

# JORNALISMO E ÉTICA NO SÉCULO XXI\*

---

*Francisco José Castilhos Karam\*\**

## RESUMO

O artigo, com base em projeto de pesquisa do autor, apresenta as perspectivas dos valores morais próprios da atividade jornalística, situando-os por meio de sua consolidação histórica e vinculando-os ao universo do que hoje se chamaria Sociedade da Informação e do Conhecimento (SIC) a partir dos seguintes eixos: a) permanência e redefinição de princípios teóricos, éticos e técnicos do jornalismo na SIC e no Ciberespaço; b) relevância moral do jornalismo para a vitalidade democrática; c) relevância da fiscalização moral do jornalismo para a vitalidade democrática; d) identidade, ética jornalística e nova etapa profissional.

**Palavras-chave:** Jornalismo – Ética – Profissão – Sociedade da Informação e do Conhecimento – Ciberespaço.

## JOURNALISM AND ETHICS IN THE 21ST CENTURY

### ABSTRACT

Based on the author's research project, the present article presents the perspectives of moral values proper of the journalistic activities, placing them according to their historical consolidation and linking them to the universe of what is now called the Information and Knowledge Society (IKS) from the following axes: a) permanence and redefinition of theoretical, technical, and ethical principles of journalism in the IKS and in Cyberspace; b) moral relevance of journalism for democratic vitality;

---

\* Artigo com base na pesquisa "Jornalismo e Sociedade da Informação e do Conhecimento: ciberespaço, crise de identidade, fiscalização moral e vitalidade democrática – nova etapa profissional?", em desenvolvimento pelo autor junto à Universidade Federal de Santa Catarina.

\*\* Jornalista e professor na Universidade Federal de Santa Catarina, onde atua na Graduação e no Mestrado em Jornalismo. É doutor em Comunicação e Semiótica pela PUCSP e autor dos livros *Jornalismo, Ética e Liberdade* e *A Ética Jornalística e o Interesse Público*.

- c) relevance of moral supervision of journalism for democratic vitality;
- d) identity, journalistic ethics, and new professional stage.

**Keywords:** Journalism – Ethic – Profession – Information and Knowledge Society (IKS) – Cyberspace.

## RESUMEN

Con base en proyecto de investigación del autor, el artículo presenta las perspectivas de valores morales de la actividad periodística, situándolos por medio de su consolidación histórica y conectándolos al universo de lo que hoy se llamaría Sociedad de la Información y del Conocimiento (SIC) a partir de los siguientes ejes: a) permanencia y redefinición de los principios teóricos, éticos y técnicos del periodismo en la SIC y en el Ciberespacio; b) relevancia moral del periodismo para la vitalidad democrática; c) relevancia de la fiscalización moral del periodismo para la vitalidad democrática; d) identidad, ética periodística y nueva etapa profesional.

**Palabras-clave:** Periodismo – Ética – Profesión – Sociedad de la Información y del Conocimiento – Ciberespacio.

Como abordar a ética aplicada às profissões num cenário de substanciais mudanças nas rotinas de trabalho ao alvorecer do século XXI? Seriam os valores profissionais mutáveis, de acordo com o tempo e com as regiões geográficas? Seriam mutáveis com as perspectivas culturais, ideológicas e políticas em novos ambientes profissionais? Seriam mutáveis com a redefinição dos papéis sociais em um cenário que aponta o surgimento, ainda que limitado, da Sociedade da Informação e do Conhecimento e dentro do que se chamaria Ciberespaço? Se as relações sociais baseiam-se ainda em critérios valorativos como justiça/injustiça, igualdade/desigualdade, direitos de cidadania e a falta deles, em uma perspectiva de interpretação bipolar, estariam as profissões ancoradas em “cláusulas pétreas” morais ou em valores circunstanciais ou, ainda, em julgamentos pessoais?

Tais perguntas situam-se no centro de debates sobre as atividades ocupadas por pessoas que professam determinado ofício, ou seja, que vivem dele e que ocupam um papel distinto do de outras ocupações sociais/profissionais.

Seria a ética do jornalista dos primórdios da profissão a mesma da do século XXI?

Estudiosos de diversos campos de conhecimento, como da Ciência Política e da Sociologia, reconhecem que a valoração de procedimentos se especifica à medida que surgem as profissões e sua inserção especializada, considerando que o comportamento profissional é em parte igual e em parte diferente do comportamento das pessoas que estão fora de determinada área

(RUSSEL, 1977). Por isso, a especificidade moral das profissões, entre elas a jornalística, reacende-se no novo cenário do ciberespaço e neste início de século XXI.

### *UM EMARANHADO DE DÚVIDAS E CRÍTICAS PARA UMA CERTEZA: DEFENDER O JORNALISMO*

Vários autores, em diferentes países, reconhecem épocas ou períodos no jornalismo, envolvendo distintas etapas na atividade profissional, tais como Sousa (2008), Schudson (1978), Habermas (1981). Destacam desde os fenômenos pré-jornalísticos até o jornalismo pós-prensa de Gutenberg, que possibilitou disseminar conteúdos informativos e conhecimentos em escala relativamente mais global, permitida pela reprodução ampliada de bens simbólicos, como a representação de mundo feita por relatos; desde as folhas volantes produzidas na Idade Média até um período de afirmação profissional, de alguém que “professa” uma determinada atividade e que obtém reconhecimento público com a divisão social do trabalho e com a ascendente modernidade. Tal é o exemplo dos processos emancipatórios e das revoluções da cidadania, cristalizados por dois momentos históricos significativos: a Independência Americana de 1776 e a Revolução Francesa de 1789, com suas cartas posteriores que geraram os embriões do direito do público a saber o que se passa, no cerne já da moderna era dos direitos civis, da sociedade industrial, da constituição dos Estados nacionais e das primeiras repúblicas.

Hoje, para não detalharmos demais os sucessivos períodos – bastante elucidados pelos autores referidos antes e por outros listados na bibliografia –, o jornalismo enfrenta uma nova etapa. Ela seria, por assim dizer, pós-industrial, em que além de circular com informações produzidas por profissionais ancorados em uma teoria e ética da área, em uma estética e técnica próprias, consolidadas pela divisão social do trabalho e pela definição de determinados papéis sociais, enfrenta também as possibilidades tecnológicas de que outros atores sociais produzam os conteúdos então privativos da área profissional, podendo prescindir da mediação jornalística para fazer circular fatos, ideias e interpretações no presente imediato, em períodos cada vez mais reduzidos de tempo e em escala massiva e planetária.

Como manter os pilares morais da atividade jornalística diante de um cenário tão fortemente em mutação?

Alguns autores chegam a falar no fim do jornalismo – seja como confecção informativa própria, seja como ideal de representação pública dos fatos e versões mais significativos de nosso tempo (MARTÍNEZ ALBERTOS, 1997; COOPERATIVA LAVACA, 2006). O pessimismo atinge até mesmo

profissionais que não vislumbram a realização efetiva dos ideais e valores ético-normativos profissionais (isenção, credibilidade, legitimidade social, interesse público, respeito à privacidade, sigilo de fontes, acurácia, precisão, rigor no método, busca pela verdade/verossimilhança, rechaço do plágio, entre dezenas de outros), como atestam alguns trabalhos e estudos no âmbito do *Chaire de recherche en éthique du journalisme* (<http://www.crej.ca>), com sede em Ottawa, Canadá (BERNIER, 2008; 2008a), ou experientes jornalistas (TCHEKARSKI, 2003). No entanto, o próprio Bernier (2004) reacende a esperança em livro que é sucessivamente reeditado e atualizado.

O sentido público do jornalismo, alicerçado em valores como credibilidade e legitimidade sociais, está em crise... ou o sentido público do jornalismo se reafirma mediante traços distintivos propiciados pela crescente concorrência de novos produtos, segmentação, diversidade de atores e protagonistas de fatos, versões e interpretações? O sentido ético do jornalismo define ou tal sentido, pela concorrência e oposição – onde se incluem campos simbólicos de fiscalização moral –, exige uma qualificação ainda maior nos processos de escolha de acontecimentos e de fontes; em seleção e hierarquização noticiosa; em edição correspondente ao interesse público e à exatidão e verossimilhança ainda mais exigidas?

Estaria perdendo força e credibilidade o papel do jornalismo como impulsionador do espaço público normativo e como impulsionador da vitalidade da vida democrática? Estaria havendo mudanças nas rotinas profissionais, a ponto de o eixo do espaço público e da vida democrática, para acesso e decodificação dos fatos e versões significativos do presente imediato, deslocar-se para novas mídias e formas de confecção de conteúdos?

Parece haver um novo cenário do jornalismo dentro do Ciberespaço e da chamada Sociedade da Informação e do Conhecimento, com foco em: a) a aparente crise que atravessa a profissão; b) as potencialidades de renovação do jornalismo e de seus ideais valorativos (o campo da ética) a partir de um cenário em que cresce a fiscalização e a oposição ao jornalismo.

Neste último cenário, é saudável que surjam mais e diversificadas mídias, com novas abordagens, linguagens, com possibilidade de novas fontes e renovadas interpretações, concorrendo para que o jornalismo de corte tradicional ainda mais se esmere para qualificar sua produção, exigindo profissionais que, ao professar a atividade, busquem melhorias desde a perspectiva técnica e ética.

Se o jornalismo teve, como profissão, a incumbência de vigilante social, de guardião do interesse público – de forma ideal –, também sempre viveu à sombra de certos constrangimentos (um conflito que o atravessa desde seu surgimento, já que os negócios, de um lado, exigiam certos limites ope-

racionais – econômicos, políticos, ideológicos... – e, de outro, necessitavam ampliar o público para torná-lo consumidor e, portanto, tal público deveria ser heterogêneo também desde a perspectiva política, econômica, ideológica... ). Estaria tal contradição – na medida em que permanece e se amplia – constrangida pelo surgimento de novos produtores de conteúdo e de novas mídias que encurralam o jornalismo nos interesses estritamente particulares e o obrigam a corrigir-se e justificar-se moralmente na sociedade?...

Alguns autores chegam a falar no fim do jornalismo ou em sua substituição por novas formas de confecção informativa e de interpretação da realidade. Em tal direção aponta um grupo de jornalistas que, situados na Cooperativa Lavaca, com sede em Buenos Aires, mostra um conjunto de experiências fora da grande mídia. Estas experiências são descritas no livro *El fin del periodismo y otras buenas noticias* (COOPERATIVA DE TRABAJO LAVACA, 2006) e destacam novos meios sociais de comunicação que substituem, com vantagens políticas e ampla diversidade cultural e de fontes, os meios tradicionais, sem os limites operativos de ordem política, econômica e mercadológica destes, principalmente dos macrogrupos que atuam *sobre as e dentro das* grandes corporações midiáticas.

Uma das principais justificativas dadas pelos profissionais da Cooperativa é que o *capitalismo midiático* entrou em crise, uma vez que “los medios comerciales de comunicación vivieron gracias a sus relatos de una actualidad a la que las audiencias no podrían acceder por sí mismas” e hoje “ya no viven de los relatos que publican, sino de aquellos que ocultan” (COOPERATIVA DE TRABAJO LAVACA, 2006, p. 6-7). Preveem que o jornalismo sofre mudança substancial em sua estruturação e rotina<sup>1</sup>. É isso remete a um novo cenário, no qual cresce a segmentação e o envolvimento político com os processos informativos sem a dependência de grandes anunciantes, corporações e acionistas. Desta forma, a busca pela atualidade e seu contexto, a investigação dos processos sociais que geram fatos e versões, a precisão e a verdade poderiam se tornar mais visíveis, uma vez que se multiplicam os atores políticos produtores de conteúdos. E isto reforça o campo da ética e sua transparência, incluindo a da própria atividade jornalística, que ainda deveria ser ancorada nos valores específicos históricos da área.

Para exemplificar o novo cenário, os autores dão um panorama de mais de 170 experiências de comunicação e de informação jornalística à parte da grande mídia ou das mídias tradicionais, incluindo-se a rádio *Voz de las Madres* (Mães da Praça de Maio, movimento que surgiu para reivindicar o paradeiro

---

<sup>1</sup> Um dos fundadores da Cooperativa Lavaca, o jornalista Diego Rosemberg, ressalva que os novos meios não pretendem substituir os tradicionais, mas atuar com outra perspectiva, atendendo a demandas sociais e destacando temáticas relevantes mais detalhadas e trabalhadas (entrevista ao autor).

de filhos desaparecidos durante a ditadura argentina – 1976-1983 – e posterior punição aos responsáveis por torturas e assassinatos); *Centro de Medios Independientes* (rede de informações alternativas à cobertura da grande mídia – <http://www.argentina.indymedia.org>); *Red Informativa de Mujeres Argentinas* – <http://www.rimaweb.com.ar>; *Red Nacional de Acción Ecologista* – <http://www.renace.net>; *Red de Comunicación Indígena*; e *Diário sobre Diários* (um observatório dos meios argentinos que, além disso, amplia a informação diária e a analisa – <http://www.diariosobrediaros.com.ar>).

Passariam as fontes ao largo dos jornalistas ou apenas ao largo das mídias tradicionais? Passariam ao largo da confecção do jornalismo com seus critérios de noticiabilidade, valores éticos, qualificação estética e apresentação técnica e linguagem específica ou apenas se ampliam propiciadas pelas novas tecnologias e suportes no ciberespaço? Parece-me haver uma convergência moral nos procedimentos em busca dos valores clássicos, ainda que, em vários casos, de forma ideal.

Certamente vamos encontrar, como na Argentina, experiências similares, equivalentes ou mesmo em maior volume em muitos países. A tecnologia propicia tal perspectiva, e hoje não é mais preciso se esconder para difundir informações como nos anos 1970, nem buscar exemplos nas antigas emisoras alternativas em diversos continentes, com destaque para a Europa. Certamente, também, nenhuma mídia hoje dá conta da multiplicidade dos eventos e das versões, da informação disponível e do conhecimento imediato produzido pela humanidade no espaço de 24 horas. Este déficit informacional dá margem a condições objetivas para que prosperem novas informações, com novos conteúdos, contextualizando e tratando de fenômenos e fatos diários que irrompem no cotidiano. As condições subjetivas também estão dadas, mas a continuidade dos projetos, a qualificação da busca de informação e a credibilidade assentam ou não uma legitimidade que os levam a serem procurados como mídia? Além disso, a natureza do texto, os processos metodológicos de trabalho, a manutenção das experiências, exigem certo e continuado grau profissional? Não são raras as experiências que, ao nascerem, morreram quase ao mesmo tempo.

Para Pavlik, os novos meios estão transformando o jornalismo de quatro maneiras:

En primer lugar, el carácter del contenido de las noticias está cambiando inexorablemente como consecuencia de las tecnologías de los nuevos medios que están surgiendo. En segundo lugar, en la era digital se reorganiza el modo en que ejercen su trabajo los periodistas. En tercer lugar, la estructura de la redacción y de la industria informativa sufre una transformación radical. Y, por

último, los nuevos medios están provocando una redefinición de las relaciones entre las empresas informativas, los periodistas y sus diversos destinatarios, que comprenden a audiencia, fuentes, competidores, publicitarios y gobiernos. (2005, p. 16-17).

De qualquer forma, o volume de informação contemporâneo e o ritmo social exigem a disseminação de experiências segmentadas.

Segundo Tcherkaski,

El lugar común de la circulación de informaciones es la imposibilidad de abarcarla, su volumen y velocidad desactualizan la actualidad al instante y producen el efecto de una inundación. [...] El periodismo hoy es una profesión en crisis. Y los diarios, su especialidad canónica en la historia del capitalismo, ya no son lo que eran. De marco rutinario de acceso a la actualidad y modo particular de práctica social, han pasado a ser parte de una industria que produce mercancías como cualquier otra, destinada a hacer negocios, maximizar ganancias y satisfacer las oscilaciones arbitrarias del mercado. (2003, p. 269-270).

As observações de jornalistas experientes, como Tchekarski, têm ressonância em fatos concretos e são similares às de outros profissionais e pesquisadores acadêmicos em um cenário ainda em mutação.

Voltando às experiências costumeiras e consagradas que analisam, entre outras coisas, a ética jornalística – e também tendências nacionais do jornalismo e mídia em geral –, encontram-se, por exemplo, sítios digitais como o *Sala de Prensa* (<http://www.saladeprensa.org>), idealizado pelo mexicano Gerardo Albarrán e destinado a profissionais da comunicação da América Latina e do Caribe; o *Observatorios en Red*, <http://www.observatoriosenred.calandria.org.pe> também relevante na América Latina. Igualmente, na Europa, o <http://www.uta.fi/ethicnet>, idealizado por Kaarle Nordenstreng, experiente profissional e professor finlandês; e, nos Estados Unidos, o *International Center for Media and the Public Agenda* (<http://www.icmpa.umd.edu>), criado pela Universidade de Maryland e pela Faculdade Merryl de Jornalismo com o objetivo de estudar e analisar a mídia em âmbito planetário (relevante papel no âmbito acadêmico), assim como o *Comité dos Jornalistas Preocupados* (<http://www.concernedjournalists.org>) na esfera da atividade cotidiana da categoria e de suas relações com diferentes níveis de poder.

Da mesma forma, na América Latina há o Consultório Ético que trata sobre questões específicas da atividade profissional jornalística, acessável no sítio digital <http://www.fnpi.org>, vinculado à Fundación del Nuevo Periodismo Iberoamericano, idealizada por Gabriel García-Márquez. O Consultório,

com o apoio da Unesco, está a cargo do experiente jornalista Javier Darío Restrepo, que tem transformado seus cursos junto ao FNPI e estudos em temas a serem abordados tanto no consultório *on-line* quanto em publicações (RESTREPO, 2004). Na Suíça, mas com projeção em toda a Europa, a análise de Daniel Cornu (<http://www.mediateur.edipresse.ch>) tornou-se referência continental. Na França, o Observatório das Mídias tem sido destacado (<http://www.observatoire-medias.info>). No Canadá situa-se o centro ao qual nos referimos antes, <http://www.crej.ca>.

No Brasil são reconhecidas, entre outras, as experiências de sítios digitais de debates e acompanhamento da mídia, como *Observatório da Imprensa* (<http://www.observatorio.ultimosegundo.ig.com.br>); *Instituto Gutenberg* (<http://www.igutenberg.org.br>); *Comunique-se* (<http://www.comunique-se.com.br>); *Observatório do Direito à Comunicação* (<http://www.direitoacomunicacao.org.br>); *Observatório Brasileiro de Mídia* (<http://www.observatoriodemidia.org.br>); *Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação* (<http://www.fndc.com.br>). E hoje, no Brasil, já está constituída até mesmo a *Rede Nacional de Observatórios da Imprensa* (Renoí), e novas redes de observação do comportamento jornalístico e midiático vêm sendo construídas na América Latina e no planeta. Tal perspectiva, que se concretiza e amplia a cada dia, renova as exigências éticas e fiscaliza as finalidades jornalísticas, analisando-as em relação às coberturas e comparando-as com os valores propostos que sustentam a legitimidade profissional.

Conforme Braga, a ação social sobre a mídia, criando um “sistema de resposta” além do sistema da produção e da recepção, demonstra que “a sociedade não apenas sofre os aportes midiáticos, nem apenas resiste pontualmente a estes. Muito diversamente, se organiza *como sociedade*, para retrabalhar o que circula, ou melhor: para fazer circular, de modo necessariamente trabalhado, o que as mídias veiculam” (BRAGA, 2006, p. 39). E não se deve esquecer o conjunto de interesses e a complexidade existentes em quaisquer mídias.

Um bom quadro, para qualquer mídia nas sociedades complexas, parece o apontado por duas jornalistas e professoras argentinas, que resumem um variado espectro de observações de profissionais da área naquele país:

la práctica periodística es una actividad ante todo política: la producción de la noticia, marcada por la temporalidad, implica fijar la mirada (la moral), aportar al control (organización social), negociar (consensuar) y dialogar (con el poder y la ciudadanía en general). (MARTINI; LUCHESSI, 2004, p. 18).

Parece haver uma relação entre o exercício prático da profissão com a representação valorativa que faz do mundo por meio da linguagem. O cenário



parece ainda mais complexo neste início de século XXI. Mas os valores essenciais para a atividade profissional jornalística, que sustentam sua legitimidade e credibilidade, situam-se ao redor de palavras, conceitos e temas que representam dilemas enfrentados a cada dia. Vão da questão da privacidade à dos métodos legítimos de investigação, do sigilo das fontes ao selo de autenticidade proposto pelas mensagens de tipo jornalístico, caracterizando uma espécie de “fé pública”, tal como documentos em cartório, assegurando a este ou aquele meio a qualificação e as competências necessárias para a representação do mundo e das crenças, relatos, fatos, interpretações e opiniões que produz.

No ciberjornalismo e na sociedade da informação e do conhecimento, um profissional que vive de seu ofício compromete-se com os elementos ético-deontológicos próprios de sua área durante o exercício da atividade. A sistematização e a concentração do conhecimento específico para o exercício profissional continuam válidas. Parece-me que há, efetivamente, “cláusulas pétreas” sem as quais o próprio ofício do jornalismo perde sua referência comum, com base na legitimidade e credibilidade sociais. Por isso, também são incontornáveis tanto o debate sobre a ética específica da profissão quanto o reconhecimento de que sem ela não há uma forma de ser profissional, um *ethos* que vincula todos aqueles que *professam* o ofício e, por isso, são *professionais*. Assim, ainda que os cenários mudem, haverá os profissionais, ancorados em determinados valores, e os não-profissionais, que certamente terão outras coisas a fazer além de trabalhar com a perspectiva da área específica jornalística.

### JORNALISMO, NOVA ETAPA PROFISSIONAL E ÉTICA JORNALÍSTICA

A diversidade de mídias nas quais se pode exercer jornalismo é bastante grande. De jornais a revistas, de rádio a televisão e ao ciberjornalismo – que pode concentrar todos os outros –, o jornalismo leva em conta ainda a divisão geográfica, sejam países, estados, municípios, bairros; traduz-se em projetos de mídias comerciais, públicas, estatais, partidárias, de organizações não governamentais, universitárias. Envolve diferentes públicos, sejam categorias profissionais, grupos étnicos, religiosos, sexuais, folcloristas e assim por diante. E, nesta infinita variedade, pode ser produzido por distintas mídias, em suas variadas plataformas tecnológicas. E, ainda, em termos de periodicidade: diário, semanal, mensal, instantâneo ou *on-line*...<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> As possibilidades da segmentação e as demandas sociais podem se expressar com maior liberdade dentro da convergência tecnológica e da sociedade da informação. A integração de diferentes mídias num mesmo suporte, a hipertextualidade e a interatividade encontram, neste cenário, situações propícias para sua disseminação social (ALBORNOZ, 2006, p. 54).

Ao se viver segundo um calendário e ao se criar um determinado ritmo social – em que o dia amanhece e anoitece, as portas abrem e fecham, as pessoas trabalham e descansam, há dias de semana e domingos, feriados e férias, emprego e desemprego – torna-se bastante razoável que, para dar uma dimensão rítmica que acompanhe o presente e, ao mesmo tempo, seja minimamente digerível e acessível, existam editorias/projetos editoriais/mídias que se organizem tal como se estrutura a realidade organizada pelo calendário e pela segmentação do conhecimento; pelo ritmo das ruas e gabinetes e repartições públicas e privadas e pela produção do saber e do poder. Isto nos leva, claro, ao infinito, tal como o processo de constituição de conhecimento, de fatos e de interpretações.

Parece-me que tal cenário, além das mídias tradicionais ou grande mídia, exige produção e acompanhamento profissional para atentar à demanda local ou temática de cada pessoa, área, setor em que se mexem os interesses e aquilo que afeta o entorno. No caso brasileiro, já seria bastante o temário que emerge a cada dia e objeto do tratamento do tipo jornalístico. E isto envolve valores morais profissionais – e não eventuais ou de aventureiros – sólidos do jornalismo como referência para a manutenção e redefinição de um novo espaço público compartilhado, seja macro, médio ou micro, articulados entre si.

Conforme Becerra, no início dos anos 1980 a agenda não-econômica ocupava parte dos debates na mídia dos Estados Unidos e da Europa, mas, gradativamente, foi sendo relegada a espaços cada vez mais “alternativos” (2003, p. 77). Tal aspecto reforça a ideia de demandas sociais específicas – não vinculadas estritamente aos centros hegemônicos de poder –, seja porque estão fora do processo ou porque não se sentem satisfeitos pela informação e conhecimento fornecidos por grande parte da mídia. Embora esta tenda a fornecer um grau de satisfação de acordo com as demandas individuais de variadas ordens, não se deve esquecer que os indivíduos não têm um momento de chegada que os satisfaça plenamente a ponto de não quererem seguir adiante (com exceção dos que desistiram do mundo – e mesmo assim não por satisfação). Este cenário individual, que se reflete no movimento cotidiano das sociedades, exige algumas satisfações informativas, que tenham a ver com seu mundo imediato, com sua realidade cotidiana, com seus interesses e necessidades diários. Isto não ocorreria *apenas* se os indivíduos estivessem plenamente realizados e as sociedades fossem justas e satisfatórias e os governos/empresas/estados correspondessem à vida plena em termos de bem-estar, em todas as áreas, da educação à saúde, da habitação à alimentação, do lazer ao consumo. Tal perspectiva, parece-me, mantém fortes vínculos com a moral profissional e com os procedimentos ético-deontológicos específicos

exigidos para aqueles que professam a atividade e que por isso têm uma dedicação diferenciada – em tempo, tema e empenho – em relação a outros que professam preferencialmente outras ocupações durante seu tempo rotineiro do dia ou durante toda a existência.

Pode-se indagar: amadurece um cenário em que o jornalismo recupera e amplia seu sentido de acompanhamento do movimento humano a cada instante, onde a singularidade narrativa e a negação do presente (como sempre existiu) deixem mais visíveis o mundo e sua interpretação imediata? Conforme Reig:

El periodismo debe buscar temas propios, transgresores en relación con los intereses de los poderes, temas de denuncia, y actualidad valorada por los profesionales del periodismo, sin estar presionados por múltiples factores. El periodismo es, en efecto, un contrapoder, y eso hay que recordarlo porque ha dejado de serlo en gran medida o se ha olvidado. (2007, p. 122-123).

O autor reconhece, portanto, a potencialidade do jornalismo e o papel da mediação profissional, centrando sua crítica naquilo que deixou de ser jornalismo, naquilo que o confunde com publicidade e naquilo que o mistura com interesses distintos expressos pelo poder público mas também privado – político e econômico. No cenário atual, a potencialidade jornalística encontra, na segmentação informativa, no acesso tecnológico e na qualidade narrativa um espaço propício para atuar também como contrapoder radical. E, da mesma forma, as análises, críticas e a fiscalização moral do jornalismo potencialmente se ampliam.

Será que com a produção inesgotável de conhecimento, informação e cultura reacende-se também a relevância do profissionalismo na mediação e no trabalho imediato que vai da apuração à edição do conjunto enciclopédico produzido pela humanidade? Tendo a considerar que sim. O centro nevrálgico profissional, ao lidar com o presente imediato como seu objeto, é a ética profissional. E esta, buscando resultados na produção concreta, terá de coincidir com a própria técnica em sua maior grandeza.

## CONCLUSÃO

Embora exista a possibilidade infinita de meios segmentados em propriedade, pluralidade de versões, temática, diversidade de fontes, há, de alguma forma, o reconhecimento de que são necessárias grandes redes, encadeadas com outras pequenas redes. É necessária uma repartição comum que suscite comentários e isso parece exigir, além de meios segmentados, meios também compartilhados em grande escala social.

Ao mesmo tempo, a regionalização e os aspectos locais precisam ser fortalecidos. Mas um e outro necessitam de uma interface. E hoje, com as novas tecnologias, os jornais locais podem tratar de temas e eventos globais.

Se levarmos em conta a variedade de campos de conhecimento e de produção de fatos que podem ser de interesse e necessidade social, os relatos sobre eles precisam de traços distintivos e direcionados, imediatamente, a quem vive determinadas situações. Não apenas uma rede nacional de tevê pública – como é proposta no Brasil – pode ser interessante e relevante, mas inúmeras mídias, sejam públicas ou vinculadas ao terceiro setor; sejam de organizações da sociedade civil ou de empresas privadas ou mistas. O próprio trabalho de apuração e edição exige uma espécie de refinamento textual, próximo do trabalho jornalístico, para que as mensagens sejam entendidas, assimiladas, compartilhadas, participadas... e para que possa haver um retorno em forma de conhecimento qualificado. O cenário é planetário e complexo.

Concorreriam tais projetos, de forma profissional jornalística ou de maneira mais informal e relativamente “amadora”, para redefinir os espaços de legitimidade e credibilidade jornalísticos? Seriam formas de corrigir e trabalhar informações sem a clássica mediação jornalística? Ameaçariam a identidade profissional? Concorreriam com mídias jornalísticas tradicionais, ainda que no ciberespaço, para a constituição de uma nova etapa profissional ao redor de velhos e novos valores teóricos, técnicos e éticos para a atividade?

Neste aspecto, a ética parece assumir preponderância até mesmo em relação ao direito, no cenário extremamente ágil do ciberespaço no século XXI (LOUM, 2004, p. 299). Para responder tantas perguntas e num cenário em mutação, é preciso partir de pressupostos. Talvez o mais relevante seja o de que o jornalismo, como acompanhamento do desdobramento imediato da humanidade, em suas múltiplas perspectivas econômicas, ideológicas, políticas, culturais... não pode abrir mão dos princípios ético-deontológicos que o alicerçaram como um interrogador público contemporâneo que se impõe um mandato sem fim a favor da representação controversa do espaço público normativo, seja macro, médio ou micro. Por isso, os valores clássicos do jornalismo significam defender a própria atividade como específica e incontornável; que o jornalismo é mais do que aventura ou acaso; é a razão de ser da controvérsia pela qual se valora e decide sobre o mundo imediato da forma mais lúcida possível; e que está na base da vitalidade democrática. Sem valores que o sustentem como fundamentação ética e procedimentos deontológicos, sempre morre um pouco mais da democracia e do espaço público. E isto vale para as velhas e novas mídias, de referência ou populares, globais ou segmentadas, em diferentes suportes tecnológicos e em distintas regiões do planeta, representando diferenciadas perspectivas ideológicas.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALBORNOZ, Luis A. **Periodismo digital: los grandes diarios en la red**. Buenos Aires: La Crujía, 2006.
- BECERRA, Martín. **Sociedad de la información: proyecto, convergencia, divergencia**. Bogotá: Norma, 2003.
- BERNIER, Marc-François. **Éthique et deontologie du journalisme**. Saint-Nicolas (Québec): Les Presses de l'Université Laval, 2004.
- BERNIER, Marc-François *et al.* **L'héritage fragile du journalisme d'information: des citoyens entre perplexité et désenchantement**. Saint Nicolas (Québec): Publications Université Laval, 2008.
- BERNIER, Marc-François. **Journalistes au pays de la convergence: sérénité, malaise et détresse dans la profession**. Saint Nicolas (Québec): Publications Université Laval, 2008a.
- BRAGA, José Luiz. **A sociedade enfrenta sua mídia**. São Paulo: Paulus, 2006.
- COOPERATIVA DE TRABAJO LAVACA. **El fin del periodismo y otras buenas noticias**. Buenos Aires: Lavaca, 2006.
- LOUM, Ndjaga. Internet y regulación: la ética y la deontología prevalecen sobre el derecho. In: CROVI DRUETTA, Delia (Coord.). **Sociedad de la información y el conocimiento: entre lo falaz y lo posible**. Buenos Aires: La Crujía, 2004.
- HABERMAS, Jürgen. **História y crítica de la opinión pública**. Barcelona: Gustavo Gili, 1981.
- MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis. **El ocaso del periodismo**. Barcelona: CIMS, 1997.
- MARTINI, Stella; LUCHESSI, Lila. **Los que hacen la noticia: periodismo, información y poder**. Buenos Aires: Biblos, 2004.
- PAVLIK, John V. **El periodismo y los nuevos medios de comunicación**. Trad. Oscar Fontrodona. Barcelona: Paidós, 2005.
- REIG, Ramón. **El periodista en la telaraña: nueva economía, comunicación, periodismo, públicos**. Barcelona: Anthropos, 2007.
- RESTREPO, Javier Darío. **El zumbido y el moscardón**. México: FCE/FNPI, 2004.
- RUSSEL, Bertrand. **Ética e política na sociedade humana**. Trad. Nathanael C. Caixeiro. Rio de Janeiro: Zahar, 1977.
- SCHUDSON, Michael. **Discovering at news: a social history of American newspapers**. New York: Basic Books, 1978.
- SOUSA, Jorge Pedro (Org.). **Jornalismo, história, teoria e metodologia: perspectivas luso-brasileiras**. Porto: Universidade Fernando Pessoa, 2008.
- TCHERKASKI, Osvaldo. **La ocupación: información y guerra – un nuevo totalitarismo mundial**. Buenos Aires: Adriana Hidalgo, 2003.