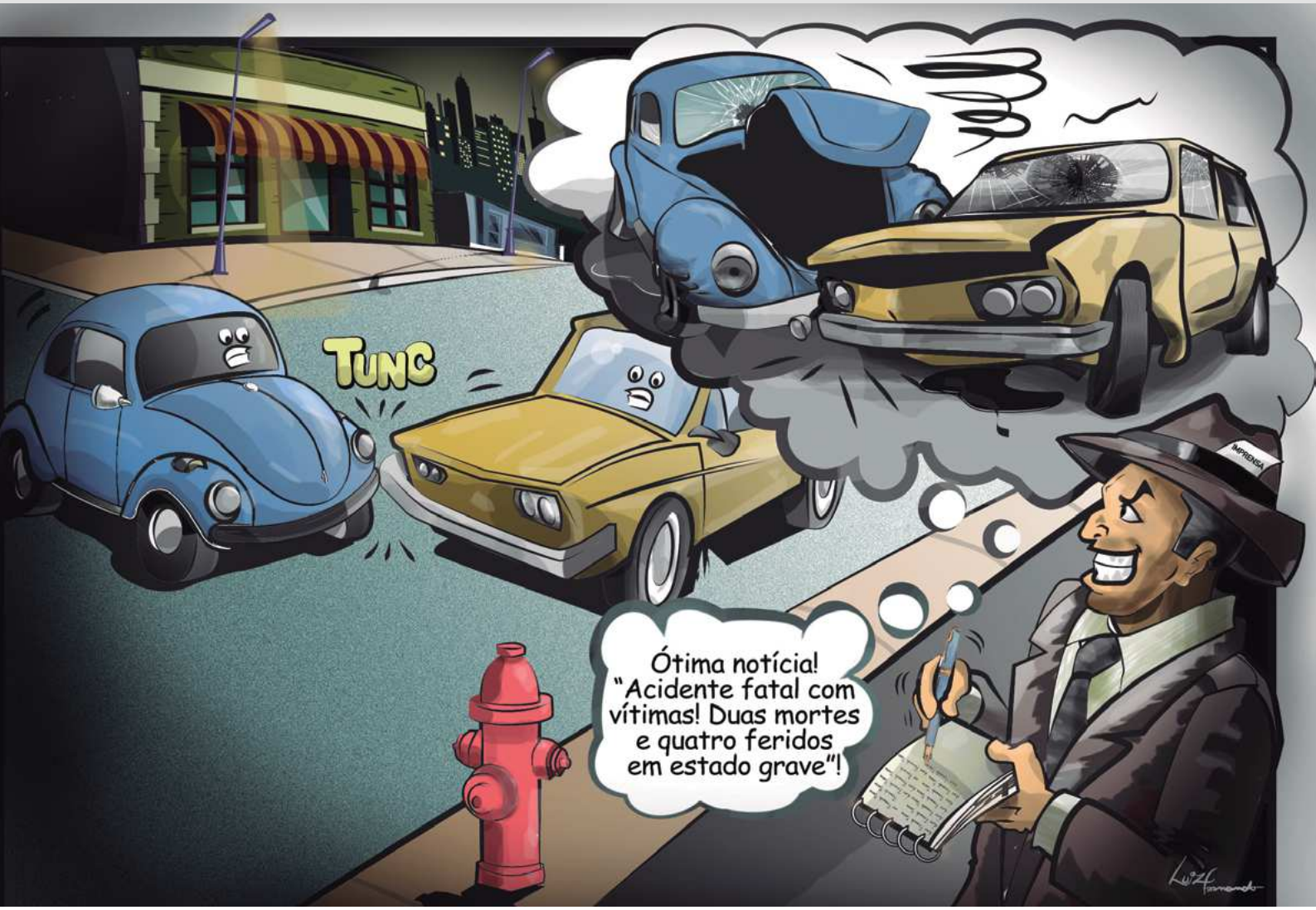
A ÉTICA JORNALÍSTICA

Flávia Mello – jornalista, professora, consultora e palestrante

Imprensa é o nome designado para definir a união de todos os veículos de comunicação utilizados pelo jornalismo, tais como: rádio, TV, internet, jornal, revista, entre outros. Ela foi uma das descobertas que marcou a História, não só como um novo modo de disseminação da informação, mas também como uma ferramenta tecnológica que proporcionaria mudanças sociais, políticas e psicológicas. Isso alterou todos os aspectos da cultura europeia do século XV. Como instrumento de mudança, contribuiu consideravelmente para a evolução da ciência, da religião, da cultura, da política e, de certo modo, para o surgimento de um novo modelo – a era moderna (BACELAR, 1999, p. 1). Tida como um dos símbolos do Renascimento, a imprensa de caráter móvel favoreceu o rompimento da estrutura social rígida, que determinava as leis, contribuindo para o surgimento de uma classe média intelectual (BACELAR, 1999, p.4).

O papel da imprensa é informar a sociedade sobre a verdade dos acontecimentos que a influenciem de forma positiva e/ou negativa. Situações como: golpes de Estado, guerras,



acidentes naturais e tantos outros acontecimentos que afetam e modificam a rotina do indivíduo fazem parte do interesse da população e, consequentemente, da imprensa. Ela assume um caráter social de grande responsabilidade, pois, além de mobilizar a opinião pública, pode eleger ou afastar lideranças, aprovar ou desaprovar instituições, ações e políticas públicas. A mídia pode, ainda, ajudar no combate à corrupção, divulgando escândalos que revelem a má utilização do dinheiro público nos setores públicos e privados.

Citando o que prevê o Código de Ética do Jornalismo Brasileiro (FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS BRASILEIROS, 1986, p.1) a profissão de jornalista é uma atividade de natureza social, sempre subordinada ao que está definido no seu código de ética. O compromisso fundamental do jornalista é com a verdade no relato dos fatos. Portanto, ele deve pautar seu trabalho em apuração precisa e divulgação correta, sem alterações ou distorções dos fatos.

É direito do jornalista: resguardar o sigilo sobre o informante; defender os princípios expressos na Declaração Universal dos Direitos Humanos; divulgar informações de utilidade pública; valorizar, honrar e dignificar a profissão; e não colocar em risco a integridade das fontes e dos profissionais com quem trabalha. Outro ponto a ser destacado é o respeito à intimidade, à privacidade e à honra de cada cidadão. Os jornalistas que não cumprem o presente Código de Ética estão sujeitos às penalidades de observação, advertência, suspensão e exclusão do quadro social do sindicato, além de ter a decisão da comissão de ética publicada em veículo de ampla circulação. Contrariando o referido Código, surge a imprensa marrom.

Leandro Marshall (2003, p. 91) assim comenta e conceitua: "*A imprensa marrom inaugurou a era dos escândalos, da comunicação, do jornalismo mexeriqueiro, das sessões de fofoca das notícias dos bastidores da sociedade, para intencionalmente produzir um ambiente de sensacionalismo. Estão associadas a essa etapa, as reportagens de caráter especulativo e espetacular sobre o mundo da política, dos artistas e das personalidades públicas. Os jornalistas manipulam arbitrariamente os fatos, imaginando, inferindo, especulando, inventando para de eles extraírem o máximo de sensacionalismo".*

O caso mais famoso foi o da Escola Base, sediada na Zona Sul de São Paulo, que ocorreu em 1994, quando os proprietários da instituição foram acusados por abuso sexual, sem provas concretas. Como resultado, a imprensa os taxou

como bandidos. Após as publicações feitas pela mídia, eles tiveram suas vidas expostas e destruídas. Outras matérias com o mesmo foco também foram divulgadas em vários veículos televisivos. Pelo constrangimento e agressões sofridas, os empresários tiveram que mudar de vida. Em resposta a tais acusações, várias ações foram movidas contra as emissoras que as veicularam, como esclarece **Lorena Corrêa Braga** (s.d.) em seu artigo "O poder da mídia e seus reflexos na ordem judicial penal".

Além das indenizações que os veículos deverão pagar, a lei de imprensa 2013 (BRASIL, 1967) prevê no Art. 29: toda pessoa, natural ou jurídica, órgão ou entidade pública, que for acusado ou ofendido em publicação feita em jornal ou periódico, ou em transmissão de radiodifusão, ou a cujo respeito os meios de informação e divulgação veicularem fato inverídico ou errôneo, tem direito à resposta ou retificação.

O artigo 29 diz que "a resposta, ou retificação, deve ser formulada por escrito, dentro do prazo de 60 dias da data da publicação ou transmissão, sob pena de decadência do direito. Caso contrário, o veículo de comunicação sofrerá ação judicial".

É importante ressaltar que o artigo 30, presente na lei de imprensa (BRASIL, 1967), esclarece que o direito de resposta consiste "na publicação da resposta ou na retificação do ofendido, no mesmo jornal ou periódico, no mesmo lugar, em caracteres tipográficos idênticos ao escrito que lhe deu causa, e em edição e dia normais".

O fato relatado demonstra o abuso do poder da mídia e como o descumprimento do Código de Ética por jornalistas inescrupulosos pode destroçar a vida de cidadãos honestos, devassar os espaços de outros tantos e fechar, indevidamente, uma escola.