

Democratização da Informação: a Ética na Ação Jornalística*

Samilo Takara[†]

Índice

Introdução	1
1 Ética: Absoluta ou Responsável?	2
2 Jornalista Eticamente Responsável: Crises e Superações da Profissão	5
3 Democratização da Mídia: o Papel do Jornalista	8
Considerações Finais	11
Referências	11

Resumo

Este artigo pretende analisar bibliografias para compreender os conceitos de ética absoluta e ética socialmente responsável. De que modo o jornalista pode dar voz aos grupos silenciados e valorizar a democratização da informação? Este questionamento é o que movimenta a discussão teórica deste artigo.

*Este artigo é resultado de algumas argumentações teóricas do meu Trabalho de Conclusão de Curso, intitulado: Movimentos Sociais e Comunicação: o papel do jornalista na reversão da Espiral do Silêncio a favor das minorias sociais.

[†]Professor do curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, UNIFAMMA – Faculdade Metropolitana de Maringá/PR. Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Educação pela UEM – Universidade Estadual de Maringá. Graduado em Jornalismo pela UNICENTRO – Universidade Estadual do Centro-Oeste/PR.

Seguindo as discussões sobre ética e deontologia, esta pesquisa pretende salientar que a ação jornalística deve ser respaldada na democratização da informação.

Palavras-Chave: Comunicação. Ética. Democracia.

Abstract

This paper aims to grasp analysis the bibliography for to the reason the concepts of absolute ethical and socially responsible ethics. How the journalist can give voice to the silenced and enhance the democratization of information? This questioning is what makes the theoretical argument of this article. Following discussions on ethics and deontology, this research aims to highlight that the action should be backed journalistic on the democratization of information.

Key-words: Communication. Ethics. Democracy.

Introdução

PARA compreender a ação jornalística e como essa atuação profissional pode modificar e/ou reverter a *espiral do silêncio*, devemos ir além da redação das notícias e reportagens, ultrapassar a formulação de perguntas e execução de entrevistas, e,

além disso, enxergar pontos que vão além da edição e finalização dos materiais jornalísticos. Compreender o pensar sobre a notícia e a formulação de teses e motivos para que um assunto seja notícia está acima da produção e recepção, pois delimita como o assunto será abordado e as maneiras como os consumidores a receberão.

Pretendemos analisar teoricamente a ação inicial do jornalista, da pesquisa do profissional de comunicação que constrói o conhecimento para que a produção noticiosa e informativa possa ser de qualidade (e aqui nos referimos a qualidade como abrangência de fatos e perspectivas interessantes para que os espectadores recebam uma informação com uma gama significativa de dados) e que crie uma base forte para um conhecimento desenvolvido de maneira consistente para informar e formar o indivíduo que consome a notícia, uma base para que ele possa dissertar e discutir um assunto.

Um fato ambiciona a condição de relato – pois só o relato dará a ele, mero fato, um sentido narrativo. Não há, portanto, fato jornalístico sem relato jornalístico. O que pretendemos dizer, enfim, é que o relato jornalístico ordena e, por definição, constitui a realidade que ele mesmo apresenta como sendo a realidade feita de fatos. A notícia acontece como elo do discurso. A notícia acontece como elemento discursivo, tendendo para um lado ou para o outro, tanto faz, mas como elemento discursivo (GOMES, 2003, p. 10).

A partir dessa afirmação, percebemos a importância de como a notícia, o relato jor-

nalístico, deve ser construído a partir de um conhecimento amplo sobre o assunto. O simples relato pode ilustrar um fato, mas não consegue desenvolver um conhecimento sobre o assunto. Conhecer sobre as relações sociais, o desenvolvimento da sociedade, desenvolver uma análise construída em bases estatísticas, em explicações de especialistas e utilizar a figura do personagem para que a identificação pessoal possa trazer ao mundo do espectador aquele fato, para que ele possa ser analisado e forme um indivíduo capaz de discutir e dissertar sobre o ocorrido, é uma das bases do jornalismo.

1 Ética: Absoluta ou Responsável?

A sociedade tem um funcionamento marcado por diversos preconceitos e construções históricas, fundadas em bases patriarcais, capitalistas e fálicas que sinalizam um conhecimento pré-concebido em bases morais que não contribuem para ações éticas de responsabilidade social. O preconceito acaba criando uma ética de verdade absoluta, como diferenciada por Max Weber, que formula paradigmas que sem o aprofundamento do conhecimento e a falta de esclarecimento pode comprometer o discernimento e a compreensão da vida dos indivíduos da sociedade. Lage (2004) salienta que

Preconceitos e pressupostos ajudam pouco e atrapalham muito em jornalismo [...] A essência do jornalismo, pelo contrário, é a partir da observação da realidade (do que ela tem de singular), esteja ou não conforme alguma teoria. Poucas matérias jornalísticas originam-se

integralmente da observação direta. A maioria contém formações fornecidas por instituições ou personagens que testemunham ou participam de eventos de interesse público. São o que se chama de fontes. É tarefa comum dos repórteres selecionar e questionar essas fontes, colher dados e depoimentos, situá-los em algum contexto e processá-los segundo técnicas jornalísticas (LAGE, 2004, p. 49)

Percebemos, a partir destes pressupostos, que o jornalismo pode e deve orientar o espectador sobre os fatos ocorridos e, além disso, contribuir para a compreensão do indivíduo sobre assuntos e movimentos sociais, por meio de uma reportagem com afirmações de especialistas e com ângulos de cobertura que possam abrir a visão do espectador a fim de que ele, munido de conhecimento, disserte sobre os assuntos da sociedade, sem que o preconceito feche ou limite seu campo de visão.

Ao pensarmos nos conceitos desenvolvidos por Weber, percebemos que a ética pode ser entendida de dois modos e vivida também da maneira que se crê nessa construção de conhecimentos e ações. Segundo Weber

[...] a ação social, que como toda ação, pode ser classificada: *racional segundo o propósito*, ou seja, pelas esperanças de comportamento dos objetos do ambiente externo e de outras pessoas e através do uso dessas esperanças como condições ou meios para fins racionais, racionalmente avaliados

e perseguidos; *racional segundo o valor*. Desse modo, através da crença consciente no próprio valor absoluto, quer se interprete como, ético, estético, religioso etc. De certo modo, esse comportamento exclusivamente por ele mesmo, independente dos resultados (apud KUNCZIK, 2002, p. 41)

O autor define, neste ponto, a diferença entre uma ética absoluta, em que o objetivo, no caso do jornalista, é informar; e uma ética respaldada na responsabilidade social, em que você constrói sua ação por meio da análise do fato ocorrido, como o indivíduo deve divulgá-lo e de que maneira você pode colaborar para o desenvolvimento social, histórico e humano do seu espectador por meio da transmissão desta notícia.

Desse modo, Weber explica que

Uma pessoa cuja ética abriga unicamente os valores absolutos recusa-se a assumir a responsabilidade pelas conseqüências de suas ações. Essa proposição afirma que o ator não se responsabiliza pelos resultados de suas ações. Então, o elemento característico da ética dos valores absolutos é o dever absoluto para com a verdade (apud KUNCZIK, 2002, p. 42)

Enquanto, que

A ação eticamente responsável significa que ela diz respeito não somente à seleção dos meios para se alcançar um fim específico, mas também a comparação dos valores.

A partir desta prerrogativa, o ator eticamente aceita a responsabilidade pelas conseqüências, intencionais ou não intencionais de sua ação. A pessoa responsabilmente ética leva em conta os defeitos das pessoas. Em contraste cuja ética é a dos valores absolutos, a pessoa eticamente responsável não acredita que pode impingir os outros as conseqüências de suas ações (apud KUNCZIK, 2002, p. 42)

Ao perceber as definições que Weber faz sobre os modos de cumprir as ações jornalísticas, respaldadas na ética do valor absoluto, o jornalista poderá atuar, crendo que seu objetivo é informar, não importando a reputação, a vida ou a ação do seu entrevistado e de suas personagens, apenas cumprindo o papel de informar.

Contudo, um jornalista que tem sua ética respaldada na responsabilidade social, pensa no desenvolvimento de sua ação como uma maneira de contribuir para a sociedade onde vive. Essa ação de informar pode prejudicar os grupos sociais e, por meio de sua produção, ou ele pode colaborar para formar um indivíduo capaz de discernir as práticas sociais e compreender a importância, a relevância de seus atos ou como mudá-los para colaborar para uma sociedade mais equitativa, justa ou compreensiva.

Não entremos aqui nos méritos de quais são as determinações e configurações da concepção que cada pessoa tem sobre a ética, a estética ou a retórica do outro, ou do indivíduo que é parte da notícia. Vamos nos ater no profissional de jornalismo, que deve compreender mais sobre a diferença de sua ação no contexto social e como a formulação

e o cumprimento de seu papel pode modificar maneiras de pensar e melhorar a sociabilidade dos indivíduos que vivem nesta realidade e reverter o silenciamento feito por discursos tidos como hegemônicos.

Recorremos neste momento ao Código de Ética do Jornalista Brasileiro, que serve de respaldo para a ação jornalística, mas que, em muitos momentos, é deixado de lado ou suprimido em detrimento de um pensamento negativo que delimita a profissão e a atuação do jornalista. O código salienta, em seu capítulo I, Artigo 1º, que “O Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros tem como base o direito fundamental do cidadão à informação, que abrange seu o direito de informar, de ser informado e de ter acesso à informação” (FENAJ, 2008).

Desse modo, o jornalista pode recorrer ao seu código, quando em qualquer ação profissional causar-lhe a dúvida de porque existe sua profissão. A função social do jornalismo é respaldada no direito do cidadão brasileiro em informar ao outro, informar-se e ter acesso irrestrito às informações de seu interesse. É nesse pressuposto que afirmamos que o dever do jornalista surge da necessidade de garantir o direito do cidadão.

E se voltarmos ao código, em seu Capítulo II, que define a conduta profissional do jornalista e destacarmos no Artigo 6º, em que delimita seu dever profissional, os Incisos:

I – opor-se a arbítrio, ao autoritarismo e à opressão, bem como defender os princípios expressos na Declaração Universal dos Direitos Humanos; [...] **II** – divulgar os fatos e informações de interesse público; **XI** – defender os direitos do cidadão, contribuindo

para a promoção das garantias individuais e coletivas, em especial as das crianças, adolescentes, mulheres, idosos, negros e minorias; [...] **XIV** – combater a prática de perseguição ou discriminação por motivos sociais, econômicos, políticos, religiosos, de gênero, raciais, de orientação sexual, condição física ou mental, ou de qualquer outra natureza. (FENAJ, 2008, p. 2)

Percebemos que cabe ao jornalista pausar, escrever e editar, de maneira consciente ao desenvolvimento de uma sociedade capaz de respeitar as diferenças e conhecer sobre as diversidades e as diferenças da sociedade brasileira. Assim, é inconcebível pensar em um profissional desta área que atue movido pelo preconceito de qualquer âmbito, em sua construção e transmissão noticiosa.

2 Jornalista Eticamente Responsável: Crises e Superações da Profissão

Bertrand (1999), ao tratar sobre o jornalista, explica que o mesmo deve conhecer seus potenciais e suas limitações no desenvolvimento de um conteúdo noticioso capaz de contribuir para o desenvolvimento do indivíduo, para a melhoria em suas relações sociais e no aumento da capacidade de discernimento e dissertação sobre assuntos e conceitos que permeiam nossas relações.

Conhecer a si e a seus limites – O jornalista deve ter consciência do que ele é e do que ele não é: homem/mulher, branco/negro,

jovem/velho etc. Muitas das faltas cometidas vêm do fato de se ignorar a própria natureza e suas limitações. A deontologia, em certa medida, poderia reduzir-se a uma conscientização (BERTRAND, 1999, p. 107)

Ao tratarmos de conceitos éticos é importante que possamos discernir a diferença entre ética, moral e deontologia. A primeira trata do que limita e norteia uma ação. Enquanto a segunda é um conhecimento baseado em senso comum e religioso que define o que é bem visto e o que é julgado como ruim perante a sociedade, enquanto a terceira é a ação de refletir a ética e a moral a fim de compreender de que modo é construída a ação profissional ou pessoal de uma pessoa ou instituição.

A ética é o nosso foco neste espaço de desenvolvimento teórico. Não buscaremos aqui julgar o que uma “divindade” e o “povo” pensariam das ações executadas por um profissional desta área, e sim, em como é construída a ética, elemento norteador, que é importante na convivência social e na real formação da sociedade.

Algumas delimitações éticas são desenvolvidas em forma de códigos de ética, que não abrangem completamente o real sentido da ação discutida. Como ressaltado por Bertrand (1999) “os códigos proscvem muito e prescrevem pouco – sem dúvida porque é mais fácil pôr-se de acordo sobre as faltas a evitar do que sobre as virtudes a praticar. Mas uma moral negativa não é suficiente” (BERTRAND, 1999, p. 107). Pois o código de ética dos jornalistas, mesmo salientando as ações de responsabilidade do jornalista, não garante ao mesmo

subsídio para a efetivação de atos a favor da sociedade.

A construção de uma tábua de leis, que deve ser seguida a risca, não é um objetivo ético, e sim uma visão catequizadora, que por meio de preconceito ou necessidade de padronização social foi pré-concebida por aqueles que desenvolvem o mesmo, baseado em uma verdade absoluta e que não pensam em um caráter analítico no profissional que deve se respaldar nos conceitos. Esse tipo de código apenas divide em boas e más pessoas, em um pré-julgamento.

É simples informar? Podemos nos prender a diversos pontos, que Bertrand (1999) define como:

Os usos e costumes jornalísticos constituem um obstáculo considerável à deontologia. Preguiça, insensibilidade burocrática, falta de imaginação geram a rotina: cobrem-se os mesmos setores; seguem-se os mesmos fenômenos; publicam-se os comunicados; consultam-se os mesmos supostos especialistas. Consultam-se poucas fontes excelentes, mas obscuras: revistas especializadas, peritos discretos (p. 110).

O autor demonstra como a ética da verdade absoluta mantém-se de maneira simples e não é necessário buscar pesquisas, conhecer dados, procurar bons especialistas, fontes sólidas e um personagem completo e pouco estereotipado. Esse tipo de ética permite acomodar-se. Ser jornalista apenas dentro de uma redação, protegido pelos signos de uma profissão capaz de desmoralizar e diminuir qualquer pessoa que a contrarie,

não é uma ação pautada na responsabilidade social do ato de informar.

Bertrand (1999) ainda coloca a conhecimento que esse tipo de jornalista pautado pela dita verdade antes de tudo trabalha em um veículo que não abre espaço para uma investigação aprofundada e espera que o jornalista não incomode um modelo de produção totalmente acomodado. Assim, o autor mostra-nos que, infelizmente,

[...] os meios de comunicação apresentam notícias policiais e notícias políticas que, em grande medida, lhe são fornecidas por serviços oficiais. Eles evocam os assuntos que suscitam consenso ou oposição reconhecida. E ocultam assuntos marginais, ou ridicularizam-nos: foi o que se viu quando do renascimento do movimento feminista, nos anos 60 e 70. A mídia deveria visar dar um panorama *completo* da atualidade local, nacional e mundial, que aliás frequentemente consiste mais em problemas a resolver do que em ações e acidentes (BERTRAND 1999, p. 113)

A silenciamento também acontece nas salas de redação. Há diversas situações que emudecem o jornalista. Entretanto, Bertrand (1999) aponta que

A omissão é o pior pecado da mídia. A causa pode ser a natureza do meio de comunicação, ou a falta de recursos, ou a recusa dos proprietários de fazer a despesa necessária. Mas a omissão pode ter outras causas. Certos

assuntos são pouco ou mal tratados por causa de preconceitos antigos e de tabus, sejam os dos padrões da mídia, ou dos anunciantes (que apreciam pouco a defesa dos consumidores, por exemplo), ou aqueles dos homens jovens e cultos que povoam as salas de redação, sejam aqueles da camada rica do público ou da maioria da população (p.114)

Percebemos que o silêncio é imposto, na estrutura das salas de redação. Aqui fazemos referência à teoria organizacional, que explica sobre o poder do pauteiro de restringir o olhar do repórter; do editor, buscando uma maneira de garantir que o consumidor compreenda de maneira simples, mudando a configuração do texto inicial; da diagramação e revisão, que precisam enquadrar o texto nos moldes do veículo. Um silêncio, que é trazido por anunciantes e as estruturas da redação, e dentro de uma profissão que tem como objetivo dizer o que seu espectador não sabe, parece confuso acreditar que exista necessidade de coerção do repórter. Entretanto, Kunczic deixa muito claro que “a subjetividade e a reportagem feita com consciência não se contradizem. A objetividade significa simplesmente não distorcer nem suprimir os fatos” (KUNCZIC, 2002, p. 101).

A partir desta prerrogativa, percebemos que a oportunidade de repensar o profissional de jornalismo como alguém capaz de, por meio de ações que estão dentro de sua atuação profissional, possa utilizar-se da voz e realmente reverter o processo de silêncio da sociedade, pode também dar aos que se silenciam pelo dito medo da aceitação a oportu-

nidade de se expressarem, como é garantido pela Constituição Federal.

Desse modo, Langenbucher e Mahle (apud Kunczik, 2002) mostram que a sociedade precisa de um profissional diferente do que o senso comum visualiza no jornalista como o quarto poder, ou mesmo um herói capaz de salvar o mundo. Segundo eles,

[...] o que uma sociedade democrática precisa é de jornalistas que queiram ser, antes de tudo, mediadores, que não adotem a atitude demagógica para com a sociedade nem desejem “preparar”, manipular ou guiar as pessoas, mas que tenham o objetivo de possibilitar o diálogo, através das diferentes correntes, entre as várias classes e equipamentos; gente, em outras palavras, que esteja preparada para tornar compreensíveis os fatos essenciais da política atual para o operário cansado e pouco instruído; jornalistas que não escrevam para outros jornalistas, mas para as “massas”. Às vezes, tem-se a impressão de que a classe intelectual tinha uma consciência mais clara desse seu dever épocas anteriores, não democráticas (LANGENBUCHER e MAHLE apud KUNCZIK, p. 101, 2002).

Bertrand (1999) ainda afirma que os meios de comunicação não compreendem por um todo como é o desenvolvimento da prática jornalística e da necessidade de garantir que a responsabilidade dos atos sociais do jornalista são mais importantes do que meras suposições de verdades absolutas que não incluem os diferentes contextos de produção

de cada veículo em suas peculiaridades. Desse modo,

A maior parte dos meios de comunicação não leva em conta a complexidade do real. Acha-se na obrigação de fazer depressa e de entreter, logo, de simplificar. O abuso do estereótipo, a divisão em bons e maus, a redução dos fenômenos a indivíduos pitorescos, de um discurso a uma frase. A mídia dá assim, da sociedade e do mundo, imagens incompletas, frequentemente deformadas, que podem gerar sentimentos e comportamentos lamentáveis (BERTRAND, 1999, p. 117).

E ainda o autor complementa sua compreensão da função jornalística, incitando o mesmo a utilizar uma maneira mais aprofundada para abordar o fato que está na pauta e sua realidade por meio de uma análise mais profunda. Segundo Bertrand (1999),

O jornalista deveria também utilizar os métodos das ciências sociais, aplicar a potência dos computadores à análise de arquivos ou de investigações, a fim de escavar sob a superfície da atualidade para identificar movimentos profundos antes que emergjam, às vezes sob uma forma catastrófica (p.119).

É a partir dessas prerrogativas que percebemos que o jornalista tem uma função social muito mais importante do que um conceito absoluto. Sua análise, seu desenvolvimento intelectual e seu poder de abrangência e penetração devem ser compreendidos

como uma maneira de esclarecer pontos e mudar a concepção dos espectadores. Por meio de um conhecimento mais aberto, elaborado de maneira simples, porém aprofundado e baseado em diversos pontos, o jornalista pode abrir caminhos para que o espectador se interesse e até mesmo se disponha a conhecer a diversidade social.

3 Democratização da Mídia: o Papel do Jornalista

É visível que o profissional de jornalismo tem como respaldo uma visão da sociedade privilegiada pelo conhecimento e o contato com pessoas das mais diferentes origens e que, através de seu trabalho, podem conhecer-se e aprimorar o convívio social. Nem todos os indivíduos têm oportunidade de conviver com o outro de uma maneira tão peculiar e capaz de indagá-lo sem ofendê-lo até conhecer aspectos que são marcantes em determinados grupos.

Percebemos que o silêncio segrega a muitos. O preconceito e o descaso da mídia atual continuam por amordaçar as minorias. Grupos que por não possuírem todos os pré-requisitos definidos pela moral ou até mesmo por uma condição pré-julgada como necessária são agredidos todos os dias por grupos que se julgam majoritários e capazes de definir quem pode ou não viver em sociedade.

Desse modo, a comunicação, agindo no ato de tornar comum, de apresentar aos que não conhecem a realidade de diversos grupos de maneira simples, respaldada e clara, pode garantir que a sociabilidade possa ser uma tentativa menos carregada de preconceitos, que são visões medíocres formadas pela es-

tereotipagem de um indivíduo ou grupo social.

Segundo Bertrand (1999)

A mídia pode fazer muito pelos consumidores/cidadãos. Mas existe uma diferença lamentável que poucos códigos evocam: como dizia La Fontaine; “Conforme se-jais poderosos ou miseráveis...” A liberdade de imprensa e de palavra não deveria ser nem o privilégio de uma elite nem o da maioria. Devem ouvir-se também os marginais, os excêntricos, os “desmancha-prazeres dos corruptos”. Pois às vezes eles têm razão. Ora, quando o governo quer fazer calar contestadores, os grandes meios de comunicação tendem a colocar-se discretamente do lado do mais forte (BERTRAND, 1999, p. 128-129).

Pela penetração, pela explicação clara, concisa e rica em detalhes os discursos da comunicação têm poder para desenvolver no indivíduo o interesse por conhecer outras realidades. Desse modo, o silêncio opressor que é forçado a muitos dos excluídos e marginalizados é deixado de lado para que eles possam partilhar de suas experiências e mostrar que o conhecimento do estereótipo não garante que o indivíduo conheça a realidade do marginalizado.

A sociedade atual, capitalista, cristã, patriarcal, fállica, branca, de maioria heterossexual, não tem o costume de conviver com negros, homossexuais, mulheres feministas, candomblecistas, indígenas, entre outros grupos ou pessoas que são silencia-

das todos os dias. Entre aqueles que a sociedade acredita ter vencido barreiras, ainda há muitas pessoas que não conseguem conviver com o silêncio que foi pedido em troca de um convívio que lhe é de direito.

Peruzzo (2004) explica a união de grupos minoritários que buscam o título de cidadãos e os direitos garantidos a todos que convivem neste planeta. A pesquisadora ressalta que

Movimentos populares são manifestações e organizações constituídas com objetivos explícitos de promover a conscientização, a organização e a ação de segmentos das classes subalternas visando satisfazer seus interesses e necessidades, como os de melhorar o nível de vida, através do acesso às condições de produção e de consumo de bens de uso coletivo e individual; promover o desenvolvimento educativo-cultural da pessoa; contribuir para a preservação ou recuperação do meio ambiente; assegurar a garantia de poder exercer os direitos de participação política na sociedade e assim por diante. Em última instância, pretendem ampliar a conquista de direitos de cidadania, não somente para pessoas individualmente, mas para o conjunto de segmentos excluídos da população (PERUZZO, 2004, p. 2)

Não há, por exemplo, uma segregação entre o masculino e o feminino, mas não há uma interação social completa. Sempre há o julgamento do estereótipo, que, se for mais abordado, começaremos a perceber que

ainda veem a mulher como corpo para ser olhado e posse do macho mais próximo. E essa visão, dita vencida por muitos, ainda não é um direito de ação à mulher, que ainda deve seu corpo à Santa Igreja e sua virgindade ao marido.

E assim como o feminismo luta pela mudança dessas visões preconceituosas, muitos grupos lutam pela liberdade de expressão, pela valorização das diferenças e do direito de pertencer à sociedade. Peruzzo (2004) aborda a criação e o fortalecimento da comunicação comunitária, popular e alternativa, que valoriza esses grupos. Mas, não podemos descartar qualquer cidadão de um assunto que está em pauta por não fazer parte das regras e normas impostas. Todo cidadão tem direito a informar e ser informado. É uma prerrogativa constitucional.

Ao dar uma entrevista para um jornal, participa-se. Se sua imagem é “roubada” por um fotógrafo ou cinegrafista e depois é exibida na mídia, você está participando do conteúdo do meio de comunicação. Se você atende a um telefonema de algum funcionário da revista, da qual é assinante, e dá sugestões de pauta, você está participando. Se você realizou algo importante ou cometeu um delito e mereceu uma nota ou uma reportagem na imprensa, está participando, e assim por diante. Os tipos de participação mencionados são comuns e importantes na mídia tradicional (PERUZZO, 2004, p. 19).

Essa visibilidade é dada pelo jornalista a todos que possam valorizar, de alguma

forma, e, colaborar para que a informação transmitida ao público seja abrangente. Além de informar, a comunicação deve ser educativa para que o indivíduo possa ter consciência de uma sociedade plural. São os espectadores que fazem com que, por meio do seu direito de ser informado, o jornalista tenha o dever de cumprir a pauta. Ser socialmente responsável é garantir que a pluralidade seja parte do produto e tirar muitas mordanças de uma sociedade de normas.

Ouvir os movimentos sociais é uma maneira de a mídia produzir um material plural e significativo. E que esses produtos, notícias e reportagens poderão colaborar para as novas formações educativas e culturais da sociedade que, hoje, precisa compreender a construção social transdisciplinar e multifacetada que a informação e a população têm.

A sociedade ainda vê com maus olhos o direito dos outros indivíduos, entretanto, a cada momento que se volta ao assunto e que se pretende esclarecer, a cada reportagem e notícia que visa mostrar a realidade, menos pessoas mantêm essa visão fechada e opressiva, que foi construída de maneira preconceituosa e pouco elaborada, mas que, como permaneceu regra para se viver em sociedade, é o que o indivíduo tem como real.

E se o jornalista mostra-se disposto a atuar numa responsabilidade social, a capacidade do mesmo em apresentar outras realidades, mostrar outras vidas e dar outros exemplos é tão grande e variada, que o indivíduo poderá reverter esse silêncio e expressar-se. O medo da exclusão pode diminuir em favor de uma sociedade capaz de colaborar para o crescimento da sociedade.

Considerações Finais

O jornalista pode, por meio de uma formação social, cultural e humanística, ter consciência de sua ação na promoção da cidadania e dos direitos humanos que devem ser garantidos. E a partir do cumprimento de suas funções – pauta, produção, entrevistas, pesquisa – redação e edição; garantir as minorias sociais à visibilidade para que suas lutas e motivações sejam informadas a população.

Além disso, os profissionais de jornalismo podem colaborar, por meio de um ceticismo e pesquisa para que o preconceito possa ser vencido, pois os veículos de comunicação ao abordarem desde assuntos que estão diretamente ligados aos movimentos sociais como a violência contra a mulher e o casamento entre pessoas do mesmo sexo, até pautas que são comuns a datas e eventos da sociedade como compra de material escolar e o aumento de impostos a inclusão de fontes da população que estão entre as minorias sociais.

Todos os cidadãos brasileiros são protegidos e regidos pela Constituição Federal. Todos os seres humanos devem ter claro que a Declaração Universal dos Direitos Humanos deve ser seguida e que qualquer prática que impeça uma ação legítima é um preconceito e a mídia tem o papel de informar ao cidadão sobre esse fato. Ainda falta a muitos profissionais e veículos de comunicação a compreensão desses direitos fundamentais e a valorização do indivíduo e das diferenças como uma das marcas do povo brasileiro. Precisamos que os jornalistas discutam mais sobre os Direitos Humanos, sobre a Constituição, sobre o Estatuto da Criança e do Ado-

lescente e tantos outros documentos que legitimam um indivíduo nesta sociedade.

É no direito do cidadão brasileiro e do ser humano de ser informado reside o dever do jornalista. Um profissional que pode informar de maneira clara a sociedade e mostrar como o preconceito pode ser algo perigoso. O jornalista claro e eticamente responsável é capaz de iluminar e de garantir que essa sociedade tenha um futuro de respeito às diferenças.

Referências

- ABRAMO, Cláudio. *A regra do jogo: o jornalismo e a ética do marceneiro*. São Paulo. Companhia das Letras, 1988.
- BERTRAND, CLAUDE-JEAN. *A Deontologia das mídias*. São Paulo: Editora EDUSC, 1999.
- FENAJ. *Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros*, 2008.
- KUNCZIK, Michael. *Conceitos de Jornalismo: Norte e Sul: manual de comunicação*. 2ª edição. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2002.
- LAGE, Nilson. *A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística*. 4ª edição. Rio de Janeiro Editora Record, 2004.
- LIPPMANN, Walter. *Opinião pública*. Tradução e prefácio de Jacques A. Wainberg – Petrópolis, RJ: Ed. Vozes, 2008.
- MARTINO, Luís Mauro de Sá. *Teoria da Comunicação: ideias, conceitos e*

métodos. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2009.

PERUZZO, Cíclia M. Krohling. *Direito a comunicação comunitária, participação popular e cidadania*. São Paulo. Anais Celacom/Endicom, 2004.

PERUZZO, Cíclia Maria Krohling. *Revisitando os Conceitos de Comunicação Popular, Alternativa e Comunitária*. Anais do Intercom. Brasília, 2006.