no mercado jornalístico de João Pessoa?

22-() Os jornalistas pessoenses usam depoimentos de fontes oficiais, sem se preocuparem em contrapô-las, uma vez que esta responsabilidade cabe à própria fonte, que deve ser responsável por aquilo que diz em entrevistas.

APÊNDICE B



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTE
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

SOLICITAÇÃO DE INFORMAÇÃO

Sou **Wanja Nóbrega Cavalcante Gonçalves**, acadêmica do Mestrado Profissional em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba. Um dos capítulos de minha dissertação é sobre a composição do mercado de trabalho para jornalistas em João Pessoa. Por isso, é de vital importância para minha pesquisa que sejam repassadas as informações solicitadas abaixo. De antemão esclareço que as informações solicitadas serão usadas exclusivamente para fins acadêmicos.

Nome da empresa ou instituição.

Quantos jornalistas essa empresa ou instituição emprega?

Qual o menor salário pago a um jornalista por essa empresa ou instituição?

Qual o maior salário pago a um jornalista por essa empresa ou instituição?

Responsável pelas informações.

APÊNDICE C

CAVALCANTI, Roberto. Presidente do Sistema Correio de Comunicação. Entrevista concedida a Wanja Nóbrega. João Pessoa, 21 out. 2015.

1-Quantos e quais veículos compõem o Sistema Correio de Comunicação em João Pessoa?

São seis: TV Correio, RCTV (Canal fechado da NET), Rádio 98 FM, jornal Correio da Paraíba, jornal Já e Portal Correio.

2-Quantos jornalistas estão empregados para produzir os conteúdos jornalísticos desses veículos?

109 jornalistas.

3-Qual o maior e o menor salário pago a um jornalista do Sistema Correio de Comunicação, em João Pessoa?

O maior é R\$ 11.718,40 e o menor R\$ 1.426,54.

1-Investir no setor de comunicação foi um ato planejado ou consequência de outras ações empresariais?

O *start* surgiu de forma inesperada. Há 35 anos fomos acionados por um governador do Estado, que assistindo a uma empresa de comunicação prestes a ficar insolvente e preocupado com a manutenção das atividades da empresa e a preservação dos empregos, nos procurou empresarialmente – haja vista que não estávamos ligados à área de comunicação – para que nos interessássemos em adquirir essa empresa e soerguê-la. Foi fruto de um relativo acaso. Éramos empresários e estávamos acessíveis a abraçar uma diversificação.

2-Do pronto de vista empresarial, o jornalismo é um negócio lucrativo?

Não. Diretamente o jornalismo não é um negócio lucrativo; ele pode se transformar em um negócio lucrativo se, na verdade, for bem utilizado, no sentido de captar outros negócios. Mas em si, é uma atividade extremamente difícil.

3-O senhor tem envolvimento direto na linha editorial adotada pelos veículos que compõem a empresa?

Não. Aqui há uma profissionalização total, integral e absoluta. Eu respeito o jornalismo de uma forma constante. A origem genética disso vem da fundação do Sistema Correio, por pessoas de extrema idoneidade, de extremo avanço mental, que foram, entre outros, o ex-deputado Teotônio Neto, o ex-professor Afonso Pereira e um literato chamado Ascendino Leite. Eles tiveram a ideia de formar uma empresa de comunicação, que foi o jornal Correio. Essa origem pura, ideologicamente isenta, fez com que o DNA do Sistema Correio fosse preservado com profundo respeito ao jornalismo.

4-O senhor tem envolvimento direto na contratação dos jornalistas?

Não diretamente. A empresa é segmentada e cada profissional contratado atende a necessidade de cada gestor desses segmentos. Por exemplo, se você quer ser colunista do jornal Correio, tem que falar com a editora-chefe do jornal, Soni Lacerda; se você quer trabalhar como repórter da televisão, vai procurar Carla Vizani, que é diretora de televisão.

Isso não significa que eu não possa sinalizar que algum profissional que conheci, eventualmente, mereça ser capturado pela empresa e passe a ser parte de seus quadros.

5-O senhor já determinou que alguém ou alguma instituição não fosse mencionada em matérias divulgadas pelas empresas?

Não existe esse veto. O que existe é uma compreensão de parceria e um aguçamento de rivalidades. Se você sabe que tem um determinado cliente, anunciante, esse anunciante, automaticamente, tem que ter um tratamento condigno para que se sinta respeitado. O respeito não significa que ele não vá ser citado em alguma matéria. Notícia é notícia. Se cair um avião, independente da companhia aérea, vai ser noticiado que caiu um avião da companhia tal. Se acontecer a interdição de uma empresa, isso será notícia, ela sendo anunciante ou não. Porém, é falso dizer que não vai se ter um cuidado especial com entidades que ao longo de sua história exige um maior respeito. Da mesma forma que existiram incidentes com políticos que fazem com que não tenham atenção dos veículos da casa. Um exemplo disso foi o assassinato do jornalista Paulo Brandão, no qual a Polícia Federal identificou e denunciou o ex-governador Wilson Braga. A partir desse momento, a Família Correio, tendo em vista ter sido atentada pela perda de um familiar, que era diretor-fundador do Correio da Paraíba, Paulo Brandão, passou a encarar esse cidadão como não merecedor de atenções por parte do Sistema Correio.

6-Algum de seus editores ou diretor de jornalismo já se contrapôs a uma orientação sua, argumentando em contrário? O senhor já voltou atrás em alguma decisão com base nesses argumentos?

Sempre. O nosso modelo é de extrema simplicidade, de extrema permeabilidade. Os gestores do Sistema Correio têm que entender a forma de pensar das pessoas que fazem o grupo empresarial e o grande diferencial nosso é ouvir a base, o sentimento de cada um. Há uma camaradagem pelos corredores, há um afago pessoal ao cruzarmos uns com os outros. E esta informalidade gera um profissionalismo amigo. Todos são tratados como profissionais, mas há entendimento, uma parceria.

7-O senhor acredita que seus editores têm liberdade para planejarem as coberturas jornalísticas de acordo com o que reza a boa prática da profissão?

Sim. Cada editor tem total liberdade para planejar e executar aquilo que é melhor para o Sistema.

8-O senhor acredita que os salários recebidos pelos jornalistas que trabalham no Sistema Tambaú são condizentes com a função que ocupam?

Não, não são, porque infelizmente a economia paraibana não permite. Nós participamos com 1% do PIB brasileiro, que está em queda. Mas, mesmo quando o PIB está ascendente não saímos desse 1%. Na verdade, temos que fazer milagre, tirar leite de pedra, para poder manter as empresas com equilíbrio financeiro. Essa dificuldade financeira, automaticamente, repercute no nível salarial dos profissionais.

9-Como o senhor age quando percebe que algum jornalista faz acordo com fontes que pagam “por fora” para serem promovidos nos veículos da casa?

É inegável que esse é procedimento inerente às empresas de comunicação. O Sistema Correio tem evoluído positivamente neste sentido. Pessoalmente, até já escrevi sobre isso, mostrando que estamos cada vez mais intolerantes com isso. Mas há dentro de nossos quadros uma consciência de que o caminho é via empresa. Além disso, é muito fácil perceber quando as matérias estão calçadas por interesses que não são interesses

jornalísticos. É mais fácil conscientizar o jornalista sobre isso, porque a fonte vai sempre querer comprar sem passar pelo caixa.

10-Em relação à ética jornalística da empresa, atribua uma nota de zero a dez e justifique.

Nove. Tiro um ponto em função dos erros que comentemos pela impulsividade, por não sermos infalíveis. Dar dez seria falso. Tiro um ponto pelos erros, muitas vezes intencionais, porque muitas vezes agimos intencionalmente de alguma forma, por isso tiro esse ponto.

11-Gostaria que o senhor comentasse a expressão: “Não existe liberdade de imprensa, e sim liberdade de empresa”.

Sugere muitas interpretações. O país vive uma grande liberdade de imprensa, haja vista as críticas ao Governo Federal. Há uma evolução positiva neste ponto. De 64 para cá, estamos vivendo o momento mais esplendoroso da liberdade de imprensa. Liberdade de empresa é muito relativo, porque toda empresa tem disciplinamento, tem normas.

12- Para o senhor, o que é ética jornalística?

É uma coisa ligada ao seu comportamento pessoal, que transpõe para seu comportamento profissional. Se você é ético pessoalmente, será ético profissionalmente. E ética da empresa é a soma da ética de seus profissionais

13- O Sistema Correio de Comunicação já foi processado por alguém que se sentiu ofendido por alguma matéria publicada?

Sem dúvida. Isso aconteceu cotidianamente. Nós comentemos erros.

14- Dos produtos jornalísticos do Sistema Correio de Comunicação, qual provoca mais demanda ao Departamento Jurídico da empresa por ferir algum princípio jornalístico?

O jornal impresso, porque o objeto de ofensa está ali, nas mãos, podendo ser lido e relido várias vezes, é material. Além disso, no impresso tem colunistas que opinam e acabam contrariando interesses e as pessoas não diferenciam uma matéria de uma coluna de opinião. E quem mais ofende é o jornal, razão pela qual eu continuo acreditando muito na mídia impressa.

APÊNDICE D

LIMA,Guilherme. Superintendente do Sistema Paraíba de Comunicação. Entrevista concedida a Wanja Nóbrega. João Pessoa, 22 out. 2015.

1-Quantos e quais veículos compõem o Sistema Correio de Comunicação em João Pessoa?

São quatro: TV Cabo Branco, Rádio CBN, Jornal da Paraíba, Portal G1

2-Quantos jornalistas estão empregados para produzir os conteúdos jornalísticos desses veículos?

São 119 jornalistas para atender a todos os veículos.

3-Qual o maior e o menor salário pago a um jornalista do Sistema Correio de Comunicação, em João Pessoa?

Os salários variam de R\$ 2.000,00 a R\$ 10.000,00.

4-Investir no setor de comunicação foi um ato planejado ou consequência de outras ações empresariais?

Foi um investimento planejado, pensado e feito com bastante critério. Investir em comunicação sempre fez parte do projeto do Grupo São Braz.

5-Do pronto de vista empresarial, o jornalismo é um negócio lucrativo?

É um bom negócio, sim, tanto que a TV Cabo Branco, TV Paraíba, Rádio CBN, todas vivem basicamente do jornalismo. O grande produto é o jornalismo. O jornalismo hoje é mais complicado no impresso, por força das mudanças que tiveram vez na sociedade, implicando na redução significativa de leitores. As novas gerações não leem jornal. E estou me referindo a pessoas até com 50 anos, não leem mais. Na minha época, jornal era disputado à tapa. Mas as pessoas se informam hoje pelos produtos digitais, que competem diretamente com o impresso. Mas o jornalismo ainda é um excelente negócio. Os principais produtos da própria Rede Globo são jornalísticos, com destaque inclusive para os esportivos.

6-O senhor tem envolvimento direto na linha editorial adotada pelos veículos que compõem a empresa?

Como superintendente eu tenho envolvimento com a linha editorial. Mas meu envolvimento não é dizer no dia a dia o que é ou não divulgado. O meu envolvimento se dá para definir os conceitos editoriais que nós utilizamos.

7-O senhor tem envolvimento direto na contratação dos jornalistas?

A palavra final acaba sendo minha, mas não tenho envolvimento na escolha dos profissionais. Deixo isso para os chefes de redação, que são capazes de analisar as qualidades técnicas do profissional pretendente à vaga.

8-O senhor já determinou que alguém ou alguma instituição não fosse mencionada em matérias divulgadas pelas empresas?

Não. Jornalismo e comercial não andam juntos no Sistema Paraíba. O fato de uma empresa ou instituição ser anunciante da empresa não lhe dá privilégios no lado editorial. Se se envolver em alguma notícia negativa de interesse público, será divulgado. O comercial não tem voz dentro do jornalismo. E vice-versa. O jornalismo não tem voz no comercial. Nossa

linha editorial é muito clara. Se é de interesse da população, será dado. Evidentemente que o grupo tem interesses institucionais e queremos ter bom relacionamento com os poderes instituídos. Não criamos confusão por conta de nada. As notícias são bem pesquisadas para haver segurança naquilo que publicamos.

9-O senhor acredita que seus editores têm liberdade para planejarem as coberturas jornalísticas de acordo com o que reza a boa prática da profissão?

Temos aqui redação da televisão, do jornal, do G1, do Portal do Jornal da Paraíba e temos a redação das rádios. Todas são independentes entre si. Cada uma tem um comando e cada editor é que cuida do dia-a-dia, que determina as pautas, as notícias. Isso é feito com independência. Eu não vou às redações para saber o que vai ser publicado ou não. As coisas correm naturalmente, cada um com suas responsabilidades. E sabem também que os limites são determinados pelos limites de segurança que qualquer notícia precisa ter antes de ser publicada. E acredito que o único sistema que funciona assim é o nosso.

10-O senhor acredita que os salários recebidos pelos jornalistas que trabalham no Sistema Tambaú são condizentes com a função que ocupam?

São, acho que sim. São pagos de acordo com o mercado da Paraíba. Não se pode comparar com os salários do Rio de Janeiro ou São Paulo, que são mercados que têm outra dimensão. Mas dentro da realidade do mercado da Paraíba nós somos os que pagamos melhor. Não temos estrelas, não existe esse conceito aqui, como ocorre com outros veículos, que pagam um salário exagerado para um determinado profissional e o resto ganha o piso. Nós temos uma escola, onde tem alguns que ganham mais, mas é uma coisa sem extravagância, nada que estabeleça uma diferença muito grande entre o maior e menor salário.

11-Como o senhor age quando percebe que algum jornalista faz acordo com fontes que pagam “por fora” para serem promovidos nos veículos da casa?

O Código de Conduta da empresa aborda a questão do jornalista ter mais de um emprego. Evidentemente, não é proibido. Mas as pessoas que ocupam posição de liderança ou chefia não podem, precisam ter dedicação exclusiva. Os profissionais que não ocupam cargo de chefia podem ocupar outra função, mas precisam avisar para que a gente consiga controlar. É possível que ocorra uma situação como essa. Já pode ter acontecido. Mas somos eternamente vigilantes. Como percebemos isso tomamos as medidas cabíveis. A cultura do toco não é instituída pelo Sistema Paraíba porque o próprio sistema não se vale desse artifício para pagar os salários dos funcionários através de assessorias. Cem por cento dos salários dos funcionários é pago pela empresa. Não existe pagar parte dos salários.

12-Em relação à ética jornalística da empresa, atribua uma nota de zero a dez e justifique.

Eu atribuo dez tranquilamente. Nós somos muito transparentes, não temo posição política, os donos não são políticos, não querem ser políticos, de modo que as atividades não visam obter benefícios lá na frente pela combinação com políticos.

13-Gostaria que o senhor comentasse a expressão: “Não existe liberdade de imprensa, e sim liberdade de empresa”.

Esses chavões sobre o qual se comenta, são frases de efeito. Acho que a liberdade, seja ela qual for, tem limites. As empresas têm interesses, evidentemente, obrigações, vivem dentro de uma sociedade que tem suas idiossincrasias e ela está sujeita a determinadas pressões. Ela tem que administrar essas questões todas. Nenhum interesse em bater diretamente com

o Governo, que é um núcleo com um grande poder nas mãos. Então a empresa procura atuar mantendo boa relação institucional com as forças que compõem a sociedade. Claro que isso não significa que ela se vergue a esses poderes ou que não tem problemas. Então a liberdade que a empresa dá à imprensa é uma liberdade com responsabilidade e com vigilância também. A democracia exige uma eterna vigilância. Liberdade não pode ser cada um fazendo o que quer, porque isso seria uma grande confusão. O preço da liberdade é a eterna vigilância, para coibir os excessos, coibir os interesses próprios. No meio jornalístico há interesses que podem conduzir o noticiário para que atenda a determinadas solicitações, então precisamos vigiar isso muito bem. A liberdade é vigiada, cobrada.

14- Para o senhor, o que é ética jornalística?

A ética jornalística é semelhante ao caráter. Ou a pessoa tem ou não tem. Não dá para ter mais ou menos. Ou se é íntegro ou não. A ética é prima-irmã do caráter. Exercer seu trabalho com honestidade, seriedade e transparência.

15- O Sistema Paraíba já foi processado por alguém que se sentiu ofendido por alguma matéria publicada?

Já. As empresas de comunicação têm uma visibilidade muito grande. Qualquer deslize, qualquer erro, mesmo que inadvertidamente, muitas vezes dando origem a um processo judicial.

16- Dos produtos jornalísticos do Sistema Paraíba, qual provoca mais demanda ao Departamento Jurídico da empresa por ferir algum princípio jornalístico?

O Jornal da Paraíba. O impresso dá mais trabalho por ser um documento escrito, que a pessoa lê, reler e muitas vezes o jornal aborda com mais profundidade. Quem é mais demandado é o impresso, até por pequenos deslizes, por ter mais opinião, o que aumenta o risco. As pessoas não entendem que os colunistas emitem suas opiniões pessoais e não necessariamente a opinião da empresa.

APÊNDICE E

KIRILAUSKAS, Henrique. Superintendente do Sistema Tambaú de Comunicação. Entrevista concedida a Wanja Nóbrega. João Pessoa. 20 out. 2015.

1-Quantos e quais veículos compõem o Sistema Tambaú de Comunicação em João Pessoa?

São três: TV Tambaú, Nova Tambaú FM e Portal Tambau247.

2-Quantos jornalistas estão empregados para produzir os conteúdos jornalísticos desses veículos?

São 23 jornalistas.

3-Qual o maior e o menor salário pago a um jornalista do Sistema Tambaú de Comunicação, em João Pessoa?

O menor é R\$ 1.700,00, para quem está iniciando, e o maior é R\$ 10.000,00, para quem ocupa cargo de chefia ou recebe participação comercial.

4-Investir no setor de comunicação foi um ato planejado ou consequência de outras ações empresariais?

O Grupo Marquise, dono do Sistema Também de Comunicação, começou a investir na Paraíba há 35 anos, como construtora, tendo sua marca em várias partes da cidade. Em 1995 surgiu a oportunidade de concessão para a primeira emissora de TV de João Pessoa e o Grupo Marquise, por intermédio do ex-governador Tarcísio Burity, entrou na disputa. Por questões legais e políticas, a Marquise acabou perdendo essa concessão e a emissora, que seria afiliada da Rede Globo, acabou ficando com o Grupo São Braz. Mas a disputa despertou o interesse do Grupo Marquise para o setor de comunicação e, um ano e meio depois, conseguiu a concessão para uma segunda emissora, que foi a TV Tambaú. Os investimentos do Grupo em comunicação se concentram basicamente em João Pessoa, tendo fora da cidade apenas uma emissora de rádio AM.

5-Do pronto de vista empresarial, o jornalismo é um negócio lucrativo?

Não. Infelizmente não. Nunca foi. Os programas de entretenimento apresentam melhor resultado financeiro. Mas o jornalismo é extremamente importante; ele é o editorial, é a linha, é o DNA, é a fórmula, é a imagem que você cria para uma emissora de televisão. O jornalismo mostra como você vai atuar no mercado. A Tambaú é muito bem quista no mercado publicitário, porque adota uma linha ética no jornalismo. Dentro das nossas possibilidades, somos reconhecidos como a emissora mais séria, que não tem lados partidários assumidos, e isso só pode ser demonstrado via jornalismo. Hoje, o maior faturamento de jornalismo na televisão são os programas policiais. E jornalismo é caro para fazer. Por exemplo: se você tem dois programas de televisão para colocar no ar, um feminino e um jornalístico, o jornalístico demanda uma estrutura maior, com equipes externas, reuniões de pauta com busca de conteúdos, pessoal de apoio na edição, na produção, na direção. Tudo isso tem um custo muito alto e você terá no máximo um patrocínio para abrir ou fechar o programa. Então, a conta não fecha. No programa feminino, você coloca uma pessoa debatendo com outra e usa merchandising daqui e dali, fatura muito mais. Mas não abro mão do jornalismo, tanto que nos últimos anos a emissora que mais contratou jornalistas foi a TV Tambaú.

6-O senhor tem envolvimento direto na linha editorial adotada pelos veículos que compõem a empresa?

Completamente, cem por cento.

7-O senhor tem envolvimento direto na contratação dos jornalistas?

Sim. Todos os jornalistas que trabalham na casa são entrevistados por mim, passam pelo meu crivo antes de serem contratados.

8-O senhor já determinou que alguém ou alguma instituição não fosse mencionada em matérias divulgadas pelas empresas?

Já. Até porque temos relações comerciais. Se não for parceiro, não dou o espaço que deveria dar.

9-Algum de seus editores ou diretor de jornalismo já se contrapôs a uma orientação sua, argumentando em contrário? O senhor já voltou atrás em alguma decisão com base nesses argumentos?

Nunca. Até porque o esforço que temos feito é sempre mostrar os dois lados da moeda, sempre. Se tenho que fazer uma matéria pesada, mesmo contra um grande financiador, nós ouvimos os dois lados. Se for uma matéria positiva, elogiando, também ouvimos o outro lado. Agindo assim, não tem porque ter contraponto com os editores.

10-O senhor acredita que seus editores têm liberdade para planejarem as coberturas jornalísticas de acordo com o que reza a boa prática da profissão?

Aqui sim. Aqui na Tambaú sim. Mesmo em ano eleitoral que é mais complicado, sempre mostramos o que precisa ser mostrado. Digo com muita tranquilidade que os jornalistas aqui têm uma liberdade até excessiva.

11-O senhor acredita que os salários recebidos pelos jornalistas que trabalham no Sistema Tambaú são condizentes com a função que ocupam?

Acho que a pergunta deveria ser assim: “os salários dos jornalistas são condizentes com o que o mercado pode pagar?”, porque a resposta à sua pergunta será “não”, mas é o que as empresas podem pagar. A Paraíba está numa situação financeira muito difícil. Não temos a capacidade financeira como tem nossos vizinhos Pernambuco e até Rio Grande do Norte, que conseguem ter estruturas maiores e respostas financeiras melhores. Nós temos dificuldades de fechar a conta. Infelizmente não temos capacidade de viabilizar o piso nacional de R\$ 3.800,00 que os sindicatos querem. Isso quebraria as emissoras de televisão.

12-Como o senhor age quando percebe que algum jornalista faz acordo com fontes que pagam “por fora” para serem promovidos nos veículos da casa?

Isso já aconteceu e não foi só uma vez. A minha prática é muito simples: demissão. Pode ser quem for, ter a audiência que tiver, pode ser bem querido pelo público. É demissão. Se eu não tenho essa política como instituição, não admito que se tenha como profissional.

13-Em relação à ética jornalística da empresa, atribua uma nota de zero a dez e justifique.

Se eu falar dez estarei faltando com modéstia. Mas temos uma das maiores notas entre as emissoras e isso é uma análise muito pé no chão. Porque o esforço nosso é, sim, uma busca pelo caminho reto, sem meio termo, sem ficar em cima do muro. Seguramente, nossa nota seria acima de nove.

14-Gostaria que o senhor comentasse a expressão: “Não existe liberdade de imprensa, e sim liberdade de empresa”.

Quanto menor o mercado de comunicação, quanto menor o Estado, mais força terá essa expressão. E eu tenho analisado, inclusive no cenário nacional, e acho que assumir posturas, lados, é uma questão de maturidade da empresa. Nos Estados Unidos, por exemplo, empresas se declaram democratas ou republicanas. É mais honesto, as pessoas sabem claramente que discurso a empresa defende. Aqui, grandes veículos optaram por um lado sem declarar abertamente isso. Porque não assumir? Vamos chegar um dia a essa maturidade.

15- Para o senhor, o que é ética jornalística?

É você poder cobrir o bem e o mal, a desgraça e a beleza, sem interferência.

16- O Sistema Tambaú de Comunicação já foi processado por alguém que se sentiu ofendido por alguma matéria publicada?

Desde que assumi o comando do Sistema Tambaú, há quatro anos, já passamos por pelo menos 12 processos por dano moral, não perdemos nenhum.

17- Dos produtos jornalísticos do Sistema Tambaú de Comunicação, qual provoca mais demanda ao Departamento Jurídico da empresa por ferir algum princípio jornalístico?

Caso de Polícia, sem dúvida.

APÊNDICE F

CAVALCANTI, Maria Cristina de Sousa. Diretora do Programa Correio Verdade. Entrevista concedida a Wanja Nóbrega. João Pessoa. 14 out. 2015.

Qual foi sua participação na exibição das imagens de uma adolescente sendo estuprada no programa Correio Verdade?

Nenhuma. Eu estava de férias quando aquele programa foi ao ar. Algumas pessoas me ligaram indignadas, me questionando sobre o fato e eu nem sabia. Quando estou de férias procuro me desligar de tudo e quando vi as imagens fiquei tão surpresa quanto algumas pessoas.

Se você não estivesse de férias, aquelas imagens teriam ido ao ar?

Não. Digo isso com muita tranquilidade, porque sou muito criteriosa com as imagens que vão ao ar. Às vezes, pessoas que são testemunhas de um crime dão entrevista a um repórter e eu procuro desfocar a imagem como forma de protegê-la, porque sei que tanto o cidadão de bem, quanto o bandido assistem ao programa. A pessoa que dá entrevista não pede para ficar no anonimato, mas eu faço questão de tomar precauções para evitar que ela sofra algum tipo de dano.

Dirigir um programa que tem nas notícias policiais seu principal produto, exige mais cuidado do que outros programas?

Com certeza. Eu tenho o maior cuidado na edição. Olho todo o material antes de ser exibido. Reviso o trabalho até dos editores de imagens. Hoje, por recomendação da Record Nacional, não damos close em corpos, mas mesmo quando isso era permitido, sempre fiz questão de desfocar a imagem. Em casos que envolvem crianças ou vítimas de violência sexual, tenho cuidado redobrado.

Neste período em que você dirige o programa, já teve conflito ético por ter que atender às exigências do público que assiste ao programa, que quer cada vez mais sangue?

Não, nunca tive nenhum conflito ético. A empresa me dá muita liberdade para trabalhar. Nunca me recomendaram para expor ou deixar de expor nenhuma imagem, nem de vítima, nem de bandido. Então, quem define o conteúdo sou eu. Já houve recomendação para não expor pessoas importantes envolvidas em casos policiais. Mas isso nunca chegou a ser um problema.

Você se impõe limites naquilo que deve ou não ir ao ar?

Quando estamos em contato mais direto com o público, nas Caravanas que o programa realiza nos bairros de João Pessoa e nas cidades do interior, muita gente me procura e questiona por que não expus o rosto de um estuprador preso. Eu sei que a população quer ver o rosto até para se proteger, mas sei que é eticamente inviável, porque mesmo preso, o acusado será submetido à Justiça para comprovar, ou não, sua culpa. Então, não posso mostrar seu rosto apenas para satisfazer o público. Todos sabem o que acontece com um estuprador quando é preso. Já aconteceram casos em que acusados de determinados crimes foram expostos e depois foram assassinados na prisão. Não posso ser responsável por algo assim.

Você já se sentiu emocionada ou comovida ao editar as matérias que vão ao ar no seu programa?

Não. Eu procuro agir com o máximo de profissionalismo possível. É meu trabalho. No começo é mais difícil ficar indiferente, mas depois você se acostuma. Nem por isso vou sair exibindo close de corpos ou de vítimas de violência sexual. Isso é antiético.

Expor a imagem de vítimas, muitas vezes antes de suas famílias saberem que foram assassinadas ou atropeladas não é problema para o programa?

Nós não inventamos os casos apresentados, só noticiamos. As pessoas têm direito de saber o que acontece de ruim na cidade. Acho que prestamos um serviço à população. Nós fazemos jornalismo popular. Mas teve uma vez que cheguei a pedir para tirarem um material do ar. Uma de nossas produtoras recebeu a notícia que a mãe estava passando mal e se ausentou da redação para socorrê-la. Estávamos terminando de editar o programa quando recebemos a notícia de que um homem havia sido atropelado por um caminhão, depois de sofrer um infarto e acabou morrendo no local. As imagens eram feias, claro, mas desfocamos um pouco. Quando colocamos a matéria no ar, alguém no estúdio alertou que o homem em questão era o pai de uma produtora nossa, que não sabia do ocorrido. Nós ficamos desesperados e encerramos a matéria. Nossa colega não precisava passar por isso. Foi muito angustiante. Todos ficamos muito tristes com isso por causa de nossa colega. Ela tinha saído para socorrer a mãe que estava passando mal e o pai é quem acaba infartando na rua e sendo atropelado. Muito triste.

Como você classifica o Correio Verdade?

É um programa jornalístico. Entendo que jornalismo é informação e serviço. E é isso que nós fazemos. Nosso foco são as notícias policiais, mas é jornalismo do mesmo jeito. Estamos adaptando o perfil do programa, oferecendo mais serviços, mais informações úteis ao cidadão, sem perder nosso foco principal, que é o jornalismo policial.

De alguma maneira, o caso da adolescente estuprada e com imagens divulgadas no Correio Verdade virou marco na emissora?

Com certeza. A direção da empresa chamou toda a equipe do programa e recomendou mais critério na divulgação de informações ou imagens mandadas pela população. Hoje, quando chega algum material externo, sempre procuro dividir a responsabilidade com a diretora de jornalismo da emissora ou ainda consultar o Jurídico. Procuramos tratar suspeitos como suspeitos, sem lhes atribuir culpa, especialmente em casos de violência sexual, que sempre têm mais visibilidade.

O programa já foi alvo de outros processos judiciais?

Sim, de muitos, desde pedido de direito de resposta até pedido de indenização. Em programas como o Correio Debate essas demandas judiciais são constantes, mas a maioria desses processos acaba em ganho de causa em nosso favor.

Quantos apresentadores do Correio Verdade você já dirigiu?

O programa teve quatro apresentadores: Jota Júnior, Ruy Dantas (que apresentou junto com Heron Cid) e Samuka Duarte. Jota Junior não aceitava muita interferência porque já trabalhava há muito tempo em TV e achava que não precisava ser dirigido; Ruy Dantas não tinha muito envolvimento com o programa. Samuka é, sem dúvida, o melhor de todos. Ele se envolve, escuta nossas orientações e faz o que é preciso para melhorar a qualidade do programa.

Samuka Duarte é alvo de muitas críticas, inclusive no meio jornalístico e acadêmico. A que você atribui essas críticas?

Eu realmente não sei. Talvez por não ter formação superior, ou por ser muito “povão”, ou pela forma como ele apresenta o programa. Acho que existe, até, inveja pelo fato dele ser um dos profissionais da imprensa paraibana mais bem remunerado. Tenho ex-professores que se chocam ao saber que sou diretora do programa, como se isso fosse algum demérito. É melhor ter um profissional sério, com responsabilidade no comando do programa, porque o processo judicial mais sério que o programa já sofreu foi justamente na minha ausência.

APÊNDICE G

FREIRE, Rafael. Presidente do Sindicato dos Jornalistas da Paraíba. Entrevista concedida a Wanja Nóbrega. João Pessoa. 26 jun. 2015.

O Sindicato tem registro de quantos jornalistas ativos existem em João Pessoa?

Temos algo em torno de 1.050 filiados em todo o Estado. Com registros ativos na Paraíba são mais de 4 mil jornalistas, mas não temos como informar quantos são em João Pessoa.

O Sindicato observa o comportamento dos jornalistas quanto aos desvios éticos, morais e até legais no exercício da profissão?

Sim. Nós temos participado de vários eventos em que temos levantado a qualidade e a profundidade do trabalho jornalístico não só em João Pessoa, mas em toda a Paraíba. O que observamos é a falta de compromisso ético, manifestada numa grande quantidade de casos grotescos, de violência contra os direitos humanos, de violência ao direito do contraditório, entre outros absurdos travestidos de matérias jornalísticas. Acompanhamos de perto esses desvios, mas os instrumentos que o Sindicato possui para combatê-los são instrumentos ideológicos e políticos. Não temos poder para atuar de maneira punitiva e coercitiva. Quem tem o poder de fazer um enquadramento real sobre a perspectiva ética e moral são os conselhos e ordens, e nossa categoria profissional não é contemplada com esse tipo de organização. Nós estamos no âmbito da organização sindical, lembrando que a Fenaj (Federação Nacional dos Jornalistas) e todos os 31 sindicatos de jornalistas do Brasil possuem comissões de ética e em meados de 2014 nós fizemos uma alteração no estatuto do nosso sindicato, alterando a Comissão de Ética, que hoje é eleita de maneira independente do Sindicato, com voto direto e impessoal. Assim, o trabalho dessa comissão começa a partir de demandas e, infelizmente, nesse período não tivemos nenhuma demanda formal, apenas algumas conversas e consultas, mas nada que virasse processo administrativo ou pedido de providências que envolvessem outras instâncias. Mas a postura ética, ou falta de postura ética, é uma questão que os sindicatos e a Fenaj têm observado de perto, mesmo que fiquem de mãos atadas para fazer um enfrentamento direto.

Com o mercado cada vez mais enxuto, os jornalistas têm se submetido ainda mais à vontade dos patrões?

Sim. Nós temos presenciado demissões em massa e isso agrava a situação. Ver os colegas sendo demitidos todos os dias e sem justificativa acaba fazendo com que os profissionais que continuam empregados se submetam a tratamentos inadequados por parte dos chefes imediatos, além de serem obrigados a estender seus expedientes de trabalho e exercerem funções extras para as quais não foram contratados. Essas demissões são provocadas pela ganância dos empresários, que visam apenas o lucro. Os veículos usam como propaganda que são os mais lidos, os mais vendidos, os mais vistos, mas quando as contas não fecham sempre acham que a solução é demitir jornalistas e pressionar ainda mais os que continuam empregados, sobrecarregando-os para dar conta do trabalho dos demitidos ou contratando ilegalmente pessoas sem registro profissional, estagiários e até jovem aprendiz.

Existe algum tipo de comparativo entre o mercado jornalístico local e outros mercados?

Essa comparação é delicada, por que não podemos partir do princípio do complexo de inferioridade, muito presente na Paraíba, de achar que aqui é mais atrasado e, por isso, somos piores que os jornalistas de outros estados. Quando participamos de reuniões ou

eventos nacionais ou até internacionais percebemos que as queixas são basicamente as mesmas. É uma reclamação muito grande em relação ao comportamento de colegas que estão nas diversas redações e que, deixando a boa prática jornalística de lado, tomam posturas políticas abertas. Existe também o charlatanismo e a bajulação aberta das fontes oficiais. Isso é uma situação já instalada e crescente no Brasil. Não é uma análise formal, mas chegamos a essa conclusão a partir de conversas e discussões com colegas que atuam em vários estados. Infelizmente, o bom jornalista não nos procura para formalizar denúncia, para que possamos abrir processo de investigação sobre desvio ético e tudo acaba sendo subnotificado, relegada a conversas informais.

O cidadão tem encontrado na imprensa uma espécie de representante, uma compensação pela ausência do Estado na solução de problemas de seu cotidiano, por isso as redações se tornaram locais aonde as pessoas vão “denunciar” tudo que não está dando certo. Quando esse mesmo cidadão se sente traído pela imprensa, a quem deve recorrer? Ele pode acionar a Comissão de Ética?

Nada impede que o cidadão comum acione a Comissão, mas, a rigor, por um princípio corporativo, as demandas devem partir da própria categoria, uma vez que o jornalista tem maior capacidade para saber quando a ética foi ignorada. O cidadão comum pode entender que isso acontece apenas por ter um interesse seu ignorado pela imprensa. O fato é que por receio, para não ficar mal visto pela empresa ou pelos colegas, os casos não são levados à frente. Um exemplo concreto que posso apresentar é o seguinte: as redações hoje estão mais enxutas, com uma quantidade menor de profissionais contratados para fazer o mesmo trabalho ou até mais e as exigências em relação ao profissional estão aumentando cada vez mais. Ele está sendo obrigado a produzir cada vez mais rápido e para vários meios. Isso tem feito com que casos de assédio moral sejam presenciados todos os dias nas redações. Mas ficamos sabendo disso de maneira informal, como desabafo, por que os profissionais não têm coragem de procurar o Sindicato para formalizar denúncia, por medo de retaliação ou de perder o emprego. E esse tipo de situação vai continuar e vai aumentar cada vez mais por falta de denúncias. Editores, subeditores, chefes de reportagem sofrem pressão por parte da diretoria das empresas e, sem nenhuma ponderação, repassam toda essa pressão e cobrança aos colegas que estão na ponta, que vão para as ruas, que buscam as notícias, que fazem as reportagens. O assédio moral tem se manifestado de várias formas, inclusive na sobrecarga de trabalho, mas continuará recorrendo porque não são denunciados.

Na falta de um conselho ou ordem para regular eticamente a profissão, defender os direitos do público e punir os excessos cometidos em nome do jornalismo ficam a cargo do Ministério Público e de outras instâncias judiciais. Mas, são raras as ocasiões em que tanto o Ministério Público quando o Judiciário interfere na imprensa. O discurso pronto de garantir a liberdade de expressão favorece o mau jornalista? Este age de má-fé, sabendo que dificilmente receberá algum tipo de punição?

Com certeza. Na ausência de um conselho ou ordem – que seria o ideal –, o Ministério Público poderia cumprir um papel importante nessa perspectiva. Em 2012, o Sindicato e outras entidades realizaram fórum pela ética na mídia. Na ocasião, promovemos um grande debate, contando com apoio da Ordem dos Advogados do Brasil, Ministério Público Federal e Estadual, Associação Paraibana de Imprensa, universidades e outras entidades representativas, onde pudemos expor essas questões e, ao final, criamos um compromisso para que todas as observações de desrespeito fossem de alguma maneira tornadas públicas. A grande mídia usa pessimamente seu espaço, especialmente rádio e TV, que são concessões públicas e, dão espaço para charlatões, que não têm nenhuma formação técnica ou ética. Mas, a lógica empresarial é dar voz a quem chama mais a atenção, quem arrecada

mais, quem penetra mais no público. Como concessão pública, rádio e TV deveriam ser regidas por um rigoroso sistema ético, para prestar um serviço e não servir apenas para enriquecer uns poucos que usam esses canais para interesses pessoais e mercadológicos. De 2012 para cá temos participado de dezenas de debates sobre ética e nossos esforços são no sentido de procurar impregnar as pessoas sobre a importância de termos esse compromisso, de fazer comunicação séria. Mas, uma coisa já está muito clara para todos nós: sozinhos não conseguiremos avançar muito. É preciso que a sociedade exija transformação. É preciso que a sociedade compreenda esse debate, compreenda a importância do jornalismo e que é possível termos uma mídia comprometida com os interesses coletivos. A sociedade precisa encampar a democratização da mídia para que tenha uma pluralidade de vozes. Todos esses aspectos estão ligados à perspectiva ética e do compromisso com a verdade. Quando mais pessoas estiverem envolvidas no processo da comunicação – sem abrir mão do jornalista formado e capacitado – mais somará na luta para que tenhamos uma melhor comunicação.

As articulações para criação do Conselho dos Jornalistas já estavam bastante adiantadas, quando a questão do diploma surgiu e exigiu atenção mais imediata dos articuladores. Qual é a relação de uma coisa com a outra?

Entendemos que a criação de um conselho resolve parte dos nossos problemas, inclusive quanto aos abusos cometidos por empresas e por profissionais. E não há interferência externa, é jornalista regulando jornalista. Em 2004, tivemos aqui em João Pessoa a realização de um grande congresso nacional de jornalistas, quando foi anunciado pelo então chefe da Secretaria de Comunicação do Governo Lula o projeto de lei do Executivo que criava o Conselho Federal de Jornalistas e os respectivos conselhos estaduais. Durante os dias que se seguiram ao anúncio, houve um grande combate ao projeto por meio da grande imprensa, inclusive da Rede Globo, desvirtuando o projeto, alegando que era uma tentativa do Governo de controlar a imprensa. O bombardeio de notícias negativas foi tão grande que o governo acabou desistindo do projeto. Depois veio a derrubada da obrigatoriedade do diploma para o exercício da profissão e já são sete anos de luta para reverter essa decisão, que virou prioridade em detrimento da luta pela criação do Conselho. Mas estamos muito próximos de conseguir resolver essa questão, por meio da aprovação de uma Proposta de Emenda à Constituição e a Fenaj já alertou que, concluindo esse processo, nosso foco volta a ser a luta pela criação do Conselho. Acredito que, agora, a luta ganha força, inclusive com a participação da sociedade, que já não aceita mais o mau trabalho jornalístico e tem feito muitas críticas, inclusive nas redes sociais. O público está mais esperto e não tolera receber qualquer informação ou ouvir qualquer coisa.

Você é otimista em relação aos rumos que o jornalismo tomará daqui para frente?

Tenho otimismo imediato em relação a duas pautas: a obrigatoriedade do diploma, que acredito estarmos próximos de uma vitória, e da democratização das comunicações, pois sinto que esta pauta está pegando em vários setores, não só da imprensa, mas na sociedade como um todo. Entidades de classe e movimentos sociais estão encampando a bandeira e considero um avanço político grande, por que a democratização não parte apenas de um decreto presidencial ou de uma lei. A própria comunicação feita na base contribui para esse processo de democratização. Sou otimista em relação a essas duas pautas. Mas, a médio e longo prazo, eu temo que as faculdades de jornalismo não consigam reverter o quadro que hoje está desenhado, que é um quadro de certo entreguismo, que a categoria não está conseguindo resistir, não tem mais aquela vibração. O jornalista de hoje não se impõe dentro das redações, não contrapõe o tipo de cobertura empresarial e unilateral que tem sido feita. É preciso que o conjunto da sociedade compreenda a importância de se ter um

jornalismo sério é ético, porque as academias e os sindicatos sozinhos serão incapazes de reverter a situação que se apresenta hoje e cuja tendência é piorar.

O Conselho de Jornalistas é a liga que falta para unir a categoria em todo o país e buscar melhorar a qualidade do jornalismo que está sendo praticado?

O Conselho vai cumprir um papel importante. Mas o mercado é regido pela lógica do capital com o trabalho e o Conselho não regula isso. A luta vai continuar para que essa lógica deixe de ser dominante e tenhamos uma imprensa mais democrática.

APÊNDICE H

CARNEIRO, Antônio Eduardo. Ex-editor do programa Correio Debate. Entrevista concedida a Wanja Nóbrega. João Pessoa. 11 out. 2015.

Como editor do programa Correio Debate, você tinha algum controle sobre os conteúdos apresentados por Fabiano Gomes?

Não. Fabiano chegava ao estúdio do Correio Debate, olhava o *script* do programa. Se tivesse alguma coisa polêmica para abrir o programa, tudo bem, se não tinha, ele criava. Ele sempre teve as opiniões dele, e sempre foram opiniões *dele*. Mesmo que discordassem do mundo, mas ele apresentava as opiniões dele.

Essa necessidade de criar polêmica mesmo quando não havia, não o incomodava, especialmente do ponto de vista dos princípios básicos do bom jornalismo e, naturalmente, da ética?

Sim, sim. Algumas vezes – ou na maioria das vezes – eu discordava da forma como isso era feito. Mas ninguém consegue controlar Fabiano. É da natureza dele.

O fato de você ser o editor do programa, e Fabiano Gomes um dos apresentadores, lhe colocava naquele momento como chefe dele e, portanto, com prerrogativas de orientar e até vetar comentários como os do caso citado neste trabalho. Entretanto, Fabiano é o diretor de Rádio do Sistema Correio e seu chefe imediato. Como isso funcionava?

Essa relação sempre foi muito complicada e muitas vezes gerava discussões e desconfiança. Era uma relação muito difícil. A minha sensação era de caminhar sobre uma lâmina afiada em que qualquer escorrego poderia me machucar. A minha relação com Fabiano sempre foi à base de muita discussão, de bate-boca. A primeira vez que eu pedi demissão do programa foi por causa de outro episódio, cujos detalhes não vêm ao caso. Nesse episódio, tínhamos uma notícia bem apurada, com os dois lados da questão bem detalhados e Fabiano simplesmente ignorou um dos lados e resolveu ressaltar apenas aquilo que, na opinião dele, era mais importante. Ele sempre tinha a visão dele e mesmo que o jornalismo mostrasse, por meio de apuração, de entrevistas, de documentos, que o que ele pensava não era verdade, para ele não importava. O que ele achava sempre foi mais importante. Como editor do programa, muitas vezes, entrei no estúdio, explicava a ele que não era da forma como ele estava expondo o fato e isso não mudava nada. Tanto ele, quanto Wellington Farias e Eron Cid (então companheiros de bancada de Fabiano Gomes no programa) têm ideias fixas que os fatos, a apuração jornalística não conseguem mudar. Então é muito difícil trabalhar desse jeito. Muitas vezes, quando Fabiano começava o programa comentando algum fato e nós tínhamos uma matéria pronta, mostrando que ele estava equivocado, ou ele vetava a matéria ou mandava parar a matéria quando estava em execução e desmentia o repórter no ar, como se o trabalho do repórter é que estivesse errado.

Você teve algum conflito ético enquanto editor do programa, especialmente quando sua equipe de jornalistas era desacreditada no ar por opiniões pessoais de um apresentador, mesmo isso resultando em grande audiência para o programa?

Sim. Muitas vezes saí da redação decidido a não voltar. Fabiano me ligava, a gente conversava, ele ponderava, a gente acabava se entendendo e eu voltava. Até ocorrer o episódio que mencionei e resolvi que realmente não dava mais. Tinha chegado ao meu

limite. Alguns meses depois, Eron Cid me chamou para conversarmos e houve o compromisso de que o jornalismo seria levado a sério e que os comentários passariam a ser feitos em cima de fatos apurados e não dos “achismos” de Fabiano. Voltei a trabalhar, até por paixão à profissão e ao rádio, mas a coisa acabou sendo do mesmo jeito de antes, ocorrendo, inclusive, o episódio citado em seu trabalho. Por isso deixei novamente a função. O jornalismo é uma função estressante, mas naquelas condições há uma carga extra de stress desnecessária.

Apesar dos abusos cometidos por Fabiano Gomes, o programa Correio Debate é líder absoluto de audiência no horário, há anos. O pessoense tem a imprensa que precisa e que merece?

A população de João Pessoa não tem a imprensa que precisa, mas tem a imprensa que merece. Quem dá audiência para programas sensacionalistas, que não demonstram nenhum tipo de respeito aos fatos, ao bom jornalismo, às fontes, mostrando o lado ruim de tudo, sem apurar, então está recebendo aquilo que deseja. Eu, como jornalista, me decepcionei muito com as pessoas que fazem o jornalismo em João Pessoa. Porque na maioria das vezes cada um está defendendo seus próprios interesses, sem se importar se a população ganha ou perde com isso. Eu me preocupo muito com isso, porque tudo que nós fazemos tem reflexos na sociedade e se não estamos conseguindo melhorar a sociedade onde vivemos é porque estamos sempre presos aos nossos interesses, não estamos tendo a responsabilidade social preconizada pelo jornalismo. Se quisermos uma defesa de uma ação pública, que seja efetivamente boa para a população, temos que pagar por isso. É assim que as coisas funcionam: como um grande mercado. Jornalismo se tornou um grande mercado. Quando estava na universidade, tinha vários jornalistas em João Pessoa que eram meus ídolos, pelo reconhecimento público de seu trabalho, pela maneira como escreviam ou se portavam na TV ou no rádio, na defesa dos interesses coletivos. Quando ocupei cargos públicos, que me davam poder de decisão, tive uma grande decepção ao perceber que esses ídolos eram de barro e papel, porque sentavam à mesa, nos gabinetes públicos, para negociar o preço de seu trabalho. Não era jornalismo o que eles faziam, eram negócios.

Você acha que a ética precisa ser pauta de discussões internas nas redações, que tais discussões ajudariam a melhorar a conduta moral dos jornalistas?

Não é só isso. A ética está faltando no berço. Não adianta passar os oito períodos do curso de jornalismo tendo discussões éticas, ou discutir a ética nas redações, porque isso não vai mudar nada. Os jornalistas perdoam seus desvios éticos alegando os baixos salários, as condições de trabalho ou os interesses da empresa. Mas ética é ética, independentemente do salário, ou de qualquer coisa. Se ética dependesse de vencimentos, os políticos, que formam a classe mais bem remunerada do país, teriam que ser exemplos de ética e não são. Está faltando ética na base, em casa, do nascimento à escola, à universidade. Hoje, os pais acham que o filho é esperto quando consegue furar uma fila para passar na frente dos outros; acham bonito quando chega em casa com um material escolar que não lhe pertence; não questionam quando o filho não estuda para uma prova, mas apresenta uma boa nota. Isso reflete na falta de ética do cidadão e não tem como um cidadão não ético se tornar um profissional ético. A sociedade, hoje, premia quem consegue tirar vantagens de tudo. E alguns jornalistas fazem isso muito bem. A ética precisa ser discutida em casa.

APÊNDICE I

Entrevistado 1

Idade: 54 anos

Emprego atual: Jornalista por formação, atualmente trabalha como vendedora

Renda mensal: Em torno de R\$ 2.000,00 (salário mínimo + comissão de vendas)

Como ingressou no mercado de trabalho jornalístico?

Para falar a verdade, foi muito fácil. Não tinha nem terminado a faculdade de jornalismo e um dia fui ao jornal O Norte, falei com o editor e, no mesmo dia, ele já me deu uma pauta para ver se eu sabia fazer uma entrevista e escrever. Ele gostou do resultado e ganhei o emprego. Ser bom repórter, saber perguntar a coisa certa e saber escrever eram os únicos pré-requisitos que interessavam na época. Passei 23 anos no jornal. Comecei e terminei minha carreira de jornalista lá mesmo.

Você encerrou a carreira de jornalista? Não tem expectativa em voltar para as redações?

Veja bem. Estou com 54 anos e nessa idade ninguém emprega mais um jornalista para ser repórter. Nessa idade, só consegue espaço aqueles que se destacaram, que fizeram nome, que são conhecidos no mercado. Não é o meu caso. Sempre me dediquei muito, fazia meu trabalho direito, mas nunca quis ser uma estrela do jornalismo. Quando O Norte fechou, eu percebi que tinha passado 23 anos de minha vida ali, sem fazer mais nada. Poucos colegas, especialmente das novas gerações, me conhecem.

Você tentou conseguir emprego noutro veículo?

Mandei um monte de currículos e procurei alguns colegas. Apesar de ter alguns contatos, quando há uma demissão em massa, a concorrência é grande e fica mais difícil conseguir uma vaga em qualquer redação. Acho que minha idade pesou na hora de tentar arrumar outro emprego na área. O fato de ter passado todo o tempo num único emprego, fazendo a mesma coisa, também me prejudicou. Mas nunca senti necessidade de fazer outra coisa, noutro lugar. Dei meu sangue, minha vida, pelo jornal O Norte e não recebi sequer um “obrigado” quando o veículo fechou. Durante os 23 anos que passei no jornal, vi colegas sendo demitidos, salários atrasados, cortes de pessoal, mas nunca, nunca mesmo, imaginei que um veículo de mais de um século fecharia assim, sem nenhum aviso prévio.

Como você se sente hoje, profissionalmente falando?

Estou ganhando pouco, mas é mais do que muitos colegas ganham nas redações. Tenho contato com pessoas e converso muito. Eu gosto disso. Não vou dizer que não sinto um pouco de frustração e às vezes até vergonha, principalmente quando algum ex-colega me vê como vendedora. Mas estou me acostumando com a nova realidade. Têm colegas que estão bem piores que eu. Não foi só a idade que pesou na hora de tentar uma nova colocação em um veículo de imprensa. Tenho colegas na mesma faixa etária que conseguiram. Mas, confesso que nunca fiz nenhum curso ou especialização depois que sai da faculdade. Nunca participei sequer de nenhum evento, como seminário, congresso, essas coisas. Na minha cabeça, o que a teoria poderia me ensinar, já tinha ensinado na faculdade. Talvez isso tenha contribuído para meu currículo ser rejeitado em todos os lugares para onde o enviei. Então, como se diz, estou colhendo o que plantei. Talvez eu fizesse um caminho diferente, mas não vou ficar me lamentando por isso.

Como você reagiu com o uso das novas tecnologias implantadas nas redações

Olha, confesso que não sou muito ligada nessas coisas de redes sociais e essas outras coisas de Internet que estão em toda parte e também nas redações. Mas acho que algumas coisas até facilitaram. Mas tinha colegas com verdadeiro pavor de computador. Meu caso não chegava a isso. Quando a redação foi informatizada tive uma grande dificuldade, mas não foi só eu. Alguns colegas continuaram fazendo seus textos na máquina de escrever e pedindo a alguém para digitar no computador.

Como você avalia o mercado jornalístico hoje, no âmbito da ética?

Sinceramente? Acho que está num dos piores momentos. Parece que os jornalistas sentem orgulho de distorcer tudo e até de receber *toco*. Mas, com a crise que está e a dificuldade para se arrumar emprego, ninguém quer saber de ética. Aliás, quando a coisa aperta, ética é a última coisa em que pensamos. Falar em ética é balela, porque os profissionais estão com medo de perder seus empregos por causa do grande número de colegas desempregados que estão deixando currículos nas empresas. Nesse cenário, a necessidade de pagar as contas fala mais alto do que qualquer valor ético ou moral.

APÊNDICE J

Entrevistado 2

Idade: 32 anos

Emprego atual: Dois, sendo um de repórter e outro de assessor de imprensa

Renda mensal: Em torno de R\$ 4.800,00

Como ingressou no mercado de trabalho jornalístico?

Foi como estagiário. Outros colegas do curso de Jornalismo da UFPB já tinham feito esse mesmo caminho e me deram a dica. Fiz cadastro no Centro de Integração Empresa-Escola (CIEE) e duas semanas depois fui mandado para uma entrevista. Tudo que eu precisava era uma oportunidade para mostrar meu trabalho, mostrar que era bom. O estágio, conseguido no sexto período da faculdade, me deu essa oportunidade. No começo foi difícil. Ganhava R\$ 40,00 por mês, que era para pagar as passagens de ônibus. Mas não me importava. Estudante está acostumado a não ganhar nada mesmo. Eu conheço minha dedicação e meu potencial. Tinha certeza de que se tivesse chance de entrar numa redação, não sairia mais.

Como conseguiu se manter na empresa, mesmo depois de terminar o estágio, quando vários colegas estagiários, que entraram junto com você, foram dispensados?

Eu procurei sempre fazer muito mais do que aquilo que me pediam. Aprendi a função de quase todo mundo da equipe. Fiz reportagens, fiz produção de matérias, dei sugestões para coberturas importantes, como eleições. Enfim, mostrei que era vantajoso para a empresa me contratar, que era dinâmico e fácil de me relacionar com a equipe. Quando o estágio terminou, mesmo sem ter me formado, fui contratado para tirar as férias de um colega que já estava na empresa há vários anos. Logo depois, fui oficialmente contratado e passei a receber o mesmo salário que os demais da redação, mesmo sendo ainda estudante. Isso foi em 2008. Desde então, nunca fiquei desempregado e já tenho na bagagem uma experiência que muito me orgulha.

Hoje, como profissional, você se sente ameaçado pela presença de estagiários nas redações?

De jeito nenhum. Quando eu fui estagiário foi diferente. Encontrei um monte de coroa na redação, sem disposição para nada e que não entendiam nada de redes sociais, que já estavam sendo muito usadas como ferramentas para buscar pautas, fontes e outras informações. Eles me perguntavam coisas sobre o assunto o tempo todo. Essa galerinha mais nova que entra nas redações achando que sabe tudo de Internet acaba me adotando como exemplo quando me conhece, porque consigo transitar bem nos dois mundos. Sou jornalista tradicional, que sabe perguntar e sabe escrever. Mas tenho milhares de seguidores no *Twitter* e no *Instagram*, e em todo lugar que trabalho sugiro a criação de aplicativos e outras plataformas para ampliar os serviços oferecidos ao público conectado. Tô te falando: é vantagem para qualquer empresa me contratar.

Você teme que num futuro próximo ficar desempregado, como está acontecendo com outros jornalistas com bons currículos, mas que não estão conseguindo emprego em João Pessoa?

Sinceramente, não quero que pareça arrogância, viu? Mas eu sempre confiei no meu taco. Eu me adapto a qualquer realidade. Tenho milhares de seguidores nas redes sociais e onde trabalho sempre sugiro a criação de aplicativos e ferramentas que possam ser usadas por plataformas digitais. Acho que o fato de ser antenado com as mídias digitais e ter

experiências em rádio e televisão me dá vantagem sobre os jornalistas que são crias dos impressos e das assessorias de imprensa. Eu, particularmente, nunca trabalhei e nunca tive vontade de trabalhar em impresso. Acho o trabalho desgastante e com pouco resultado, já que o número de leitores vem caindo há tempos. Acho que os impressos estão com os dias contados e, sinceramente, não acho que farão falta. O mundo mudou. O jornalista precisa mudar também, senão não sobrevive. Outra tranquilidade que tenho é que sou muito organizado em minhas contas pessoais e sempre procuro gastar menos do que o que ganho. Eu penso no futuro e trabalho desde já para não ficar na situação que vejo muitos colegas poucos mais velhos do que eu. Sou muito organizado na questão financeira e percebi que isso é raro entre jornalistas. Tenho carro quitado, tenho um apartamento financiado e não tenho nenhuma dívida que tire meu sono.

Como você avalia o mercado jornalístico hoje, no âmbito da ética?

Eu não vejo a falta de ética que todo mundo tanto fala. As pessoas tendem a resistir a tudo que é diferente, que vai contra a ordem estabelecida. Basta o profissional ser um pouco mais desbocado, falar um palavrão e parece que ele é o cara mais antiético do mundo. Não penso assim. O que os colegas ficam chamando de falta de ética, de abuso, eu chamo de adaptação. Informação o público tem em todo canto, em toda parte, mas muitas vezes querem que o repórter ou o apresentador do programa traduza para ele, contextualize, dê suas opiniões. Vamos ser sinceros, né? O público nunca gostou de pensar, de refletir e decidir sobre qual lado ficar. Por isso os profissionais que traduzem em miúdos os fatos e dizem tudo o que pensam têm tanta audiência. Não acho isso errado ou antiético. Não acho mesmo.

APÊNDICE L

Entrevistado 3

Idade: 39 anos

Emprego atual: Repórter de um jornal

Renda mensal: R\$ 1.850,00

Como ingressou no mercado de trabalho jornalístico?

Isso foi há 16 anos. Comecei no Jornal da Paraíba. Quando me candidatei à vaga de repórter, tinham outros jornalistas na disputa, alguns até com experiência. Mas sempre fui muito falante e desenrolado e perceberam que tinha muita disposição. Fui contratado.

Ficou muito tempo no Jornal da Paraíba?

Passei sete anos lá. Mas nesse período, sempre trabalhei em mais de um lugar ao mesmo tempo. Assim que entrei no Jornal, quando comecei ir para rua fazer matérias, fiquei muito conhecido e as pessoas acabavam me chamando para trabalhar com elas. Teve época de eu ter dois empregos fixos. E ainda fazia uns *frilas* por fora. Já rodei por quase tudo quanto é veículo dessa cidade.

Mas hoje você está só com um emprego. É por opção?

Que nada. Sempre trabalhei muito e, pela primeira vez desde que me formei, em 2000, estou com apenas um emprego. Já teve períodos em que tinha dois empregos e ainda fazia uns *frilas*. Já fiz vários contatos avisando que tenho um expediente disponível, mas ainda não consegui arrumar o segundo emprego e isso já tem cinco meses, desde que fui mandado embora por causa dos cortes de pessoal. Estou sentindo na pele a redução dos postos de trabalho para jornalistas e isto está me assustando um pouco, sim.

Você acredita que o jornalista de hoje é pouco qualificado e que por isso está perdendo espaço no mercado de trabalho?

Não. O problema não é falta de qualificação. Vários fatores, muitos dos quais não são claros, contribuem para a demissão de jornalistas. As empresas não costumam valorizar qualificação, nem dedicação. A relação que você mantém com os chefes conta mais na hora de ficar ou ser demitido da empresa. Às vezes se seu chefe imediato gostar de você, você acaba conseguindo evoluir dentro da empresa, mesmo não sendo tão competente. O contrário também é verdade. Falo isso por experiência própria.

Como assim?

Vou citar um exemplo. No meu caso, sempre aprendi a função de todos ao meu redor, como forma de me tornar indispensável. Aprendi a editar, diagramar e até fazer tratamento de fotos. Ajudava o editor e terminávamos antes de todas as editorias, porque não dependíamos do pessoal da arte para finalizar nada, pois eu mesmo fazia isso. Eu tinha certeza de que quando houvesse cortes de pessoal, estaria garantido pela multiplicidade de funções que era capaz de exercer. Tenho plena convicção de que era um funcionário vantajoso para a empresa. Fui um dos primeiros a ser mandado embora quando das demissões ocorridas neste ano.

Como você avalia o mercado jornalístico hoje, no âmbito da ética?

Isso é uma coisa muito complicada no momento. Falar de ética quando estamos numa crise, pensando em como conseguir vender a alma para aumentar a renda é praticamente

impossível. Vou tirar por mim. Tem profissionais em João Pessoa que eu considero a escória de nosso mercado, que simbolizam tudo que é antiético. Mas são justamente esses quem ganham dinheiro com o jornalismo, quem tem empresas e muitos negócios particulares, todos obtidos por meio dos microfones ou canetas que usam. Sinceramente, hoje, eu passaria por cima de minhas convicções e trabalharia com qualquer um deles, defendendo seus interesses, que de antemão já sei que vão contra tudo que acredito. Estou sendo sincero. O nome disso é necessidade e quando esta está presente, não adianta falar sobre ética ou qualquer outra questão moral que parecerá hipocrisia.

APÊNDICE M

Entrevistado 4

Idade:41 anos

Emprego atual: Produtor e assessor de imprensa

Renda mensal:Em torno de R\$ 8.500,00

Como ingressou no mercado de trabalho jornalístico?

Foi em 1993, no extinto jornal O Norte. Acho que O Norte foi a porta de entrada do mercado de trabalho para a maioria dos jornalistas pessoenses que têm mais de 35 anos. Mas não dava para ficar estacionado lá por muito tempo. A desorganização da gestão administrativa era visível até para os mais leigos no assunto e o fim do jornal era uma questão de tempo. Na primeira oportunidade que tive, sete anos após ingressar no jornal, fui procurar outras experiências. Isso valorizou meu currículo e, mesmo em períodos mais difíceis, nunca passei nenhum dia desempregado, sempre troquei um emprego por outro mais vantajoso.

Você acredita que o jornalista mais qualificado, com intimidade com os meios online tem mais chances de permanecer empregado?

Sinceramente, acho que não. Um jornalista experiente e com *knowhow* nos meios online custa caro para a empresa. Então, ela opta por um estagiário, que vai fazer a mesma coisa por um salário bem menor e sem cérebro para fazer qualquer questionamento. A empresa não diferencia um bom texto jornalístico de um texto feito por um estagiário. E se o texto do estagiário tiver mais *clicks* nas redes sociais, então a empresa vai considerar que ele é melhor do que o jornalista experiente. O mercado hoje não tem mais nenhuma lógica.

Como você imagina seu futuro profissional? Tem medo de perder os empregos que tem hoje?

Tenho consciência de que as grandes vantagens que sempre me garantiram emprego, como ser dono de um bom texto jornalístico e ter boa qualidade de raciocínio, não valem muito nos meios digitais que estão tomando conta de tudo. Eu perco o sono pensando no futuro. Deveria ter planejado melhor a carreira, feito algum empreendimento que garantisse independência do emprego. A gente passa a vida tentando ser bom no que faz e acha que isso vai garantir o emprego até o fim da vida. Já vejo colegas que estão em dificuldade, tendo muito mais *knowhow* e recebendo os mesmos salários que um recém-formado. Isso realmente me preocupa.

Como você avalia o mercado jornalístico hoje, no âmbito da ética?

A ética está em falta. Aliás, sempre esteve em falta, mas agora está pior, parece que tudo é permitido. Mas não acho que seja um bom momento para falar sobre ética. A crise do emprego fala mais alto. E o próprio empregador percebe a vulnerabilidade dos profissionais em momentos como esses. Mesmo aqueles colegas que costumam ser mais combatentes, que outrora foram disputados por vários veículos, hoje não passam de leões sem dentes.

APÊNDICE N

Entrevistado 5

Idade: 35 anos

Emprego atual: Assessor de imprensa

Renda mensal: R\$ 4.000,00

Como ingressou no mercado de trabalho jornalístico?

Há 10 anos, quando ainda era estudante, fui estagiar num jornal impresso daqui da cidade. Quando terminou o estágio, acabei sendo contratado. Fiquei fascinado com o jornalismo na prática diária. Mas isso durou pouco. O jornalismo praticado em João Pessoa não me agrada. Amo o jornalismo, mas odeio a prática jornalística local. Dá para entender isso?

Explique melhor essa relação de amor e ódio com a profissão.

Eu amo o jornalismo que aprendi na universidade. Não sou inocente. Sabia que o mercado seria diferente, até porque lia jornais e assistia a programas noticiosos. Mas nunca imaginei que o mercado fosse tão contaminado pela falta de ética, por venda de pautas e espaços para entrevistas, por pessoas que não têm nenhuma formação e têm microfones abertos para falar o que querem, ofender ou bajular de acordo com suas conveniências pessoais. E tudo isso é ignorado pelos donos das empresas, já que esse tipo de profissional gera lucros. Não sou puritano ou coisa parecida. Mas não consigo me imaginar passando o resto de minha vida profissional num ambiente assim, com colegas assim. Claro que têm exceções e são estas que me dão alguma esperança. Conseguir aprovação num mestrado é o que me motiva, pela possibilidade de contribuir com o jornalismo de outra maneira: combatendo os maus profissionais e as más práticas jornalísticas como professor, ajudando a formar as novas gerações de jornalistas.

Você teme o futuro enquanto profissional do jornalismo?

Eu estou fazendo projeto para tentar entrar num mestrado. Quero voltar para a faculdade e, com fé em Deus, mudar de carreira. Quero deixar as redações e ser professor. Meu salário bruto atualmente é de quatro mil reais. Assusta-me saber que sou considerado “sortudo” por ganhar bem melhor do que muitos jornalistas veteranos. Que profissão é essa que exige tanto, retribui tão pouco e, mesmo assim, é tão disputada? Em termos de salário e emprego, acredito que o jornalismo viverá um futuro sombrio, como muitas outras profissões. É a lei da oferta e da procura. Antes, para contratar um jornalista experiente, o empregador deveria negociar um salário melhor, compatível com o “nome” que o profissional tem no mercado. Se hoje já é possível contratar um bom jornalista por um salário abaixo do piso da categoria, imagina como será daqui para frente.

Como você avalia o mercado jornalístico hoje, no âmbito da ética?

O jornalismo vive uma crise de identidade. Não está sabendo qual o seu papel ou o seu lugar nesse novo universo da informação que é a Internet. Mas eu imagino que isso acabe se ajustando e, como noutros momentos históricos de crise, o jornalismo será capaz de se reinventar e seguir adiante. Acredito nisso, porque para mim jornalismo é essencial. Jornalismo, mesmo mal feito, é essencial à democracia. Sempre haverá necessidade do profissional que transforma dados em notícias, que interpreta planilhas e tabelas, que seja capaz de comover com uma história bem contada, e este profissional é o jornalista.