

Ética no Jornalismo

Pedro Luiz de O. Costa Bisneto

28 de Setembro de 2007

Sumário

Introdução	2
1. O Que é Ética?	3
1.1 Valores Éticos	4
1.2 Ética e Comunicação	7
2. A Questão do Jornalismo	8
2.1 Os Ideais da Imprensa	9
2.2 Jornais e Jornalistas	11
2.3 Os Outros Modelos de <i>Agenda-Setting</i>	13
2.4 Algumas Conclusões	15
3. A Cobertura do Planalto	17
3.1 A Cumplicidade	17
3.2 A Busca pelo Furo	18
3.3 Advogando Eriberto	23
Considerações Finais	26
A Obra de Álvaro Valls	26
Os Estudos de Vera Chaia	27
Referências Bibliográficas	28
Outras Referências	28

Introdução

Para este estudo sobre ética jornalística, daremos nossos primeiros passos em direção ao embasamento teórico da questão através do livro de bolso “*O que é Ética?*”, do filósofo Prof. Dr. Álvaro Valls da Universitat Heidelberg (Alemanha). Consultamos ainda alguns artigos de outros autores que discutem a questão da ética e da comunicação para nos aprofundamos um pouco mais nessa questão e assim, confrontá-la com o jornalismo, o que faremos utilizando dois livros básicos, *Notícias do Planalto* do jornalista Mario Sergio Conti da Folha de S. Paulo – que não é exatamente tão cartesiano assim – e *Jornalismo e Política* da estudiosa de ciências sócias Prof. Dra. Vera Chaia da USP (SP-SP), além de citações de outras obras e teóricos.

Esse trabalho também aborda reflexões sobre diversas implicações políticas em cima das leituras mencionadas acima, da cobertura da imprensa no período da eleição e da presidência de Fernando Collor, e da Câmara de Vereadores de São Paulo nos período das prefeituras de Luiza Erundina, Paulo Maluf e Celso Pitta.

Vale enfatizar que este estudo se trata de uma investigação preliminar sobre o tema proposto que, se tratando de uma questão tão delicada quanto a *Ética*, levantará mais dúvidas do que respostas, o que acreditamos ser natural quando se aborda uma temática tão profunda como esta.

1. O Que é Ética?

Resenhando o livro de Álvaro Valls em um parágrafo, poderíamos dizer que a obra traz excelentes referências para quem busca a compreensão teórica da ética, ou ao menos iniciar uma reflexão sobre a questão. O autor aponta quais são as principais correntes de estudos da ética, sua evolução histórica, iniciando na Grécia Antiga, passando pela era medieval, o Iluminismo e chegando ao cenário da era moderna até alcançar a contemporaneidade. Nesse caminho, vários importantes pensadores e suas obras são mencionados, mostrando os valores e ideais e nos dando parâmetro para uma reflexão ética.

Em princípio, Valls vai trabalhar em cima da questão epistemológica da ética, na qual expõe: “A ética (...) é entendida como um estudo ou uma reflexão, científica ou filosófica, e eventualmente até teológica, sobre os costumes ou sobre as relações humanas”. O autor destaca a questão da ética não só como um estudo ou reflexão, mas como parte da vida e das ações cotidianas do homem: “(...) também chamamos de ética a própria vida, quando conforme os costumes considerados corretos. A ética pode ser a própria realização de um tipo de comportamento (1996: 7)”. Segundo o autor, existem dois campos de estudo da Ética: “(...) num, os problemas gerais e fundamentais (...) e no segundo, os problemas específicos”. Mas, apesar de diferentes campos de estudo, novamente, Valls destaca a importância da ética inserida no cotidiano do homem, “pois na vida real eles não vêm assim separados” (1996: 8). Sendo diretamente associada à vida cotidiana, a reflexão ética logo leva o homem a diversos questionamentos sobre suas atitudes e comportamentos, assim, no mundo atual, qualquer um, como o próprio autor, poderia colocar a seguinte questão, uma das mais importantes e pertinentes dentro do mundo neoliberal: “As questões da ética aparecem a cada dia (...) logo poderíamos nos perguntar se, num país capitalista, o princípio do lucro poderia ou deveria situar-se acima ou abaixo das leis da ética”. Acreditamos que, evidentemente, o princípio do lucro deveria situar-se abaixo das questões éticas, o que, infelizmente, como veremos mais adiante, não tem sido a regra quando analisamos a questão da ética jornalística.

Dentro dessa reflexão, Valls destaca que a ética é um conceito muito singular à moral, “(...) a palavra *moral* é sinônimo de ética, acentuando talvez apenas o aspecto de interiorização das normas” (1996: 17). Mas é preciso tomar cuidado com essa interpretação, o estudioso Clóvis de Barros Filho¹, acredita que ética e moral não são sinônimos nem antônimos, possuem diversos pontos comuns, mas respondem a diferentes questões: “A moral (...) responde (...) à questão: <o que devo fazer>’. Já a ética (...) responde à pergunta: <como viver (para ser feliz)?>” (BARROS, 2000:

¹ Diretor pedagógico da FIAM/SP em 1999.

9). A obra de Valls ainda destaca que os dois grandes nomes dos estudos éticos, cujos pensamentos margeiam esse campo, do grego antigo *Sócrates* (470-399 a.C.), e do alemão prussiano *Kant* (1724-1804).

1.1 Valores Éticos

Vamos aqui, apontar os valores éticos que são levantados na obra de Álvaro Valls. Mencionamos na nossa apresentação que a ética está atrelada e vai além da Lei. Sendo a lei uma norma, ela “nos diz como devemos agir. E se devemos agir de tal modo, é porque (...) também podemos não agir deste modo” (1996: 48). Como veremos no próximo parágrafo, a norma como uma imposição de conduta se torna *moral*, e não ética, como bem coloca o santo medieval “Tomás de Aquino (...) desse uma importância fundamental à consciência moral. (...) Aquela voz interior que nos diz que devemos fazer, em todas ocasiões, o bem e evitar o mal” (1996: 63). Dessa forma, nem a própria Lei poderia se colocar acima dos maiores ideais éticos, tais como o *Bem*, a *liberdade*, a *universalidade* e outros que veremos a seguir. A moral só pode surgir, então, como um firmamento das práticas éticas, e não como imposição de normas, como eram as leis de Deus na Idade Média. Essas práticas éticas estariam balizadas pela *razão* na linha de pensamento do iluminista Kant, “(...) a moral é a racionalidade do sujeito (...) porque é dever, eis o único motivo válido da ação moral”, e se assim não o fosse, então “legalidade e moralidade se tornam extremos opostos (1996: 20). Na linha de Kant, a filósofa e analista junguiana, Adriana T. Nogueira², diz que “A consciência moral caracteriza-se em sua origem como medo social e nada mais”, quadro típico da moral cristã medieval, ordenada pelas leis de Deus, assim, “A moral do ‘dever’ que culmina no imperativo categórico de Kant: <Age de tal maneira que possas ao mesmo tempo querer que a máxima da tua vontade se torne lei universal>” (NOGUEIRA, 2000: 41). A universalidade imposta, seria oposta ao conceito ético do universal como abordaremos mais adiante, dentro da própria filosofia kantiana.

Talvez o primeiro grande ideal ético que aparece, e que tão óbvio se parece, é a idéia do *Bem*, que já era um patamar desde a Grécia antiga. Platão (lembrando que foi este quem escreveu os pensamentos de Sócrates), dizia: “Os homens deveriam procurar, então, durante esta vida, a contemplação das idéias, e principalmente da idéia mais importante, a idéia do Bem” (1996: 25). A idéia do Bem traz em sua oposição, a idéia do Mal, que seria então, equivalente ao não ético, ao antiético. O Bem, para o filósofo dinamarquês Kierkegaard (1813-1855), seria uma escolha guiada pelo livre-arbítrio do homem, pois o “homem pode conhecer o bem e preferir o mal”. O Bem só

² Professora da PUC/RJ e FIAM/SP, formada em filosofia pela *Università Statale di Milano*.

pode ser alcançado a partir da livre escolha, jamais imposto, “(...) uma pessoa ética é aquela que age sempre a partir da alternativa bem ou mal (...) aquela que resolveu pautar seu comportamento por uma tal opção” (1996: 68), agir ético é negar o mal. O Bem é talvez o ideal ético mais aspirado desde a antiguidade, como enfatiza Valls: “Agir eticamente é agir de acordo com o bem (...) distinção levantada já há alguns milênios, parece continuar válida” (1996: 67). Segundo Adriana Nogueira, “O ‘Bem’ que a ética tradicional propõe é sempre um valor abstrato que (...) há de ser aplicado e realizado nas inúmeras e diversas situações do dia-a-dia. Mais uma vez ensina-se *ex cathedra* o que é <certo>”, assim viveríamos sempre num grande dilema: “(...) na vida real, nos encontramos todos perdidos sem ter as coordenadas para um agir ético” (2000: 44). É na busca de *como* fazer o *certo*, onde aparece a agir ético. Como fazer o *certo*, seria optar pelo *Bem*.

Ainda na Grécia antiga, Platão também vai trabalhar os ideais do homem baseado na sua racionalidade, apontando quais são os quatro principais valores éticos do homem:

“Nas pesquisas efetuadas dialeticamente (...) Platão vai organizando um quadro geral das diferentes virtudes. As principais virtudes são as seguintes: *Justiça (dike)* a virtude geral, que ordena e harmoniza (...) *Prudência* ou *Sabedoria (frônesis* ou *sofia)* é a virtude própria da alma racional, a racionalidade (...) *Fortaleza* ou *valor (andréia)* é a que faz com que (...) o prazer se subordine ao dever; *Temperança (sofrosine)* é a virtude (...) equivalente ao autodomínio, à harmonia individual” (1994: 27).

O livre-arbítrio (livre escolha entre o Bem e o Mal), base da liberdade individual, leva-nos a outro ideal ético geral fundamental, o ideal da *Liberdade*. Segundo Valls, “Falar de ética, significa falar de liberdade” (1996: 48). Segundo Karl Marx, *ética* e *liberdade* estão intrinsecamente atreladas, uma não existe sem a outra, “Quando (...) não há mais espaço para a liberdade e conseqüentemente nem para a ética” (1996: 50).

Outro grande ideal geral fundamental da ética é a *universalidade*, que ganhou grande força durante a era medieval, a era cristã, quando “A meta da vida moral foi colocada mais alto, numa santidade, sinônimo de um amor perfeito (...) a mensagem ética profunda da liberdade, do amor, da fraternidade universal” (1996: 37). Apesar de estarem submissos a ideais religiosos, os ideais da *liberdade* e da *fraternidade universal* ganham força com o cristianismo, e são base também dos pensamentos iluministas que, ao invés das leis de Deus, seguem a razão do homem, e “(...) na sua linha kantiana, procura principalmente formas de procedimento prático que possam ser universalizáveis, isto é, uma ação moralmente boa é aquela que pode ser universalizável” (1996: 40). Mas a universalidade era balizada por outro ideal no pensamento de Kant, o qual “(...) a igualdade entre os homens é fundamental para o desenvolvimento de uma ética universal” (1996: 19). O ideal ético da fraternidade universal, da *igualdade* de Kant e do próprio cristianismo também estão atrelados ao pensamento de Marx: “O marxismo é, no século XX, uma grande tradição de

preocupações éticas, nos quais persistem elementos do cristianismo em forma secularizada” (1996: 39), o próprio *socialismo* é assim um ideal ético moderno, antes mesmo de ser um regime político ou bloco econômico.

O Renascimento trouxe de volta a *razão* como condutora das reflexões éticas, neste momento, só a razão humana poderia guiar a questão ética, era o movimento iluminista. O exercício do pensamento racional para o filósofo francês René Descartes era o uso do *bom-senso*, este julgaria o que é certo e o que é errado, incluindo o que seria a conduta ética do homem. Todo o período do Renascimento à Revolução Francesa teve grande influência nas questões éticas, Valls coloca que, “Com o Renascimento e a Idade Moderna, junto com a imprensa (...) a ética agora desenvolve principalmente a preocupação com a autonomia moral do indivíduo” (1996: 63), essa autonomia individual estaria atrelada à razão, e não mais a dogmas como na Idade Média. É quando surge e se desenvolve a burguesia e se constroem os Estados nacionais, “(...) entre os séculos XV e XVIII, a burguesia que começava a crescer (...) acentuou outros aspectos da ética: o ideal seria viver de acordo com a própria liberdade pessoal, e em termos sociais o grande lema foi o dos franceses: liberdade, igualdade, fraternidade” (1996: 45).

A criação dos Estados nacionais traz novas questões que concernem à ética, Hegel (1770-1831), expõe que “(...) a liberdade se daria na existência concreta, organizando-se num Estado” (1996: 65). A linha hegeliana conceitua, então, a liberdade atrelada a um novo conceito, o de *cidadania*, “A liberdade do indivíduo só se completa como liberdade do cidadão de um Estado livre e de direito. As leis, a Constituição (...) a própria prática de eleições periódicas aparecem hoje como questões éticas fundamentais” (1996: 74). Porém, a cidadania atrelada ao Estado traz uma séria reflexão, ainda pertinente à contemporaneidade, talvez a grande crítica ao pensamento hegeliano:

“Os Estados que existem de fato são a instância do interesse comum universal, acima das classes e dos interesses egoístas privados e de pequenos grupos. Ou são de fato aparelhos conquistados por esses grupos, por uma classe dominante, que conquista o Estado para usar dele como seu instrumento de hegemonia, para a dominação e a exploração dos desprivilegiados?” (1996: 75).

Sinteticamente até aqui, montando uma lista de palavras-chave ligadas à ética, teríamos os seguintes valores: *Bem, liberdade, igualdade, fraternidade, universalidade, o livre-arbítrio, a razão, bom-senso, justiça, prudência, fortaleza, temperança, socialismo, cidadania.*

1.2 Ética e Comunicação

Diversas questões éticas concernem o papel da comunicação na sociedade atual. Algumas delas implicam nos maiores ideais éticos, o *Bem* e a *Liberdade*. Para o estudioso de Frankfurt Theodor Adorno (1903-1969), a opção pelo Bem está ficando subserviente a outros fatores:

“A questão atual é (...) saber se (...) os homens se sentem em condições de agir individualmente, isto é, agir moralmente. A massificação, a indústria cultural, a ditadura dos meios de comunicação e mesmo as ditaduras políticas são fenômenos que têm de ser analisados também nessa perspectiva, para sabermos até que ponto o homem de hoje ainda pode escolher entre o bem e o mal” (1996: 69).

Valls ratifica Adorno, atrelando a liberdade com a questão econômica e citando-o: “Liberdade da economia nada mais é do que a liberdade econômica', ou, mais simplesmente: só não depende do dinheiro quem o tem de sobra” (1996: 51). E seguindo essa linha frankfurtiana, uma das questões da ética atual que põe em cheque o papel da comunicação é:

“(...) na massificação atual, a maioria hoje talvez não se comporte mais eticamente, pois não vive imoral, mas amoralmente. Os meios de comunicação de massa, as ideologias, os aparatos econômicos e do Estado, já não permitem mais a existência de sujeitos livres, de cidadãos conscientes e participantes, de consciências com capacidade julgadora. Seria o fim do indivíduo?” (1996: 47).

Adorno ainda “(...) chama a atenção para o fato de que hoje a ética foi reduzida a algo privado. (...) E se hoje a ética ficou reduzida ao particular, ao privado, isto é um mau sinal” (1996: 70). Entre os questionamentos éticos aqui levantados, dos mais gerais aos mais específicos, figura também o jornalismo (que é mantido por empresas privadas na maioria dos casos), e tem o seu próprio código de ética. Valls, então, questiona o próprio valor do noticiário:

“(...) valeria a pena analisar a ótica e a sintaxe da comunicação que aparecem (...) nos noticiários atuais (...) a lógica simples do 'e', da adição pura e simples (...) este tipo de comunicação (...) não favorece o despertar de uma consciência eticamente mais crítica (...) reforça a indiferença e o sentimento de impotência do espectador” (1996: 77).

Essa sintaxe do jornalismo atual (informativa) teria mudado muito de seus primórdios da imprensa (opinativa), teria atrofiado a capacidade analítica das massas, as questões éticas, assim, teriam desaparecido. Tal advento vai de encontro com os estudos do sociólogo alemão Jürgen Habermas, que questiona o desaparecimento do espaço público na sociedade atual, fato vinculado ao papel dos meios de comunicação atualmente, e que vão além da imprensa:

“Assim, o rádio e a televisão podem ser muito mais ditatoriais do que o telefone, o qual, como as antigas cartas, possui uma forma mais dialogal. Isto não significa que aqueles, como meios de comunicação, não podem ser postos a serviço da democracia (...) na medida em que a informação

também é uma forma de poder e como tal, se bem distribuído, de favorecer as relações éticas entre os homens” (1996: 77).

Habermas expõe muito claramente que a *informação* é uma peça chave para a conscientização ética, assim, o *jornalismo* tem papel crucial nas questões que concernentes à sociedade atual e que passam pelo noticiário, a informação, a cobertura dos fatos, a escolha de pautas e fontes, e pelos próprios jornalistas. Ao jornalismo, talvez uma das grandes questões éticas mais relevantes, seja a levantada por Valls: até onde a construção de linguagem informativa e imparcial da imprensa pode ser ou não considerada ética?

2. A Questão do Jornalismo

Na obra “*Jornalismo e Política*”, a professora de ciências sociais Vera Chaia faz um estudo sobre a cobertura da grande mídia impressa paulistana, analisando e catalogando as notícias políticas desses jornais na Câmara Municipal de São Paulo durante as legislaturas da prefeita Luiza Erundina (1989-1992) e do prefeito Paulo Maluf (1993-1996); além de uma análise da cobertura das notícias da imprensa em cima do escândalo da “Máfia dos Fiscais”, que estourou durante a prefeitura de Celso Pitta (1997-2000).

A análise das notícias políticas feita por Vera é baseada em alguns conceitos, um deles de Shaw³, intitulado *agenda-setting*: “Em consequência da ação dos jornais, da televisão e dos outros meios de informação, o público sabe ou ignora, presta atenção ou descarta, realça ou negligencia elementos específicos do cenário público” (2004: 10). Tal conceito, segundo Vera, parte do “(...) pressuposto básico (...) é que, se os indivíduos não possuem um repertório próprio sobre um determinado tema, eles recebem esses conhecimentos e assimilam a realidade social por meio do prisma dos *mass media*” (2004: 11). A questão, então, é: quais são esses prismas e como são construídos?

O “prisma” do jornalismo na cobertura política é o critério de seleção e construção das notícias e informações. É o que comenta Vera (*apud* Silva)⁴: “Os critérios de seleção das notícias, evidentemente, variam de acordo com um sem-número de valores”. E quais seriam esses valores? Os critérios de seleção das notícias “(...) prioriza determinadas notícias segundo critério dos *gatekeepers* que atuam neste meio de comunicação” (2004: 11). O processo do *gatekeeper* é, segundo Vera: “(...) um processo complexo de elaboração, envolvendo repórteres, editores, proprietários dos jornais, políticos, *lobbies*, que influenciam e condicionam a inclusão ou exclusão

³ Shaw *apud* Wolf in “*Teorias da Comunicação*”, (pp. 130).

⁴ Em SILVA, Luiz Martins da. *Imprensa e Cidadania: Possibilidade e Contradições* (pp. 52) in *Imprensa e Poder*. Brasília: UnB, 2002.

de determinadas matérias. As fontes que irão dar credibilidade às matérias também são selecionadas a partir de critérios estabelecidos pelo editor e, em muitos casos, pelo dono do jornal” (2004: 11). Para sintetizar a idéia do *agenda-setting*, Vera aponta os estudos de Fernando Antonio Azevedo⁵, que diz:

“(...) a idéia implícita na noção do *agenda-setting* é a de que: (1) a mídia (...) define quais são os temas, acontecimentos e atores (objetos) relevantes para notícia; (2) (...) estabelece uma escala de proeminência entre esses objetos; (3) (...) constrói atributos (negativos ou positivos) sobre esses objetos; (4) há uma relação direta e causal entre as proeminências dos tópicos da mídia e a percepção de quais são os temas (*issues*) importantes num determinado momento histórico” (2004: 12).

Em outras palavras, a mídia define de *que* e de *quem* vai falar e *como* vai falar, determinando *quais* informações e de *que forma* o público terá acesso a elas. Com essa noção colocada, Vera vai encontrar nos estudos de Kleinnijenhuis e Rietberg⁶, alguns modelos básicos de *agenda-setting*, que seriam: *Bottom-up*: no qual a mídia exerce um papel de comunicação entre políticos e público, não sendo formadora de opinião; *Top-down*: a elite política determina o agendamento dos temas tratados pela imprensa; e *Mediacracy*: a mídia influi na agenda política e pública. Entendemos que o modelo *bottom-up* vai de encontro com o ideal de como a imprensa se apresenta para o público, como sendo apenas um canal de comunicação entre este e a classe política, como veremos a seguir.

2.1 Os Ideais da Imprensa

O grande paradigma da imprensa atual é o jornalismo *informativo* que, como já comentamos, se opõe ao modelo *opinativo* que remota aos primórdios dos séculos XVII e XVIII. É justamente nessa linha que o jornalista Eugênio Bucci⁷, se referindo ao cenário da Revolução Francesa no século XVIII, nos fala qual é o grande paradigma da imprensa na época de quando teria surgido: “*todo poder emana do povo, portanto o povo precisa ter informação para poder delegar poder, portanto a informação é um direito fundamental do cidadão*”. Apesar deste paradigma ser oriundo de uma época em que o jornalismo se consistia como de cunho opinativo, Bucci vai questionar essa prática, expondo que: “O jornalismo de opinião no seu início durante o século XVIII era um veículo de propaganda das idéias iluministas e o jornalismo deve ser um veículo isento de informação para que o público chegue as suas próprias conclusões”, esse é, então, o ideal do jornalismo informativo praticado hoje. Ideal que, conforme abordado no tópico anterior (1.2),

⁵ Em AZEVEDO, Fernando. *Espaço Público, Mídia e Modernização das Campanhas Eleitorais no Brasil*. SP (VII Compós): PUC/SP, julho 1998 (pp. 11).

⁶ Ver CHAIA, 2004: 12-13.

⁷ Ver “*Jornalismo Sitiado*”; Módulo: “*O papel da mídia na sociedade digital*”.

Álvaro Valls questiona com sendo alienador, impossibilitando a formação de uma consciência crítica em relação às questões éticas, entretanto, um debate sobre qual prática de jornalismo seria melhor, opinativa ou informativa, não cabe neste momento, mas certamente merece uma reflexão mais profunda.

Fica claro até aqui, que dentro do paradigma de que a *informação* é um direito de todos, tal deve ser *isenta*, e os veículos jornalísticos devem obedecer a essa isenção, conforme a própria mídia se apresenta ao público, como nos diz Vera, “(...) a imprensa se apresenta como ‘independente’, ‘autônoma’ e ‘fiscalizadora’; a visão ‘apolítica’ dos meios de comunicação (...)” (2004: 15), palavras que ratificam os conceitos de *agenda-setting* da mídia, que apresentam ideais de imprensa vinculados ao modelo *bottom-up*, no qual se coloca como *neutra* na cobertura política, entretanto, esta neutralidade aparentada pelo jargão informativo adotado pelos veículos, esconde-se sob a *pauta* das informações, que também pode ser um meio de se manipular os acontecimentos veiculados conforme veremos a seguir.

A importância do *agenda-setting*, a questão da pauta jornalística, em relação ao paradigma do acesso à informação, está no fato de a mídia ser considerada o meio de expressão da opinião pública, como revela Vera, “(...) os meios de comunicação de massa, principalmente a imprensa escrita, exercem papel fundamental nas sociedades democráticas (...) são (...) formadores quanto veículos de expressão da opinião pública” (2004: 15). Para que público tenha a sua opinião, ele precisa de informação, mas como a opinião pública pode ser exatamente do público se as informações que chegam a este são pautadas pela própria mídia? Se a mídia pauta a informação, como dizer que a opinião pública que ela *expressa*, segundo Chaia, não segue apenas os assuntos pautados por ela própria? Não seria, então, a opinião pública, a opinião da própria mídia? Ainda mais quando a construção das notícias pautadas se dá de uma forma que, confrontando-se com os valores levantados aqui como valores éticos do jornalismo, suscita diversas dúvidas a respeito, especialmente em relação ao quesito fundamental da democracia conforme revelado por Eugênio Bucci, o direito fundamental *universal* de acesso à informação: exatamente *que* informação e de *que* forma ela chega ao público?

Para refletirmos sobre isso, listamos a seguir os valores até aqui mencionados que, assim, poderíamos atribuir como os valores éticos do jornalismo, que poderiam ser expressos pelas seguintes palavras-chave: *informação como direito fundamental do cidadão, isenção, independência, autonomia, fiscalização, visão apolítica, neutralidade*. Para refletir sobre esses valores, vamos retornar aos estudos de Vera Chaia nos próximos tópicos.

2.2 Jornais e Jornalistas

Os estudos de Vera Chaia são de imensa valia para entendermos como a imprensa atua (na cobertura política), e como os valores anteriormente mencionamos se relacionam com os jornalistas e seus veículos informativos, ou, também, como se dá a própria construção das notícias. Além da questão da pauta, revelada através dos estudos sobre *agenda-setting*, Vera demonstra que a construção da notícia é de suma importância, citando Swanson⁸, diz que:

“As formas usadas freqüentemente de fazer as notícias mais interessantes para o público incluem (...) enfatizar dramas e conflitos; concentrar-se em acontecimentos concretos (...) personalizar as notícias apresentando pessoas concretas na representação das instituições (...) reduzir assuntos à simples histórias com moral” (2004: 16).

Com essa colocação, poderíamos questionar o fato do jornalismo criar “histórias com moral”, refletindo se esta *moral* jornalística não seria semelhante a *moral* como uma imposição, como denunciava o imperativo categórico de Kant, que seria a universalização da moral *da* mídia, em detrimento do que talvez devesse ser a universalização da moral *através da* mídia? A mídia, ao apresentar uma história com *moral*, não estaria interferindo no princípio da *isenção* apontado por Bucci?

A própria Vera enfatiza que a cobertura *neutra* do jornalismo não se verifica na prática, o noticiário político segue a linha do que aponta um estudo de Patterson⁹, o chamado *jornalismo interpretativo* (portanto não isento), no qual, teoricamente, o jornalista teria mais autonomia para redigir as matérias, “Neste tipo de jornalismo, o jornalista é um analista e constrói a matéria segundo suas escolhas pessoais e <devido à maior oportunidade para expressar suas visões sobre a política, os jornalistas atacam cada vez mais os líderes e as instituições políticas>” (2004: 18). Isso nos mostra também de forma clara que, sendo *interpretativo*, seria impossível a informação conter uma visão ‘apolítica’, a interpretação pode ter vários diferentes vieses, mas, em nenhum caso, ser apolítica. Um desses vieses interpretativos poderia ser o *denuncismo*, como aponta Vera (*apud* Waisborg)¹⁰: “(...) seria uma deformação do jornalismo investigativo, caracterizada pela pouca investigação independente (...) predomina o sensacional, a narração de uma história dramatizada, onde a denúncia não é fundamentada, o registro dos fatos não é feito com isenção” (2004: 18). Apesar do jornalismo se apresentar neutro, notamos que a atuação do jornalista deixa de ser

⁸ Em SWANSON, David L. *El Campo de la Comunicación Política* (pp. 14) in Munõs Alonso A. y Rospir J. L. (orgs). *Comunicación Política*. Madrid: Universitas, 1995.

⁹ Em PATTERSON, Tomas. *Serão os Media Noticiosos Actores Políticos Eficazes?* (pp. 90) in *Revista de Comunicação e Linguagem*. Lisboa: Relógio D’Água, 2000.

¹⁰ Em ABREU A. A. de; LATTMAN-WELTMAN, F. E. KORNIS, M. *A Mídia e Política no Brasil – Jornalismo e Ficção*. RJ: FGV, 2003 (pp. 10-11).

imparcial, se afastando tanto do ideal da isenção, quanto do ideal da visão ‘apolítica’. Além da visão política do jornalista, Vera aponta que a falta de isenção também permeia o noticiário, fato que se agrava quando denuncia que: “As notícias sobre política serão construídas a partir da escolha pessoal dos jornalistas (...) mas fazendo parte de uma máquina e de uma empresa jornalística que é dirigida por diretores e editores que obedecem à linha diretriz traçada pelos proprietários dessa empresa” (2004: 19).

O alinhamento da pauta jornalística à diretriz dos proprietários dessas empresas põe em xeque o ideal de independência e de autonomia desses veículos. Entendendo esses veículos como empresas que muitas vezes se constituem em grandes corporações de mídia, pensamos como fica essa independência em função do que coloca o lingüista e filósofo norte-americano Noam Chomsky do MIT (Massachusetts Institute of Technology): “Uma corporação moderna (...) é tão próxima do ideal totalitário quanto qualquer instituição construída pelo homem. As decisões são tomadas no topo, transferidas para os burocratas (gerentes) em sucessivos níveis inferiores e, finalmente, executadas pelos funcionários que apenas seguem ordens. Essas tiranias privadas são em grande parte não-explicadas ao público” (CHOMSKY, 2007: 10-11). Sendo as empresas jornalísticas corporações modernas, o ideal totalitário poderia ser expresso pela imposição da pauta a partir do topo das instituições, na base, repórteres e jornalistas (funcionários) apenas trabalham as notícias seguindo a linha dessa “tirania”, como aponta Chomsky, ma qual a sua autonomia e independência seriam, dessa forma, limitadas. Lembrando que antes de tudo, como empresas, os veículos de mídia funcionam a partir do princípio do lucro, de forma que a imposição das pautas, dentro da hierarquia empresarial, muitas vezes, está submissa aos interesses mercadológicos dessas empresas, do valor comercial da venda de informação, dos interesses e alianças políticas e, enfim, da questão da verba publicitária e parcerias comerciais, fatores que podem influir na cobertura da imprensa. Tudo isso põe em dúvida a questão da independência e da autonomia, não só na atuação dos jornalistas, mas também na linha diretriz das pautas abordadas pelas empresas jornalísticas. Seguindo nessa linha de reflexão, assumindo que as empresas jornalísticas têm sim os seus alinhamentos políticos e interesses comerciais, possuem os seus próprios objetivos e são fiéis a eles, elas jamais podem ser entendidas como *neutras* em sua atuação na sociedade.

A relação mídia-poder, no que concerne à relação entre políticos e jornalistas, é definida por Vera da seguinte forma: “(...) é uma relação de mútua dependência, pois os políticos precisam dos meios de comunicação para serem conhecidos pelos eleitores, enquanto os jornalistas precisam dos políticos para obterem informações” (2004: 21). Vera vai exemplificar tal “casamento” entre jornalistas e políticos pelo que identifica como sendo o uso midiático das CPIs (Comissão Parlamentar de Inquérito): “As (...) CPIs (...) podem ser avaliadas (...) como fontes de obtenção de

informações que movimentam o mercado editorial, gerando matérias e notícias que chegam cotidianamente aos leitores”. Poderíamos acrescentar também, que além de uma fonte de notícias, as CPIs são uma fonte de visibilidade para os políticos nelas envolvidos, de forma que atendem perfeitamente à relação entre jornalistas e políticos como mencionada acima.

Ainda na relação entre mídia e poder, no que tange as empresas de mídia, poderíamos citar um velho exemplo do sociólogo Renato Ortiz da UNICAMP-SP, ainda da época da ditadura brasileira, de como os interesses empresariais da mídia se cruzam com os interesses do governo:

“(…) os interesses dos militares e dos empresários brasileiros se articulam para a derrubada de Goulart. (...) Se lembrarmos que a partir de 1966 é dado um incentivo real à fabricação de papel, e facilitada a importação de novos maquinários para edição, percebemos claramente que existe uma gama de interesses comuns entre Estado autoritário e o setor empresarial do Livro” (1998: 117).

Como comentamos anteriormente, a questão das verbas publicitárias também é algo que pode pesar na autonomia e independência da mídia. Essa questão se agrava ainda mais, pois o governo também participa dela, como nos conta Ortiz, “(…) um sistema de comunicações economicamente forte, dependente da publicidade, passa no caso brasileiro necessariamente pelo Estado” (1998: 121).

As relações entre mídia e poder colocadas nos parágrafos anteriores, nos leva a pensar até que ponto elas influem na construção das pautas jornalísticas, até onde elas interferem na autonomia, independência e neutralidade tanto dos jornalistas, quanto dos veículos de mídia? De qualquer modo, cremos que neste contexto, tais ideais sejam limitados.

2.3 Os Outros Modelos de *Agenda-Setting*

No tópico anterior analisamos o modelo de *agenda-setting* ‘*bottom-up*’ como sendo, além de um modelo de construção da pauta jornalística, um paradigma ou ideal de imprensa, a seguir, discorreremos sobre os demais modelos previamente mencionados. Dos modelos apresentados, aquele que nos parece ideal e congruente com o ambiente democrático, e seu nome o remete para tal, é o modelo *mediacracy*, no qual é a mídia quem influi no agendamento dos temas relativos à política. A imprensa teria uma função estratégica na vigília sobre o poder público, buscando e trazendo informações vitais para a população, exercendo aquele que seria um de seus maiores paradigmas como mantenedora do direito público de acesso à informação, a função *fiscalizadora* da imprensa. Dessa forma, outro ideal do jornalismo que estaria diretamente atrelado a tal modelo seria a função conhecida como *watch dog*¹¹, ou seja, a sua função de vigiar e investigar fatos que

¹¹ Cão de guarda.

concernem à opinião pública e as populações em geral, como bem define o jurista israelense Yochai Benkler¹², estudioso da sociedade em rede: “(...) diz respeito à função que chama de ‘cão de guarda’, na qual, sob o paradigma da liberdade de imprensa, os veículos de *mass media* exercem uma função de vigília sobre o que concerne ao interesse público”. Já Vera Chaia (*apud* Patterson)¹³, ratifica a importância da função “cão de guarda” da imprensa, mas faz uma ressalva: “(...) um jornalismo ‘cão de guarda’ é uma das melhores salvaguardas contra os abusos do poder. No entanto, as democracias precisam de um cão de guarda com bom-senso” (2004: 19). Em outras palavras, a vigília da imprensa estaria órfã daquilo que, como há muito já dizia Descartes, seria o único parâmetro racional capaz de guiar a conduta ética do Homem, o *bom-senso*. Ligando esta questão à própria ética jornalística, Vera cita Bucci¹⁴, que diz: “(...) falar em jornalismo é falar em vigilância do poder e, ao mesmo tempo, em prestação de informação relevantes para o público, segundo os direitos e necessidades do público (e não do governo)” (2004: 19). Bucci sempre se preocupa com o paradigma de direito ao acesso à informação pelo público, e expõe: “Numa sociedade democrática, não existe matéria que possa ser segredo de Estado”¹⁵. Nesse sentido, questionamos: e quanto ao jornalismo inserido nesse mesmo paradigma, até que ponto é ético esconder ou restringir o acesso às suas fontes?

Uma das facetas dessa função *watch dog* da imprensa seria o *jornalismo investigativo*, uma modalidade específica jornalística que, segundo Vera: “(...) pressupõe que os jornalistas tenham um papel ativo e envolve um trabalho de averiguação e de busca de fatos que comprovem determinadas denúncias” (2004: 19). Ainda assim, eventualmente, tal função não é baseada apenas na autonomia dos jornalistas, pode servir de pano de fundo para uma articulação destes com os políticos no intuito de defender determinados interesses, como adverte Vera, “Certos grupos políticos podem se unir com determinados meios de comunicação, visando estabelecer intercâmbios e alianças para combaterem inimigos comuns” (2004: 21)¹⁶. Dessa forma, mesmo a função *watch dog* estaria comprometida em termos de isenção e autonomia.

Por fim, o último modelo de *agenda-setting* mencionado é o *top-down*, no qual a pauta é imposta pela classe política. Modelo que podemos atribuir a diversos veículos controlados por políticos, cujos donos são políticos ou mantêm jornalistas e editores que ocupam cargos políticos, enfim, um modelo diretamente atrelado à classe política, no qual o agendamento dos temas abordados se dá conforme os seus interesses. Talvez seja o modelo mais sombrio dos mencionados,

¹² Em sua obra *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*, (pp. 236).

¹³ Em PATTERSON, Tomas. *Serão os Media Noticiosos Actores Políticos Eficazes?* (pp. 91) in *Revista de Comunicação e Linguagem*. Lisboa: Relógio D'Água, 2000.

¹⁴ Em BUCCI, Eugênio. *Sobre Ética e Imprensa*. SP: Cia das Letras, 2000 (pp. 18).

¹⁵ Ver “*Jornalismo Sitiado*”; Módulo: “*O papel da mídia na sociedade digital*”.

¹⁶ Um exemplo clássico: a aliança entre Collor e Marinho para combater Brizola em 1989. *N. do A.*

pois é difícil encontrar qualquer veículo, especialmente na grande mídia, que vai expor ao público as suas alianças políticas, que vai se colocar em nome de algum político ou partido, ou que vá até mesmo enfatizar que sua abordagem jornalística segue a linha dos donos, dos parceiros, e estes são políticos e/ou têm as suas alianças partidárias, algo que seria radicalmente contra as idéias de neutralidade e de visão apolítica conforme esses meios se posicionam para com o público. Deixando de lado a questão do modelo, Vera (*apud* Abreu Lattman-Weltman)¹⁷ nos mostra uma maneira de como a classe política pode influenciar a pauta do noticiário, criando fatos políticos para serem divulgados:

“Esse é outro aspecto da questão: a relação entre imprensa e poder, uma relação de muita cumplicidade, de muita proximidade e de muito fascínio da imprensa, pelo poder. A imprensa é vista pelo poder político e econômico como um instrumento, como um meio de transmitir determinadas informações que podem destruir um adversário político, um concorrente. A informação é passada para o jornalista porque alguém está interessada em divulgá-la. Logo, todo vazamento de informação tem um lado de manipulação política” (2004: 20).

Dessa forma, uma informação que muitas vezes chega à imprensa atribuída como iniciativa dela própria, pode ocultar o interesse político que quem passou ou vazou a informação para a mídia, seria, também, uma forma dos políticos estarem determinando os assuntos veiculados pela mídia.

2.4 Algumas Considerações

No artigo de Yochai Benkler citado em nota, ele comenta sobre outro paradigma próprio, específico e muito defendido pela imprensa, a *liberdade de imprensa*, a liberdade de expressão. Entendemos que este é um ideal que merece um estudo à parte ao que tange o jornalismo, tão vasta são as questões relacionadas ao tema. De alguma forma, porém, o que analisamos até aqui se encaixa no contexto de sociedades democráticas, nas quais a imprensa desfruta dessa liberdade como paradigma. Assim, entendemos que os exemplos e modelos apresentados aqui trazem em si, implicitamente, este ideal.

Compreendemos que, antes de qualquer crítica à imprensa, temos que entender o seu papel em relação ao paradigma levantado: a informação como direito fundamental do cidadão. Vimos nos estudos de Vera Chaia sobre o *agenda-setting*, quais são os modelos e alguns exemplos de *como* a imprensa vai focar e selecionar as pautas das matérias que são divulgadas para o público seguindo diferentes diretrizes, tanto dos jornalistas quanto de seus veículos. Refletimos, também, como isso se relaciona com alguns ideais éticos da própria imprensa. Mas, para compreendermos melhor se o

¹⁷ Em ABREU A. A. de; LATTMAN-WELTMAN, F. E. KORNIS, M. A *Mídia e Política no Brasil – Jornalismo e Ficção*. RJ: FGV, 2003 (pp. 13).

paradigma de acesso à informação é realmente eficaz dentro das sociedades democráticas, teríamos de analisar, pelo prisma do *agenda-setting*, quais são as informações que de fato chegam ao público e a relevância que elas têm para este. Fatores que a pesquisa de Vera sobre a cobertura política da Câmara de Vereadores de São Paulo tenta, em parte, responder e, depois de uma longa análise de centenas de notícias dessa cobertura jornalística, chega a algumas conclusões, algumas que vem ao encontro ao que levantamos até a presente etapa.

Mais uma vez, Vera destaca a relação entre jornalistas e políticos pela mútua dependência: “Também é ressaltada a relação de complementaridade entre os jornalistas – que precisam dos assuntos fornecidos pelos políticos para que estes sejam transformados em notícias – e os políticos, que necessitam da imprensa para que sejam divulgados seus projetos e suas opiniões políticas” (2004: 91). Apontando os estudos do sociólogo francês Pierre Bourdieu, Vera conclui que esta relação seja, como nas palavras dele, “de cumplicidade objetiva”, e depois argumenta: “O campo jornalístico é um ‘microcosmos’ com leis próprias, sendo que a busca da autonomia e da liberdade encontra barreiras impostas pela dinâmica deste <microcosmos>” (2004: 92). A questão é: as leis próprias deste ‘microcosmos’ podem superar a ética jornalística? Uma dúvida que remete a isenção e autonomia do jornalismo, a qual a estudiosa clarifica em suas conclusões, “(...) o trabalho jornalístico não goza da autonomia pretendida pelos jornalistas (...) na verdade, esta categoria está atendendo às exigências do próprio mercado, que opera visando o lucro e a audiência” (2004: 92).

Enfim, umas das conclusões em relação à análise do *agenda-setting* proposta por Vera, sobre as pautas e a construção das matérias, afirma: “A imagem construída pela mídia (...) é feita sob duas circunstâncias: o agendamento dos temas; e o fato de a veiculação das notícias passar pelo crivo pessoal dos jornalistas, que estabelecem seus critérios para consagrar o que é importante para a população (...) O princípio que norteia a seleção das notícias é o sensacionalismo, o que causa impacto” (2004: 92). E nós poderíamos acrescentar ao final dessa frase: o que ajuda vender jornal.

3. A Cobertura do Planalto

Neste capítulo, iremos analisar alguns casos narrados no livro do jornalista Mario Sergio Conti, “*Notícias do Planalto*” sobre a mídia e a cobertura política da presidência de Fernando Collor de Melo, confrontando-os com os valores e questões que levantamos nos capítulos anteriores.

3.1 A Cumplicidade

Neste tópico levantaremos exemplos que mostram um pouco da relação entre a mídia e os políticos. O primeiro, demonstra como em alguns casos se articulam os interesses entre o dono do veículo de mídia, o poder e a publicidade:

“Em julho de 1988, Alzugaray recomprou a *IstoÉ* (...) Comprou-a por 3 milhões de dólares (...) em 36 parcelas mensais (...) teria de vender cerca de dez páginas de publicidade a mais por mês. Saiu a campo. Visitou os donos de agências, grandes anunciantes e o presidente da FIESP (...) O editor também procurou Quércia.

– Comprei a *IstoÉ*, governador, tenho que pagar mais de 80 mil dólares por mês durante três anos, e queria saber: posso contar com o amigo?

– Pode contar comigo – respondeu Quércia (...) – Mas eu conto com você também” (1999: 422).

Nesta relação fica claro o comprometimento entre mídia e poder, e também a dependência econômica da mídia pela verba publicitária. Em função disso, *independência*, *autonomia*, e a própria *visão apolítica* ficam comprometidas. Dada a estreita relação entre o dono da revista e o governador estadual (SP), fica difícil saber até que ponto a informação desse veículo pode ser *isenta*.

A linha diretriz do dono dos veículos de mídia como um fator que interfere na pauta da informação jornalística fica exposta ao se analisar o editorial de alguns veículos impressos, nos quais a mensagem é sempre opinativa e expressa a visão, ou do próprio dono, ou da editoria a ele alinhada. Um exemplo de como um mesmo fato é interpretado de diversas maneiras, ou até mesmo ignorado, está nos editoriais que citaremos a seguir, cada qual seguindo o alinhamento político do veículo, demonstrando que *visão apolítica* não se aplica aos respectivos editoriais.

O caso refere-se a um episódio às vésperas do 2º turno das eleições de 89¹⁸, quando o presidenciável Collor de Mello trouxe uma ex-namorada (Miriam Cordeiro) de seu concorrente, o Lula, para um depoimento em seu programa eleitoral gratuito expondo fatos desagradáveis sobre o

¹⁸ À cinco dias do 2º turno, 12 de dezembro de 1989.

passado do candidato petista. Sobre esse ‘escândalo’, assim se posicionaram alguns dos principais veículos impressos brasileiros, conforme narrado por Conti:

“Na manhã seguinte (...) *O Globo* publicou um editorial (...) sustentou que ‘É chocante mesmo, lamentável que o confronto desça a esse nível, mas nem por isso deve-se deixar de perguntar se é verdadeiro’ (...) O jornal de Roberto Marinho concluiu assim o editorial: ‘Houve distorção? Ou aconteceu tal como narra a personagem apresentada no vídeo? Não cabe submeter o caso a inquérito. A sensibilidade do eleitor poderá ajudá-lo a discernir (...).

A *Folha de S. Paulo* não fez editorial sobre o assunto. O *Jornal do Brasil*, sim, condenou o PRN¹⁹ por ter apresentado a entrevista ‘A horas do seu encerramento, a campanha eleitoral foi truncada pela invasão da vida privada de Luis Inácio Lula da Silva’ (...) O *JB* comentou a acusação de que a ex-namorada de Lula havia sido paga para atacá-lo (...).

O *Estado de S. Paulo* dedicou o seu (...) editorial às eleições, mas não se referiu a Mirian Cordeiro (...) apresentou Lula como ‘prisioneiro das minorias anticonstitucionais que o PT abriga, afora os albaneses que se reúnem no PCdoB (...) possuidores de militante fanatismo xiita (...) além de ameaçar tantos quantos são proprietários’ (...) No fecho do editorial, o jornal da família Mesquita afirmou: ‘O programa do PT transformará o Brasil num país fora do mundo moderno (...) fará da democracia um simulacro e sacrificará os trabalhadores, como Stalin os sacrificou na Rússia, Castro em Cuba e Mao na China. Por tudo isso a posição do bom senso e do patriotismo recomenda que se vote (...) pelo Sr. Fernando Collor de Melo.’” (1999: 243-245).

Nota-se facilmente visões bem diferente nesses quatro editoriais exemplificados. Afora a *Folha de S. Paulo*, cujos *gatekeepers* bloquearam a informação, os demais três jornais o interpretaram de diferentes maneiras. *O Globo* tentou ser imparcial, colocou o paradigma do direito ao acesso à informação no julgamento do fato exposto, afinal o público não teria direito de saber tudo o que se passa na vida de um presidencial? Não deixa de ser uma forma de ratificar a conduta de Collor, sem, ao mesmo tempo, concordar com ela. O *Jornal do Brasil* se colocou contra o fato, defendendo a imagem de Lula, inclusive insinuando que a denúncia se trata de uma armação. Enfim, *O Estado de S. Paulo* não só ignorou o fato como se posicionou em prol de Collor, pedindo ao público que votasse nele. Nesses exemplos, expõe-se claramente como a linha diretriz dos donos dos veículos, ou seus *gatekeepers*, influem na pauta dos assuntos jornalísticos, entre as quais cada editoria vai embutir a sua própria *visão política* sobre um mesmo fato ou assunto – a corrida presidencial. A opinião expressa nesses editoriais nos dá pistas de qual será a linha diretriz da cobertura política jornalística desses veículos.

3.2 A Busca pelo Furo

Durante a CPI que investigava as relações entre o presidente Fernando Collor de Mello e seu tesoureiro Paulo César Farias, consta um episódio em que um político negocia a sua aparição na mídia, no caso, Renan Calheiros, que estava prestes a depor na CPI e oferece uma entrevista

¹⁹ PRN – Partido da Reconstrução Nacional, partido de Collor.

exclusiva à revista *Veja*. Um exemplo clássico de uso midiático gerado por uma crise política, quando os políticos procuram vaziar informações exclusivas e de seu interesse, além de usá-las para se projetarem frente à opinião pública, enquanto, pelo lado da mídia, a busca é por fatos valiosos ligados à crise que possam gerar boas matérias, os “furos” jornalísticos.

“Renan Calheiros pegou o telefone e foi avisado de que os dois jornalistas estavam indo naquele momento para a casa dele. Eles chegaram lá por volta das cinco e meia da manhã. Insistiram que queriam exclusividade na entrevista. Só assim ele poderia ser assunto de capa da próxima edição de *Veja*. ‘Mas que garantia vocês me dão de que a entrevista será capa?’, perguntou o deputado. Oinegue ligou para mim, que também estava dormindo, explicou o problema e passou o telefone para Renan. Eu garanti que ele sairia na capa da revista, desde que a entrevista fosse exclusiva e ele dissesse novidades sobre a associação entre Collor e Paulo César Farias. Renan então combinou com os dois repórteres de se encontrarem às dez horas da manhã” (1999: 573).

Esse exemplo coloca em xeque o paradigma de acesso à informação, tanto por parte do político que o restringe a apenas um veículo de mídia em troca de um destaque maior (capa), quanto por parte da revista, que atrelou o destaque ao valor da informação. No caso, vê-se que o comprometimento em informar por parte da mídia se dá em função de seu valor mercadológico, não por se tratar de uma informação que concerne ao público. Por parte do político, é uma chance de projetar positivamente sua imagem perante a opinião pública, revelando a ‘desonestidade’ e os ‘erros’ de um adversário ou opositor político. Esse também é um caso de uma informação que chega à imprensa seguindo o interesse do político em divulgá-la, o que, como vimos nas palavras de Lattman-Weltman²⁰, “tem um lado de manipulação política”.

Outro caso é o da revista *IstoÉ*, que trouxe a tona uma denúncia que possibilitou incriminar o presidente Fernando Collor. A matéria com Eriberto França, o motorista da Casa da Dinda, a morada de Collor em Brasília, coloca o paradigma do direito fundamental de acesso à informação em confronto com outros valores da ética, tais como a própria idéia do *Bem* e da *liberdade*. A conduta dos jornalistas na busca de informações conforme analise a seguir, revela que o único padrão ético perseguido pela revista, pelo qual se justifica suas ações, permeia o acesso as informações por parte do público, nem que para isso, às vezes, seja necessário deixar outros valores de lado. Mas até a busca pelo furo não segue exatamente o paradigma da informação como direito fundamental, e sim aos interesses mercadológicos dos veículos de mídia que precisam de fatos que gerem boas notícias, que aumentem seu valor comercial, seja da venda do seu produto, dos espaços publicitários ou da sua própria credibilidade como órgão jornalístico.

A matéria intitulada “*Eriberto, Um Brasileiro*”, começou a nascer quando a revista se viu na necessidade de criar um furo sobre a crise que envolvia Pedro Collor e PC Farias, pois a sua concorrente, a revista *Veja*, já havia publicado várias matérias estrondosas no transcorrer da crise,

²⁰ Ver página 18.

conforme dizia João Santana Filho, chefe da sucursal de Brasília da *IstoÉ*: “João Santana (...) achava inútil *IstoÉ* concorrer com *Veja* nos terrenos que a concorrente conquistara: a investigação de negócios no exterior, as entrevistas com aqueles que haviam integrado o governo e passaram a denunciá-lo, como Mota Veiga e Renan Calheiros, e o registro das ações e opiniões de Paulo César Farias” (1999: 586). Com a *Veja* na dianteira da cobertura da crise, o sentimento era de derrota na redação: “*IstoÉ* noticiara todos os escândalos da administração federal, mas patinou na apuração da briga entre Pedro Collor e o tesoureiro do presidente (...) Havia consciência, na redação, de que a revista entrara com o pé esquerdo na cobertura” (1999: 586). Assim, na busca de algum fato novo, a revista conseguiu uma entrevista com o presidente Fernando Collor: “Também com o intuito de diferenciar *IstoÉ* de *Veja*, João Santana Filho havia pedido ao porta-voz Pedro Luiz Rodrigues que o presidente desse uma entrevista exclusiva à primeira. Collor foi convencido a concedê-la” (1999: 588).

Mas o grande furo da *IstoÉ* apareceu graças às investigações de um fotógrafo da sucursal de Brasília, Mino Pedrosa. Ao buscar informações em uma empresa de PC Farias, a *Brasil-Jet*, o fotógrafo foi procurado por um rapaz que queria lhe vender informações²¹, após encontrarem-se algumas vezes, veio o relato: “Júnior parou de falar em trocar o documento por dinheiro. Ele contou que a *Brasil-Jet* pagava o aluguel de dois carros, um Opala vinho e um Santana preto, que eram usados pela secretária particular de Collor, Ana Acioli. Quem dirigia os carros era um motorista do Planalto que Júnior disse chamar-se ‘Elibelto.’” (1999: 591). Foi assim que Mino Pedrosa chegou ao nome de Eriberto França. O contato de Mino Pedrosa com o motorista é narrado da seguinte forma:

“Na lista dos empregados da Radiobrás, acharam o registro de Francisco Eriberto Freire França, um motorista que Mino Pedrosa conhecia de vista. O fotógrafo foi ao Planalto. Viu o rapaz num corredor e tirou uma foto dele.

– O que é isso? – reagiu o motorista, desconfiado.

– Estou gastando um resto de filme, depois te dou a foto (...) me dá o endereço da tua casa que eu vou mandar entregar a foto lá” (1999: 592).

Este exemplo mostra como, na busca da informação, outros padrões como do *bom-senso* são colocados de lado, o fotógrafo ludibria o motorista a fim de descobrir seu endereço. Uma vez com o endereço de Eriberto, na mesma noite, Pedrosa foi acompanhado de um repórter à casa do motorista:

“Pedrosa e Fonseca bateram à porta do pequeno apartamento do motorista. Já de pijama, Eriberto França se assustou ao vê-los.

– O que é isso, Mino? Tem merda aí?

– Tem, Eriberto, vamos conversar” (1999: 592).

²¹ Em CONTI, 1999: 589.

Mino Pedrosa passa a coagir Eriberto França, colocando que sabia que ele “(...) foi lotado na Radiobrás e (...) pegava cheques e dinheiro em espécie na *Brasil-Jet* e os entregava ao mordomo da Casa da Dinda” (1999: 593), como vemos no relato a seguir: “Mino Pedrosa abriu a conversa naquela noite de terça-feira dizendo que sabia que o motorista recebia comissão pelo aluguel dos carros de Ana Acioli. ‘Eu tenho a fatura provando isso’, anunciou” (1999: 593). Assim Pedrosa e Fonseca vão questionando Eriberto até que ele concordasse em dar informações:

“Augusto Fonseca e Pedrosa formavam uma dupla eficaz de entrevistadores. Enquanto o fotógrafo endurecia e cobrava detalhes, o repórter ponderava, entendia as preocupações de Eriberto França e o tranqüilizava. O motorista entregou alguns documentos aos repórteres. No fim da entrevista, Eriberto França falou-lhes que se desligaria da Radiobrás. ‘Não quero ser demitido a bem do serviço público’, explicou.

– E como agente vai ficar, com o Eriberto sem emprego? – perguntou Patrícia, a esposa de Eriberto.

– Dou minha palavra que ele vai ter um emprego na *IstoÉ*, ganhando o mesmo salário – respondeu Pedrosa” (1999: 594-595).

Mais uma vez o paradigma de acesso à informação se coloca acima de outros, no caso, o bem estar da fonte, Eriberto, que é obrigado a abdicar de seu emprego, e ainda, colocando a própria segurança em jogo. Tal ameaça é, inclusive, também utilizada para coagir a fonte, conforme o trecho a seguir:

“O chefe da sucursal propôs que gravassem uma entrevista e o motorista hesitou. ‘Você corre perigo, Eriberto’, disse Santana Filho. ‘O pessoal do governo vai saber que você está falando com agente’ (...) Combinaram que no dia seguinte, quinta-feira, Eriberto pediria demissão da Radiobrás. Na sexta, ele, Patrícia e os filhos viajariam para Salvador. No sábado, Santana os encontraria lá e os levaria para a fazenda de sua irmã (...) Só voltariam à Brasília depois que a entrevista tivesse sido publicada” (1999: 595-596).

Nesta passagem, é difícil saber se tal atitude foi tomada para preservar a segurança de Eriberto, se existia mesmo alguma ameaça para ele, ou foi uma iniciativa da revista, com objetivo de garantir que a informação que sua fonte estava fornecendo não vazasse para outros órgãos de imprensa ou aos políticos envolvidos.

Em posse das informações e dos documentos que Eriberto forneceu, a revista *IstoÉ* os submeteu a um político a fim de averiguar sua relevância. “Santana Filho (...) escolheu o senador Mário Covas por três motivos: considerava-o sério; ele era membro da CPI, e, tucano paulista, via com maus olhos o quercismo de *IstoÉ* (...) Covas ficou estarelecido com a história que Santana Filho lhe contou e com os documentos que viu” (1999: 596-597). Apesar do furo em mãos, a revista tinha outro problema, a entrevista com o presidente:

“O dono da revista perguntou se não era possível adiá-la para a edição seguinte. Na opinião de Alzugaray, era chato terem uma entrevista exclusiva com o presidente e, na mesma edição, darem

uma matéria incriminando-o (...) como explicar aos leitores que Santana Filho e Mino Carta não tivessem feito perguntas ao presidente, na manhã de quarta-feira, sobre as relações monetárias de sua secretária particular com a *Brasil-Jet* de Paulo César Farias?” (1999: 598).

O problema foi contornado com um editorial, no qual a revista alegou nada saber ainda das revelações de Eriberto quando entrevistara o presidente. Mas, de fato, sabia sim, mas nada poderia perguntar ao presidente sem que o furo vazasse para o governo e a concorrência.

“No editorial intitulado ‘Questão Moral’, escreveu-se: ‘Na manhã de quarta-feira, os entrevistados não sabiam, e sequer imaginavam, que certas pistas seguidas já há alguns dias pelos repórteres Augusto Fonseca e Mino Pedrosa, da sucursal de Brasília, na noite de quarta para quinta, numa personagem, possivelmente decisiva, para o esclarecimento do imbróglio’. Com isso, o encontro dos repórteres com Eriberto França, no apartamento do motorista, foi transferido da noite de terça para a de quarta”. (1999: 598-599).

Apesar de mentir em seu editorial intitulado “Questão Moral”, a revista *IstoÉ* jamais se perguntou se a sua conduta para com Eriberto, se colocava dentro desta moral, apesar de ter aceitado os termos da revista, o motorista foi obrigado a abdicar de seu emprego e se refugiar com a família longe de Brasília. Somente depois da matéria publicada é que Eriberto se deu conta da relevância de suas informações dentro da crise presidencial, e que ficaria marcado para sempre, conforme ele próprio expressou: “Vocês me enganaram. Vocês me falaram que eu só ia aparecer na revista. Vocês foderam minha vida – disse ele” (1999: 600). Sobre as palavras do motorista, o chefe da sucursal de Brasília de *IstoÉ* (Santana Filho) tenta acalmar Eriberto, mas não preocupado com ele, e sim em proteger as informações que divulgara, “Calma Eriberto, vai dar tudo certo – disse o jornalista, com um medo crescente de que o motorista voltasse atrás nas suas declarações” (1999: 600). Despreocupado com o destino do motorista, o jornalista apenas se deleitava com o seu prêmio, a matéria publicada.

“Na noite do mesmo domingo, Santana Filho foi para Salvador e pegou um vôo para Brasília. Entrou atrasado no avião, onde estavam sentadas umas cinquenta pessoas. Teve então a maior recompensa profissional da carreira dele: a maioria dos passageiros segurava *IstoÉ* e lia a sua reportagem” (1999: 601).

O jornalista ganhou sua recompensa profissional, a revista *IstoÉ* obteve seu furo jornalístico, e a crise presidencial correu para seu desfecho. A informação, que envolvia corrupção da figura pública mais notória do país, foi a público como reza o paradigma democrático. Mas e a vida de Eriberto?

“Tendo perdido o emprego no Palácio do Planalto, e com ele o direito de usar o apartamento funcional, Eriberto França foi contratado para ser motorista de *IstoÉ* em Brasília, o fotógrafo Mino Pedrosa e o chefe de sucursal João Santana Filho, foram fiadores de seu apartamento, cujo aluguel Domingo Alzugaray, o dono da revista, pagou. O motorista não se deu bem na nova função. Encaminhou ao governo Itamar Franco um pedido de reintegração no cargo, que lhe foi negado.

Eriberto França quis ser demitido de *IstoÉ*. Com o fundo de garantia e uma indenização que lhe foi dada por Alzugaray, comprou uma Kombi para trabalhar por conta própria. Ele e Patrícia se separaram. O motor da Kombi fundiu e Eriberto França se viu sem emprego, sem meios de sobrevivência e sem ter como pagar a pensão dos filhos. Foi morar num quarto alugado. Sobrevivia fazendo bicos. Diversas vezes, procurou Mino Pedrosa para pedir que ele lhe pagasse o almoço. O fotógrafo falou com parlamentares e ministros para que arrumassem um emprego para o motorista. Nenhum deles fez nada. Em junho de 1995, Odacir Klein, então ministro dos Transportes, empregou Eriberto França como contínuo. Ele passou a ganhar menos de trezentos dólares por mês. Quando a situação financeira aperta, o herói do caso Collor vai para a rua e ganha alguns trocados tomando conta de carros” (1999: 681-682).

Neste caso a vida de Eriberto está abaixo da importância maior que o acesso público às informações, ou seja, qualquer valor ético que possa ser relacionado com a vida particular de algumas pessoas, ou que pudesse ser parâmetro de conduta nas investigações jornalísticas, em segundo plano em relação ao que tange o acesso à informação. Mas o direito à informação, segundo este mesmo exemplo, está subordinado a outro fator relacionado diretamente ao valor comercial da própria informação: a exclusividade ao acesso, o furo. Mais importante que a informação vir a público, é sua posse por parte do veículo, não de seus concorrentes. Assim, para defender a exclusividade da informação, sem a qual não há furo jornalístico, outros padrões éticos são colocados abaixo.

3.3 Advogando Eriberto

No livro “*Sobre Ética e Imprensa*”, Eugênio Bucci revela quais são os códigos de ética do jornalismo brasileiro (aprovado pela Federação Nacional dos Jornalistas – 1985)²². Analisando o *case* acima com Eriberto França, identificamos as seguintes questões que concernem ao referido código²³.

A busca da informação que incriminou Fernando Collor segue piamente o que reza o 1º artigo do código mencionado:

“I – Do direito à informação

Art. 1 – O acesso à informação pública é um direito inerente à condição de vida em sociedade, que não pode ser impedido por nenhum interesse”.

Quando falamos da figura pública do presidente da república, a informação ganha ainda outra relevância no código de ética:

“Art. 4 – A prestação de informações pelas instituições públicas, privadas e particulares, cujas atividades produzam efeito na vida em sociedade é uma obrigação”.

²² Ver BUCCI, 2000: 214-219.

²³ A análise a seguir é apenas para refletirmos sobre o código de ética colocado no livro de Eugênio Bucci. *N. do A.*

Porém, quando lembramos que em seu editorial “Questão Moral”, a *IstoÉ* informou ter realizado a entrevista com Eriberto em uma quarta-feira quando de fato esta ocorreu no dia anterior, a revista vai contra o que reza o 2º e o 3º artigo do código:

“Art. 2 – A divulgação da **informação precisa**²⁴ é dever dos meios de comunicação pública **independente da natureza** de sua propriedade.

“Art. 3 – A informação divulgada pelos meios de comunicação pública se pautará pela **real ocorrência** dos fatos (...)”.

Assim, no caso desse editorial, a *IstoÉ* poderia ter optado em falar a verdade, que simplesmente não perguntara nada ao presidente na entrevista por ainda estar apurando as informações junto a Eriberto, que não poderia expor a sua fonte antes da publicação. Seria uma opção mais ética do que manipular a data em que obtivera as informações.

Quanto à investigação jornalística que levou a revista às informações que Eriberto possuía, mais uma vez, se obedece ao que diz o código:

“II – Da conduta profissional do jornalista

Art. 7 – O comprometimento fundamental do jornalista é com a verdade dos fatos, e seu trabalho se pauta pela **precisa** apuração dos acontecimentos e sua correta divulgação”.

Art. 9 – É dever do jornalista:

a) *Divulgar todos os fatos que sejam de interesse público*”.

Porém, quando analisamos a conduta de Mino Pedrosa ao abordar e depois interrogar Eriberto França, pressionando-o além do limite do bom-senso, percebemos que essa conduta vai contra o que reza o artigo 9, sobre a conduta profissional do jornalista:

“Art. 9 – É dever do jornalista:

e) *Opor-se ao arbítrio, ao autoritarismo e à opressão, bem como defender os princípios expressos na Declaração Universal dos Direitos do Homem*”.

Mas, no nosso entender, a principal quebra da ética por parte da revista *IstoÉ*, está no que reza o artigo 8, também referente à conduta profissional do jornalista:

“Art. 8 – *Sempre que considerar correto e necessário, o jornalista resguardará a origem e identidade das suas fontes de informação*”.

Pela narrativa de Conti, percebe-se que Eriberto não estava plenamente consciente das conseqüências do impacto que as informações e os documentos publicados pela *IstoÉ* teriam em sua vida, pelo contrário, pressionou o motorista para que gravasse sua entrevista. A *IstoÉ*, porém, estava ciente da gravidade e do impacto da matéria que estava redigindo, inclusive a submetera a análise do senador Mário Covas que atestou sua relevância. Era um dever ético a revista advertir Eriberto

²⁴ Grifos nossos.

das possíveis conseqüências de suas revelações sobre sua vida pessoal, um fator que o desfecho de sua história revela não ter acontecido. Talvez, nesse caso, a revista poderia ter optado em proteger a identidade de Eriberto, em dever, justamente, do que reza o artigo do código colocado acima. Percebemos que, pelo contrário, as atitudes da *IstoÉ* seguiram o intuito de proteger sua informação, levando Eriberto para longe de Brasília e, inclusive, gravando seu depoimento, nada mais que uma forma da revista se isentar das informações que está divulgando, pois são palavras e provas fornecidas por um cidadão e não especulações de seus analistas, além de promover o sensacional. Como dissemos, a revista teve o seu furo, já Eriberto, conforme narra Conti, ficou marcado para resto da vida: “o herói do caso Collor”, mas a que preço?

Apesar da informação relativa à crise da presidência de Fernando Collor, o elo final de ligação entre Collor e PC Farias, ter vindo a público, a grande questão que fica é: pode o paradigma da *informação como um direito fundamental do cidadão* se colocar acima de valores que concernem à liberdade do indivíduo? O *Bem* e a *Liberdade* de um estão subordinados ao direito de acesso às informações de todos? Na prática da grande imprensa, conforme observado nesta análise, a resposta é sim.

Considerações Finais

Logo na introdução deste estudo, enfatizamos que nosso objetivo maior era levantar questionamentos ao invés de alcançar respostas definitivas, para tal, entendemos ser necessário nada menor do que um embasamento com amplas referências e uma longa dissertação. No que concerne à ética no jornalismo de um modo geral, após as diversas questões e exemplos colocados, a melhor maneira de definir esta relação talvez esteja na seguinte frase da psicóloga e analista junguiana Adriana Nogueira, que opina sobre a questão no mundo atual: “Talvez sejamos ainda platônicos: contemplamos e mobiliamos o nosso mundo ideal enquanto o real não tem quem o compreenda” (NOGUEIRA, 2000: 44). Pelo que analisamos sobre os paradigmas éticos do jornalismo, podemos afirmar que existe uma distância platônica entre seus valores reconhecidos e a prática real da “arte de fazer jornal”.

A Obra de Álvaro Valls

A nosso ver, apenas dois fatores ficaram carentes no conteúdo do livro de Álvaro Valls adotado neste estudo, ambos ligados à questão mais atual da ética. O primeiro seguindo a linha da psicóloga Adriana Nogueira, que afirma ser impossível se falar de ética sem mencionar Jung ou Freud, sem ligá-la à questão da *psique* humana, o que nos faz muito sentido. O segundo fator concerne a uma das temáticas globais mais contemporâneas, o esgotamento natural do planeta, cuja problemática traz a tona uma nova idéia: o direito das gerações futuras herdarem um mundo digno para habitar. Esse problema global põe em cheque o sistema em que vivemos e atinge a humanidade por completo. Mais do que nunca, ideais como a *fraternidade universal*, *bom-senso* e até mesmo o *socialismo*, precisam ser praticados em ordem da sobrevivência humana. Neste caminho, o *jornalismo* e os meios de comunicação terão um precioso papel a cumprir, conscientizando, informando e discutindo os rumos da sociedade, sendo o direito fundamental ao *acesso a informação* outro ideal cuja prática se urge necessária. Será que estamos preparados?

Os Estudos de Vera Chaia

Depois da leitura da pesquisa sobre a cobertura da imprensa na Câmara Municipal de São Paulo, passando pelos períodos das prefeituras de Luiza Erundina, Paulo Maluf e Celso Pitta, uma pergunta vem à cabeça: a existência do poder legislativo em nível municipal é mesmo necessária? No compito geral, a pesquisa de Vera ressalta poucos pontos positivos sobre a atuação da câmara, a questão da política municipal está muito mais focada no poder executivo, o que se reflete também na própria cobertura jornalística midiática, sempre mais preocupada com o prefeito – sem falar no alto encargo financeiro ao município que a câmara acarreta. O estudo ressalta a dificuldade da prefeita Luiza Erundina durante o seu mandato, pois tinha minoria partidária na câmara, era obrigada a governar por decreto e teve vários projetos derrubados. Foi, também, um período em que houve uma tentativa de moralização na câmara, com grande atuação do “súdito eletrônico”²⁵ Eduardo Suplicy, quando diversas CPIs foram realizadas, embora sem grandes efeitos práticos.

Em seguida, veio o período ocupado por Paulo Maluf, quem desfrutava de maioria na câmara, assim, conseguiu um acordo com o legislativo que lhe permitiu abocanhar uma bela fatia do orçamento municipal, o qual utilizou para fazer diversas obras. É justamente nessa fase, quando vários acordos são feitos, que diversas subprefeituras são colocadas nas mãos de vereadores, e se cria uma grande malha de troca de influências e favores. No mandato de Celso Pitta, descobre-se que por trás dessa malha existia uma grande rede de corrupção de fiscais da prefeitura, um escândalo que a imprensa intitulou “A Máfia dos Fiscais”. Nesse episódio, apesar de toda a cobertura da imprensa paulistana e de outros órgãos de mídia, das CPIs criadas e das investigações do Ministério Público, o saldo foi negativo. Somente uma vereadora foi presa, outros dois vereadores e um deputado estadual cassados, além de uma malograda tentativa de se derrubar o prefeito Celso Pitta.

Em função disso, eu, como cidadão paulistano, só posso fazer coro ao que Vera afirma nas considerações finais de seu estudo: “(...) a população paulistana não ficou satisfeita com os resultados e não acredita no desaparecimento da corrupção” (2004: 129).

²⁵ Suplicy foi um dos vereadores que mais apareceu na mídia durante o mandato de Erundina.

Referências Bibliográficas

- BARROS**, Clóvis Filho. *Recepção Ativa e Ética do Receptor* (pp. 7-16) **in** *Ética e Comunicação* nº1. São Paulo: FIAM, Jan/Jul 2000.
- BUCCI**, Eugênio. *Sobre Ética e Imprensa*. SP: Cia das Letras, 2000.
- CHAIA**, Vera. *Jornalismo e Política, Escândalos e Relações de Poder na Câmara Municipal de São Paulo*. São Paulo: Hacker, 2004.
- CHOMSKY**, Noam. *Entrevista: Chomsky, o Mestre do Contra* (pp. 8-13) **In** *Revista Cult* nº 116. SP: Bregantini, Agosto de 2007.
- CONTI**, Mario Sergio. *Notícias do Planalto – A Imprensa e Fernando Collor*. São Paulo: Cia das Letras, 1999.
- Jornalismo Sitiado*. Curadores: Eugênio **Bucci** e Sidnei **Basile**. Brasil: Ed.LogOn – São Paulo, 2007.
- NOGUEIRA**, Adriana T. *Ética e Psicologia do Profundo* (pp. 39-49) **in** *Ética e Comunicação*, nº1. São Paulo: FIAM, Jan/Jul 2000.
- ORTIZ**, Renato. *A Moderna Tradição Brasileira*. São Paulo: Brasiliense, 1988.
- VALLS**, Álvaro L. M. *O Que é Ética?* São Paulo: Brasiliense, 1996.

Outras Referências

- BURKE**, Peter e **BRIGGS**, Asa. *Uma História Social da Mídia. De Gutenberg à Internet*. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.
- DESCARTES**, René. *Discurso do Método*. Floresta-RS: L&M Pocket, 2005.
- HABERMAS**, Jürgen. *Mudança Estrutural da Esfera Pública*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.
- LIMA**, Venício A. *Mídia, Teoria e Política*. São Paulo: Perseu Abramo, 2004.
- MAQUIAVEL**, Nicolau. *O Príncipe*. Florença, 1485.
- MORAIS**, Fernando. *Chatô, o Rei do Brasil*. São Paulo: Cia das Letras, 1994.
- IANNI**, Octávio. *Enigmas da Modernidade-Mundo*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000.
- WIKIPEDIA**. *A Enciclopédia Livre*. <http://pt.wikipedia.org/wiki/Brasil>, Nov/Dez de 2007.