Globethics Repository



Ética, jornalismo e moral provisória [Ethics, journalism and provisional morality]

This page was generated automatically upon download from the Globethics Repository. More information on Globethics see https://www.globethics.net. Data and content policy of Globethics Repository see https://repository.globethics.net/pages/policy.

Item Type	Article
Authors	Freitas, João de
Publisher	GVlaw – Programa de Especialização e Educação Continuada da DIREITO GV
Rights	With permission of the license/copyright holder
Download date	2026-11-19 22:26:33
Link to Item	http://hdl.handle.net/20.500.12424/224912



ÉTICA, JORNALISMO E MORAL PROVISÓRIA

O primeiro ombudsman brasileiro (e criador do UOL) disseca a imprensa do ponto de vista moral e filosófico. E garante: o jornalismo é um negócio

Por João de Freitas
Fotos Tiana Chinelli

Caro leitor, esta entrevista é falsa. Mas, antes de virar a página ou desprezar a reportagem, saiba que esta inusitada abertura contém em si um clássico paradoxo da mentira, ou melhor, da linguagem. Façamos a reflexão: se fosse verdadeira, então a própria informação seria falsa porque também é parte da entrevista – e, nesse contexto, como poderia estar dizendo a verdade? A lógica inversa é cirúrgica e perfeitamente possível: se o enunciado está mentindo, então a entrevista só pode ser verdadeira – e, sendo assim, como poderia dar uma informação falsa a respeito de si? Eis aí o paradoxo. A interpretação depende da leitura. Aqui, esse exercício pretende apontar (de forma nada sutil) como dilemas lingüísticos, filosóficos e morais, envolvendo verdade e mentira, podem se apresentar ao leitor no jornalismo – e na comunicação em geral. E essa é apenas uma das questões levantadas pelo jornalista Caio Túlio Costa no livro *Ética, Jornalismo e Nova Mídia: uma Moral Provisória*, recém-lançado pela Jorge Zahar Editor, que disseca a atividade da imprensa enquanto negócio sem propor soluções de bolso para a boa prática da profissão. "É o próprio jornalismo que, dentro de uma moral provisória, se diz de interesse público. Mas ele é um negócio", afirma o mineiro de Alfenas, doutor em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes (ECA) da Universidade de São Paulo e professor de Ética na Faculdade Cásper Líbero. "Se não fosse", emenda, "não teríamos uma indústria". Ex-presidente do Internet Group (iG) e ex-diretor do Universo Online (UOL), portal que ajudou a fundar, foi o primeiro ombudsman da imprensa brasileira, na *Folha de S.Paulo*. Atualmente é consultor da Oi para plataformas multimídias. Nesta entrevista, concedida no edifício-sede do iG em São Paulo, o executivo Caio Túlio Costa conversa com *Getulio* sobre a sua trajetória na imprensa e comenta a tese de moral provisória no jornalismo a partir da experiência de seus 37 anos de carreira. Ah, sim, para não restar nenhuma dúvida: caro leitor, esta entrevista é verdadeira.

Que circunstâncias fizeram do jornalista um executivo de mídia?

Caio Túlio Costa Comecei no jornalismo em 1972 num jornal chamado *O Imparcial*, editado em Tupi Paulista, interior de São Paulo. Durante a graduação, participei da imprensa estudantil, cuidando inclusive da parte administrativa de dois jornais importantes à época, o *Dois Pontos* e o *Avesso*. Em 1978, pouco antes de me formar na ECA, colaborei com Claudio Abramo na criação do *Leia Livros*, um *book review* mensal editado pela Brasiliense. Ali me aproximei ainda mais do universo cultural e conheci a fundo a indústria de livros. Em 1980 comecei a lecionar na PUC-SP e, no ano seguinte, ingressei na *Folha de S.Paulo*. Lá fui editor da Ilustrada, secretário de redação, correspondente em Paris, ombudsman, e implantei o núcleo de revistas, primeiro a *Revista da Folha*, depois o *Guia*. A partir daí passei a fazer novamente aquilo que já fazia no *Leia Livros*, ou seja, a cuidar não somente do conteúdo, mas também da questão industrial e comercial (impressão, custos, receita). Foi quando comecei, digamos assim, a me tornar um executivo de maneira mais sistemática, com mais método. Em 1995 fui criar o UOL, e então já era administração total: cuidava das áreas de tecnologia, marketing, publicidade. A internet no Brasil era recente, tudo era novo. Essa experiência foi um verdadeiro MBA em administração *[risos]*.

Nessa trajetória, houve alguma motivação específica para que o senhor se debruçasse sobre o tema da ética na profissão?

Caio Túlio A questão ética já aparecia no meu livro *Ombudsman – O Relógio de Pascal*, sobre os dois mandatos *[1989-91]* que cumpri na *Folha* como defensor do leitor. Essa questão moral como um todo, portanto, já estava presente desde aquela época. Quando saí do UOL, tive de cumprir um período de quarentena. Fiquei 30 meses sem poder trabalhar em empresas que pudessem concorrer direta ou indiretamente com o UOL e o Grupo Folha. Fui trabalhar no terceiro setor junto com o Ricardo Semler, presidindo a Fundação Semco. Ali criamos o Instituto DNA Brasil *[um think tank]*. Na época o jornalista Eugênio Bucci havia sido convidado para dirigir a Radiobrás *[empresa pública de comunicação]* e não podia continuar lecionando Ética na Cásper Líbero. Fui convidado então para assumir essa cadeira e aceitei, herdando parte do curso dele: os dilemas de Antígona, Sócrates, Hamlet etc. E acrescentei uma série de outras informações, como a tese do alemão Tobias Peucer sobre jornalismo *[o primeiro estudo acadêmico sobre a teoria da notícia e a incipiente indústria da informação]* e a questão da linguagem com o austríaco Ludwig Wittgenstein, entre outros. Percebi que tinha nas mãos um ótimo material para fazer pós-graduação e me inscrevi para um mestrado na USP, que acabou sendo aprovado direto como doutorado. O livro é resultado dessa tese.

Se acreditarmos que TV e jornal formam opinião, como explicar a reeleição de Lula após meses de campanha contra a corrupção que atingiu o núcleo de seu governo?

A propósito da tese e do subtítulo do livro, o que é a moral provisória?

Caio Túlio Antes é importante situar o seguinte: os livros de ética jornalística, *em geral*, mesmo quando não trazem regras explícitas, demonstram uma vontade de dizer como o jornalismo deve ser feito. O meu cuidado nesse trabalho não é dar regras para praticar o bom jornalismo, mas mostrar o que de fato é o jornalismo e como ele é praticado. A palavra é um pouco pesada, mas modestamente cabe: esse é um livro ontológico, ou seja, pretende situar uma natureza comum ao jornalismo enquanto ser. E levo à seguinte conclusão: o jornalismo é um negócio que vive num grande paradoxo, o da moral provisória – que significa várias coisas.

Por exemplo?

Caio Túlio Por exemplo: quando o jornalista defende o uso de um meio moralmente questionável para conseguir um resultado moralmente defensável. Ou seja, muitas vezes o jornalista usa meios espúrios para conseguir determinadas informações em nome do interesse público, seja uma denúncia grave, seja uma notícia extraordinária ou algo que potencialmente possa melhorar a sociedade. E assim, embasado nessa moral provisória da profissão, ele pode se justificar. Outro exemplo: a indústria jornalística se define como objetiva, imparcial, sempre atrás da verdade. Mas quando se desconstroem os elementos que formam essa indústria, chega-se à conclusão de que essa verdade é relativa. Existem diversas verdades. Muitas vezes o jornal estampa uma única visão, ou melhor, privilegia uma única verdade em detrimento de outras, e, portanto, não existe de fato aquilo que se chama objetividade. Ou seja, *provisoriamente* a indústria (e o jornalista) diz que está atrás da verdade, mas na prática está mostrando, editando, referendando, destacando, privilegiando apenas uma parte ou uma maneira de ver essa verdade. E isso é parte da indústria.

Ou seja, "o jornalismo se apresenta idealmente, mas se desmancha na prática".

Caio Túlio Exato, como afirmo no livro. Do ponto de vista teórico o jornalismo é lindo, mas na prática você mesmo, como jornalista, poderia chegar aqui e contar uma mentira para mim só para conseguir uma informação. Ou ligar para determinado lugar e se fazer passar por outra pessoa. Ou ainda usar uma gravação clandestina para denunciar conversas privadas entre duas pessoas. E qual seria a justificativa? Prestar um serviço ao público ou um benefício à sociedade. É o uso da moral provisória. Evidentemente, estou usando exemplos negativos para ilustrar como o jornalismo se desmancha completamente do ponto de vista moral. Mas a moral provisória não deve ser tomada nem negativa nem positivamente. Antes deve ser entendida como uma tentativa de explicar o quão relativo é o ofício do jornalismo. Esse livro, portanto, é destinado para todo mundo que consome comunicação, seja por meio do jornal, da TV, do rádio, da web. Principalmente em função da nova mídia *[a digital]*, que torna a comunicação onipresente via aparelhos portáteis como o celular, por exemplo.

O tal "jeitinho brasileiro" seria um agravante na moral provisória da mídia?

Caio Túlio Não podemos alargar o conceito irresponsavelmente, mas diria que toda situação de jeitinho brasileiro, como furar uma fila, dar uma gorjeta para ser atendido mais rápido, todas essas pequenas questões morais do cotidiano estão impregnadas, em alguma medida, de uma moral provisória. Vamos lembrar aqui do Sartre, não é? Jean-Paul Sartre tinha um monte de namoradas, e para administrar tantos romances vivia mentindo para elas. Um dia o secretário dele perguntou como ele agüentava aquela situação. E Sartre respondeu que, às vezes, era obrigado a recorrer a um "código moral temporário" para justificar o fato de contar meias verdades... *[risos]* O subtítulo do livro, aliás, vem dessa brincadeira.

O jornalista Caio Túlio já utilizou algum subterfúgio, como o de se fazer passar por outra pessoa, ou contou alguma mentira para conseguir uma informação?

Caio Túlio Sim, já usei de subterfúgios, mas nunca de disfarce ou mentira. Para ser mais claro: já omiti muitas vezes que era jornalista para conseguir chegar a determinadas fontes. Mas quando chegava, revelava a minha condição de jornalista, sempre. Talvez por isso mesmo eu não tenha um histórico de furos na carreira.

Qual foi a situação mais tensa vivida na sua carreira? Foi com a polêmica apontando Paulo Francis como um chutador, mais do que um repórter, e que culminou com a saída dele da *Folha*?

Caio Túlio A situação mais tensa foi quando era secretário de redação da *Folha* e o jornalista Janio de Freitas apareceu com o furo que desmascarava entendimentos entre empreiteiras para que cada uma ficasse com um lote na concorrência para a construção da ferrovia Norte-Sul, no governo Sarney. Era um jogo de cartas marcadas. E o jornal, na figura do *publisher* Octavio Frias de Oliveira, decidiu bancar a revelação. Foram dias muitos tensos porque o jornal antecipou o resultado de forma cifrada na página de classificados (uma ideia do Janio de Freitas também) e, no dia da decisão sobre a concorrência, a antecipação estava 100% correta. A concorrência foi anulada. Quanto ao caso Paulo Francis, apesar de doloroso, não foi tenso – foi até, paradoxalmente, engraçado em sua dor. Eu não diria que a saída dele teve a ver 100% com o episódio, mas foi um somatório de casos e ressentimentos antigos dele com o jornal. Afinal, recebeu uma proposta muito boa para deixar a *Folha*, e a aceitou sem dar ao jornal a possibilidade de contrapropor. Conto isso em detalhes no livro *Ombudsmam – O Relógio de Pascal*, relançado pela Geração Editorial.

A mídia brasileira é melhor ou pior do que a de outras democracias?

Caio Túlio Temos uma imprensa bastante concatenada, do ponto de vista funcional, com a imprensa americana e a europeia. Do ponto de vista da forma, a nossa mídia ficou um pouco mais parecida com a americana. Mas, em termos de qualidade, não é melhor nem pior comparada com a dos Estados Unidos e Europa. A questão é: em todo o mundo, jornais e revistas ainda formam opinião, mas não com a mesma força. Se acreditarmos que jornal forma opinião nos Estados Unidos, como explicar que Richard Nixon tenha conseguido se reeleger depois da denúncia de Watergate? Conseguiu. Se acreditarmos que televisão, jornal, revista e rádio formam opinião no Brasil, como explicar que Lula tenha conseguido se reeleger depois de dez meses de campanha acirrada contra a corrupção que atingiu, inclusive, o núcleo duro do seu governo? Conseguiu. Portanto, o papel da imprensa enquanto formadora de opinião, ou quarto poder, é questionável.

Estamos vivendo uma revolução informacional, uma mudança de paradigma?

Caio Túlio Sem dúvida. E essa mu-



dança não acontece apenas em função da tecnologia digital, mas em função de o eixo de comunicação ter deixado de ser unilateral para ser multilateral. Hoje usamos a tecnologia para acessar informações que não são mais *broadcasting* – antes o conteúdo do rádio e da TV era despejado no telespectador e pronto. Foi no rádio, aliás, que começamos a ter algum tipo de *interação*, via telefone. Mas essa interação ganhou *status* de mudança estrutural quando o conteúdo começou a ser produzido em rede. Qualquer indivíduo, seja um cidadão seja um egoísta, pode ter hoje uma página na web, como um blog. Qualquer instituição pode ter na rede uma página informativa, com *chat rooms*, sistema de mensagem instantânea etc. Veja, por exemplo, a confusão que está dando a iniciativa da Petrobras de mostrar num blog, ela mesma, como a imprensa se relaciona com a estatal. Hoje qualquer instituição, seja uma empresa, universidade, sindicato, partido político, ou mesmo você, tem poder de mídia. Se a repercussão será doméstica, municipal, nacional ou mundial é outra questão. Mas poder de mídia tem. E essa mudança é irreversível.

(embora tenha sido exibido numa TV espanhola durante a madrugada). A iniciativa de colocá-lo em rede foi de um gaiato que gravou a cena, codificou e publicou na internet. Evidente que a repercussão extraordinária na mídia se explica por uma conjunção de fatores, inclusive por ela ter sido casada com o jogador de futebol mais famoso do mundo de então. Mas o caso mostra como pessoas sem a menor preocupação ética, seja em relação ao conteúdo seja em relação aos direitos autorais, podem publicar essa produção na rede. Virou notícia no mundo inteiro... Olha o desafio ético! As possibilidades ilimitadas dessa nova realidade trazem um desafio não apenas para os jornalistas, mas também para a Justiça em todo o mundo, para os legisladores e para o próprio público, a principal vítima.

O jornalismo não é mais o ator principal. Antes detinha o monopólio da produção e da distribuição do conteúdo, agora colabora e participa dessa produção

Se qualquer pessoa pode publicar notícia a qualquer tempo, como fica o jornalismo profissional?

Caio Túlio O jornalismo fica como Minas Gerais, onde sempre esteve *[risos]*. A maneira de fazer jornalismo, do ponto de vista de sua prática, incluindo a moral provisória, continuará existindo. E o jornalismo continuará sendo necessário, porque o jornalista também continuará – para hierarquizar informações e separar o joio do trigo. O que muda agora é: o jornalismo não é mais o ator principal. Antes, era o único ator: detinha o monopólio da produção de conteúdo, da distribuição da informação, e despejava tudo em cima da gente. Agora colaboramos e participamos dessa produção. O vídeo que mostra a Daniella Cicarelli namorando na praia, por exemplo, foi visto na Europa, na Ásia e nas Américas. Mas não foi uma iniciativa da mídia tradicional

O jornalismo hoje é puro negócio ou atividade de interesse público?

Caio Túlio O jornalismo é que se denomina de interesse público. Portanto, essa questão está dentro da moral provisória e dentro da questão normativa. Não é que o jornalismo seja "puro e simples negócio". É um negócio. Ponto. Se não fosse, não teríamos uma indústria. Mas não temos que entender esse fato como algo negativo. O jornalismo nasceu como negócio, continua como negócio e é importante que continue como negócio. Sendo assim, não podemos confundi-lo como atividade de simples utilidade pública sem entendê-lo como parte da indústria da comunicação. É certo que existem muitas contradições e paradoxos aí, mas, se não tivermos claras essas definições, corremos o risco de romantizar o jornalismo ou então tratá-lo hipocritamente.

Em *As Ilusões Perdidas*, Balzac diz por meio de um personagem que "o jornal toma como verdade tudo o que é provável". Essa afirmação tem validade?

Caio Túlio No livro tento situar o jornalismo de maneira bem simples, que parece até óbvia, quando digo o seguinte: o jornalismo é a representação de representações. Ou seja, são visões de mundo de terceiros reapresentadas pela visão do jornalista. Se estamos representando essas representações de mundo, estamos trabalhando no reino das aparências, e, portanto, corremos sim o risco de tomar como verdade o que é provável. O jornalista corre esse risco de forma permanente e corriqueira. Nesse sentido, a afirmação ainda é válida.

A leitura que se faz dessa representação também não pode ser equivocada?

Caio Túlio Claro. É aí que entra a questão da linguagem. Há vários paradoxos, como o do mentiroso *[na abertura da entrevista]*, que ilustram o problema de maneira cabal. Vamos aqui trocar em miúdos e vulgarizar Wittgenstein: não há problemas filosóficos, os problemas são linguísticos. Ora, ele está chamando nossa atenção para a complexidade da linguagem. Ou seja, apesar da nossa ilimitada capacidade de comunicação, da nossa ilimitada capacidade de usar palavras, há coisas que não conseguimos dizer. Ou coisas ditas, mas entendidas ao contrário. Ou ainda de forma paralela. A mídia em geral (no jornalismo impresso, audiovisual, digital) usa uma linguagem complexa, não só de palavras, mas de imagens, movimentos, sons, etc. que pode ter impactos distintos dependendo de quem está lendo. Depende, inclusive, do contexto cultural. Numa nação muçulmana, por exemplo, é normal cortar a mão de um ladrão – para nós pode parecer horrendo, mas é normal dentro daquela sociedade.

Se Sócrates fosse nosso contemporâneo, a mídia o condenaria antes do tribunal?

Caio Túlio Provavelmente *[risos]*. A mídia constrói e destrói reputações. Façamos o exercício: digamos que não conhecêssemos o mito de Sócrates, o Sábio vitimado pela intolerância dos homens – aliás, construído a partir da visão *parcial* de seus discípulos. Enfim, suponhamos que esse homem sábio, de alto prestígio na nossa democracia, começasse a dizer que o país agora deve ser governado não por um representante eleito, nem deve ter deputados e senadores, mas deve ser dirigido pelo homem mais sábio, ele próprio, no caso. Bem, esse sujeito não sofreria a pena de morte, mas que ia ser escorraçado pela mídia, isso ia *[risos]*.

Na relação com a fonte, o jornalista também não pode ser enganado?

Caio Túlio Esse é um problemão. Ao mesmo tempo em que o jornalista pode enrolar a fonte, a fonte também pode manipular o jornalista. No jargão da imprensa, dizemos que o jornalista foi "cavalgado" *[risos]*. É a ingenuidade de reproduzir o que a fonte quer que seja reproduzido. Essa relação com a fonte é sempre tensa e complexa, além de totalmente assimétrica, seja da parte do jornalista seja da fonte. Em geral, o *expert* sabe muito mais do assunto. Por mais que o jornalista pesquise, nunca vai superar os anos de (in)formação de um biólogo, por exemplo. Esse especialista, portanto, pode de fato manipular informações, omiti-las ou distorcê-las de modo a beneficiar a si próprio ou a terceiros. Esse é um problema moral.

Adolph Ochs, que comprou o *The New York Times* em 1896, dizia que quanto mais lados o jornal pudesse ouvir, mais venderia. A imparcialidade (ouvir todos os lados) é estratégia de marketing?

Caio Túlio Claro, faz parte da indústria. Essa frase foi um achado do Mr. Ochs! Se um assunto pode ser abordado sob dois pontos de vista, então que os dois sejam publicados para vender mais exemplares, para quem concorda e para quem discorda. Esse é um entendimento do jornalismo enquanto indústria. E também um modo de transformar essa indústria em algo apetecível para todos os gostos, ganhando escala de venda. Assim a palavra imparcialidade passou a ser repetida por papagaios, que não entenderam o que está por trás disso – o que por si só já justifica a ideia de moral provisória.

