

ESCOLA SUPERIOR DE TEOLOGIA - EST
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM TEOLOGIA
MESTRADO EM TEOLOGIA

DIEGO LUZ SANTOS

DEMOCRACIA DA INFORMAÇÃO NO JORNALISMO EM SALVADOR:
ÉTICA DO CUIDADO NOS PROGRAMAS SENSACIONALISTAS DA
TELEVISÃO E SUA INFLUÊNCIA NA OPINIÃO PÚBLICA

Salvador
2011

DIEGO LUZ SANTOS

**DEMOCRACIA DA INFORMAÇÃO NO JORNALISMO EM SALVADOR:
ÉTICA DO CUIDADO NOS PROGRAMAS SENSACIONALISTAS DA
TELEVISÃO E SUA INFLUÊNCIA NA OPINIÃO PÚBLICA**

Dissertação de Mestrado Profissionalizante para
obtenção do grau de Mestre em Teologia, Gestão e Ética
- Faculdades EST - Programa de Pós-Graduação Stricto
Sensu.

Orientador: Prof. Dr. **Wilhelm Wachholz**

Salvador
2011

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

S237d Santos, Diego Luz

Democracia da informação no jornalismo em Salvador: ética do cuidado nos programas sensacionalistas da televisão e sua influência na opinião pública / Diego Luz Santos ; orientador Wilhelm Wachholz. – São Leopoldo : EST/PPG, 2011.
58 f.

Dissertação (mestrado) – Escola Superior de Teologia. Programa de Pós-Graduação. Mestrado em Teologia. São Leopoldo, 2011.

1. Sensacionalismo na televisão. 2. Comunicação de massa – Aspectos sociais – Brasil. 3. Comunicação de massa – Influência. 4. Ética jornalística. I. Wachholz, Wilhelm. II. Título.

RESUMO

Pretende-se nessa dissertação suscitar uma reflexão crítica sobre a manipulação dos sujeitos e a falta de ética com que são tratados os problemas sociais das pessoas de classe social baixa nos programas sensacionalistas das emissoras Record e SBT, na Bahia. Traz à tona a forma maniqueísta usada por esses programas que denunciam, muitas vezes, a violência física, através da violência simbólica. Apresenta-se uma rápida abordagem sobre a ética do cuidado, seguida de uma breve discussão sobre a democracia da informação e a ética. Finaliza essa dissertação com apreciação crítica sobre o Jornalismo Sensacionalista e a Ética, numa perspectiva do cuidado com o outro.

Palavras chave: Ética do cuidado; programas sensacionalistas; informação.

ABSTRACT

It is intended that pose a critical dissertation on the subject of manipulation and lack of ethics that are dealt with social problems of people of low social class in the programs of the networks hyped Record and SBT, Bahia. Raises the Manichean way, used by those who denounce programs, often, physical violence, through symbolic violence. It presents a quick insight into the ethics of care, followed by a brief discussion on democracy and ethics of information. He ends this dissertation with critical appraisal of sensationalist journalism and ethics, a perspective of care to another.

Keywords: Ethics of care, programs sensational; information.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	5
1. SENSACIONALISMO NA COMUNICAÇÃO	10
1.1. HISTÓRIA DO JORNALISMO SENSACIONALISTA	10
1.2. O GÊNERO SENSACIONALISTA	12
1.3. TELEJORNAL SENSACIONALISTA NO CONTEXTO DA INDÚSTRIA CULTURAL	13
1.4. PROGRAMA SENSACIONALISTA NA TV	16
1.5. CARACTERÍSTICAS DO TELEJORNAL SENSACIONALISTA	18
1.5.1 Pauta popularesca: parcial ou imparcial?	18
1.5.2. Discurso: assistencialista ou sensacionalista?	20
1.5.3. Sociedade do espetáculo	22
1.5.4. O poder da imagem sensacional	24
2. ANÁLISES DOS PROGRAMAS TELEVISIVOS SENSACIONALISTAS DA BAHIA: SE LIGA BOCÃO E NA MIRA	27
2.1. PROGRAMA “SE LIGA BOCÃO”	27
2.2. PROGRAMA NA MIRA	30
2.3. CRÍTICAS TEÓRICAS AOS PROGRAMAS “SE LIGA BOCÃO” E “NA MIRA”	32
3. ÉTICA DO CUIDADO E OS VALORES SOCIAIS NO JORNALISMO	39
3.1. A FALTA DE CUIDADO: UM PROBLEMA NA SOCIEDADE MODERNA	39
3.2. LEONARDO BOFF: OS TRÊS EIXOS DA CRISE NA SOCIEDADE CAPITALISTA	43
3.3. A ÉTICA E A FORMAÇÃO DE VALORES NA SOCIEDADE	46
3.4. ÉTICA DO CUIDADO: RESPONSABILIDADE NA FORMAÇÃO SOCIAL	48
3.5. DEMOCRACIA DA INFORMAÇÃO E A ÉTICA	49
3.6. VALORES, CREDIBILIDADE E ÉTICA	51
3.7. CÓDIGO DE ÉTICA DO JORNALISMO	52
CONCLUSÃO	53
REFERÊNCIAS	55
ANEXOS	57
ANEXO I - Programa Se Liga Bocão – Tv Itapuan, emissora filiada à Rede Record	57
ANEXO II - Programa Na Mira – Tv Aratu, emissora filiada ao SBT	58

INTRODUÇÃO

A definição da palavra ética, no grego *ethos*, significa modo ser, comportamento, caráter, conforme consta no Dicionário Larousse¹. Já a filologia da palavra *cuidado*, do latim *cura*, expressa uma atitude de complacência com o “outro”. Por sua vez, tem sua derivação em *cogitare-cogitatus* que significa cogitar, pensar, atenção, ou seja, revela uma atitude de interesse, de desvelo e de preocupação. Essa atitude define a forma como a pessoa estrutura suas relações com o mundo e com o outro, estabelecendo um elo de reciprocidade e de responsabilidade consigo, com o outro e com o universo.

A ética surge a partir da nossa relação com o outro, mas, somente se expressa nos seus atos e nas suas consequências. Por isso que ela regulamenta as práticas sociais. A origem da ética se refaz em forma de contrato através do confronto responsável entre a proposta e a resposta ou, nas palavras de Boff², “ao assumir uma responsabilidade ou demitir-se dela”. Boff afirma que a atitude de arcar com as consequências dos atos se constitui em um comportamento ético e solidário. Vale ressaltar que a ética não se resume em relacionamento entre duas pessoas ou pessoal, ela está, intencionalmente, no nosso contexto histórico e de formação de nossa sociedade.

Nessa breve reflexão não se pode extrair da discussão a aplicação da ética do cuidado na nossa sociedade dos excluídos, esta compreendida como modo de produção capitalista, norteadas pela globalização da economia e das políticas neoliberais que incentivam o individualismo como forma de inserção numa sociedade altamente competitiva. Nessa perspectiva predomina o capital sobre o trabalho, a diminuição da responsabilidade do Estado sobre setores essenciais para garantir a qualidade de vida, influência, terminantemente, no Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) e estimula a privatização e a terceirização de serviços.

¹ LAROUSSE. **Dicionário da Língua Portuguesa Larousse Cultural**. São Paulo: Nova Cultural. Minidicionário da Língua Portuguesa – Sacconi, 2008, p. 39.

² BOFF, Leonardo. **Ethos mundial: um consenso mínimo entre humanos**. Rio de Janeiro: Record, 2009. p. 31.

Constata-se a partir dessa distribuição desigual de que a renda está concentrada na minoria que define a economia do país. Impera a desigualdade social e diferentes acessos para condições desiguais. Ficam de fora milhares de pessoas que vivem abaixo do nível de pobreza. A própria forma do neoliberalismo já privilegia a individualidade, a competição e o bem-estar próprio em detrimento de uma grande parcela da sociedade.

Nesse contexto, a ética se alimenta das intenções, dos propósitos e dos pressupostos. Entretanto, a ética não é resposta aos compromissos? Como praticar a solidariedade social, dispondo políticas públicas mais éticas e mais cuidadoras do outro? A própria exclusão é sinônimo de uma sociedade que não prima em manter relações éticas nas suas realizações, na qualidade de vida e nem com o ambiente em que vive. A busca do ter mais, de juntar valores, de se apoderar das informações, de manipular o outro evidencia que a lei da ganância destrói a subjetividade do ser, a beleza dos recursos, a essência do estar no mundo, transformando o lócus social em caos. Pode-se, então, assinalar que a ética vivida é predatória, pois compromete o projeto humano.

No que se refere ao projeto humano, resgata-se que a ética começa no indivíduo, pois a consciência traz à tona os conflitos e os conhecimentos que são reconhecidos na reflexão, trazendo esses elementos para a realidade atrelada ao sujeito do conhecimento. Dessa tomada de consciência, surgem as escolhas éticas ou não. Vale ressaltar que a ética começa no indivíduo, quando esse toma para si a responsabilidade decorrente de seus atos. A ética do cuidado, portanto, traz o significado de sobrevivência pessoal, mais também a solicitude com o outro.

Foi nessa perspectiva do cuidado com o outro que se escreve sobre “Democracia da informação no Jornalismo em Salvador: Ética do cuidado nos programas sensacionalistas da televisão e a sua influência na opinião pública”. Os objetivos deste trabalho são os de analisar o método da formação e da emissão de informações, verificar os impactos dessas, na opinião dos espectadores, e verificar se a formação da opinião pública, munida da construção de verdades, é alvo de jornalistas que se utilizam dos meios midiáticos para “intervir” nas construções ideológicas sociais ou não.

No primeiro capítulo será apresentado o tema do sensacionalismo, que culminou na implantação deste nas principais emissoras de TV do Brasil. O objetivo deste capítulo é introduzir a temática, garantindo um prólogo reflexivo e crítico sobre o gênero. Assim, as teorias referentes à Indústria Cultural, Ética do Cuidado e Jornalismo, dentre outras, serão inseridas neste capítulo para fundamentar e possibilitar melhor campo de visão da dissertação.

É de extrema importância trazer o conhecimento do gênero para compreender os efeitos que este influencia na sociedade. Com o intermédio teórico, o leitor poderá perceber que o sensacionalismo ficou muito relacionado ao jornalismo que privilegia a superexposição das misérias alheias de indivíduos com seus grupos mazeados. Com o apoio da polícia, o jornal ganhou o cunho justiceiro e se torna “boca do povo” para possíveis soluções.

No segundo capítulo, com objetivo de aprofundar a temática, buscar-se-á descrever os modelos de apuração e emissão de informações dos programas Na Mira (TV Aratu) e Se Liga Bocão (TV Itapoan). A análise, fundada em pressupostos jurídicos, garante entender o formato dos programas conforme dispõem as leis que ponderam o objetivo da liberdade de expressão da imprensa. Ressalto que a liberdade que a imprensa prega, deve se postular sob os padrões éticos que a própria profissão constitui.

O preocupante é que a qualidade jornalística desses noticiários causa um impacto enorme em função da linguagem, das imagens apresentadas e das exposições das pessoas envolvidas no fato. O texto jornalístico usado ganha força na locução dos apresentadores, intercalados com imagens e expressão emocionais dos entrevistados. Assim, a falta da ética do cuidado como elemento de acolhimento do problema do outro, dos sentimentos e das emoções, provoca neste pesquisador, enquanto jornalista, uma inquietação e vontade de escrever sobre esses programas.

O formato de provocar sensações é alvo de críticas constantes dentre a população, referentes ao exagero e distorções de fatos e imagens que entram em contrapartida à conduta ética no jornalismo. Nascem pautas e discursos incumbidos de símbolos, clichês, estereótipos e metáforas, utilizadas como estratégia midiática na troca do

essencial pelo supérfluo. A idealização de alcance de audiência parte da inversão do foco do telespectador, no que se diz respeito à substituição do conteúdo jornalístico pelo formato ousado do programa.

O desejo de escrever sobre esse tema se aprofunda na perspectiva de que a ética do cuidado privilegia, necessariamente, o aspecto do ser – com – os – outros no mundo. Nesse sentido que, no terceiro capítulo, serão apresentados a Ética do Cuidado e os valores sociais no Jornalismo. Resgata-se o compromisso ético das informações enquanto elemento de libertação do sujeito concreto, exposto à opinião pública de massa de caráter não formativo, mas perverso, manipulador de uma única forma de pensar, logo, sem livre arbítrio.

No jornalismo, a ética está muito presente em seus estatutos de condutas com as fontes, através da integridade do repórter na transposição dos relatos para a matéria noticiosa. Nessa relação, repórter e entrevistado, parte como princípio o cuidado ético com o outro, sabendo que é possível garantir a fidelidade da fonte e o cuidado consigo na garantia de legitimidade dos relatos expostos.

No jornalismo a relação de troca é muito grande, onde suas funções, a cada dia, precisam da realidade subjetiva das pessoas para o retrato dos fatos. A ética conta com a experiência profissional, no filtrar das informações e na comparação de relatos, para depois tomar posições imparciais. Nessa hora, o jornalista pode transparecer os fatos ou direcionar as fontes para o sensacionalismo. Tudo isso na verdade está sobre a incumbência dos editores e o formato ao qual a empresa jornalística tem a prezar.

O respeitar evoca uma atitude de cuidado, e o cuidado uma atitude de responsabilidade com o outro. Observa-se que a imprensa busca a atitude de cuidar das informações circuladas nas mídias, obtendo assim a responsabilidade em garantir a saúde mental dos telespectadores na construção de opiniões públicas. Assim reflete o verdadeiro padrão da conduta de um jornalista frente à sociedade, com ética e compromisso em informar.

Um dos objetivos da informação sob o padrão ético é assegurar a dignidade humana. Seu enfoque parte de enxergar os direitos das pessoas no ambiente natural e social, na garantia de valorar sua diversidade e pluralidade, no que diz respeito às possíveis justiça no meio social, onde veicula a informação.

1. SENSACIONALISMO NA COMUNICAÇÃO

1.1. HISTÓRIA DO JORNALISMO SENSACIONALISTA

Na Europa, precisamente, na França, entre 1560 e 1631, nos primeiros jornais franceses - *Nouvelles Ordinaires* e *Gazette de France* - apareceram os primeiros indícios de caráter sensacionalista. Um modelo de jornal totalmente popular encarregado de notícias sensacionais, onde o exagero, falsidade, inexatidões descreviam a existência do formato³.

Ainda segundo Angrimani⁴, no século XIX, na França, típicos jornais que envolvessem o emocional da população eram bem vendidos, conhecidos por “*Canards*” – modelo de impresso com apenas uma página. As edições dos “*Canards*” eram encarregadas de notícias criminais que envolvem crianças martirizadas, parricídios, cadáveres cortados em pedaços, queimados, ou até enterrados. Tudo que tivesse cunho popular com espaço meramente catastrófico era inserido.

Na América do Norte, os Estados Unidos fizeram o fenômeno jornalístico se tornar gênero, devido ao grande impulso e conformação do primeiro jornal norte-americano a aderir características sensacionalistas – *Publick Occurrences*. Este jornal teve apenas uma edição, cuja publicação, editada pelo Gráfico Inglês Benjamin Harris, em 25 de setembro de 1690, trazia matérias relevantes à população, sendo uma delas o acontecimento da epidemia de sarampo que atingia Boston⁵.

Conforme Angrimani⁶, no final do século XIX, para dar início à modelagem do gênero, surgiram dois jornais nos EUA: “*World*” e “*Journal*”. O “*New York World*” era editado por Joseph Pulitzer, um inovador do jornalismo impresso. Pulitzer foi o primeiro a publicar um jornal em cores, utilizar “olhos” (textos curtos colocados nos espaços em branco ao lado do logotipo de jornal) e começou a produzir manchetes

³ ANGRIMANI, Sobrinho Danilo. **Espreme que sai sangue**. São Paulo: Summus, 1995, p. 14.

⁴ ANGRIMANI, 1995, p. 14.

⁵ ANGRIMANI, 1995, p. 14.

⁶ ANGRIMANI, 1995, p. 15.

de tom sensacional. Em 1890, o jornal já obtinha o lucro líquido de US\$ 1,2 milhão. O “*World*” se tornou referência para diversos jornais, principalmente para o que viria depois, o *Morning Journal*, em 1895, comandado pelo milionário William Randolph Hearst.

A entrada do jornal de *Hearst* em Nova York foi marcada por uma concorrência acirrada com Joseph Pulitzer. O jornal tradicional e o jornal “novo” entraram em uma briga acirrada, ambos totalmente munidos da arma do sensacionalismo. Hearst fez contrato com os principais jornalistas de Joseph, principalmente o cartunista que desenhava a tira em quadrinhos do garoto de camisa amarela – *Yellow Kid*. Pulitzer, mesmo perdendo o cartunista, resolvera ainda continuar com os desenhos, mas agora com o trabalho de outro desenhista. Toda essa corrida pela potência nas informações dos jornais passou a ser conhecida como a Imprensa Amarela⁷.

Conforme Angrimani⁸, a imprensa amarela, assim como ficou conhecida na época, detinha algumas características interessantes a serem destacadas: 1 – Manchetes escandalosas em corpo tipográfico bem largo, impressas em preto ou vermelho; 2 – Uso abusivo de ilustrações, muito delas inadequadas ou até inventadas; 3 – Diversas entrevistas e histórias falsas, encarregadas de títulos enganosos; 4 – Quadrinhos coloridos e artigos superficiais; 5 – Campanhas contra os abusos sofridos pelo consumidor.

Para Angrimani⁹, o conflito entre os jornais americanos alcançou seu ponto culminante com a guerra entre EUA e Espanha, que começou em 1898, durou quatro meses, ao cabo dos quais os EUA tinham ampliado seu império, retirando do domínio espanhol três países: Cuba, Porto Rico e Filipinas. O conflito entre as duas potências (EUA e Espanha) insuflou os jornais sensacionalistas no desenvolver de diversas matérias sobre a guerra. A partir do século XX, todo tipo de jornal que ousasse desenvolver algum tipo de sensacionalismo era tachado como jornal sem credibilidade, já que as inúmeras matérias espalhafatosas difundiam notícias esdrúxulas em comparação aos acontecimentos.

⁷ ANGRIMANI, 1995, p. 16.

⁸ ANGRIMANI, 1995, p. 16.

⁹ ANGRIMANI, 1995, p. 16.

A imprensa amarela, que não durou muito tempo, ficou marcada pela sua trajetória entre os anos de 1890 até 1900. A forma de fazer jornalismo deste gênero deixou diversos resquícios para a instauração de outros modelos, dentre a história, como os da “Imprensa Marrom” - no Brasil.

O termo adequado ao Brasil, conhecido como imprensa marrom, é justamente a apropriação da falta de confiança no que está sendo divulgado. A palavra “marrom”, segundo o francês escritor, Gaetan Delmar, conota inverdade, algo ilegal, sem licença. Por ser assim, o senso da palavra passou a delimitar os tipos de informações que são publicadas sob suspeita de credibilidade dentre os diversos jornais¹⁰.

1.2 O GÊNERO SENSACIONALISTA

O gênero sensacionalista, no seu estilo e na sua forma, tende a explorar a violência, o extraordinário, o anormal. Todo fato que ocorra ao alcance desse tipo de fazer jornalismo é fabricado para que os ouvintes, leitores e telespectadores tenham acesso à notícia, pelo grande artifício de cargas emotivas e apelativas.

Na opinião de Barros¹¹, define-se o gênero sensacionalismo pela forma como as notícias são veiculadas, mas para outros pesquisadores, a exemplo de Angrimani, Barbosa, o sensacionalismo está associado a pelo menos quatro fatores que são: A definição dos temas; a intensidade emocional adotada; a exploração artificialmente prolongada de fatos escandalosos e a natureza das emoções do público. Inclusive, nos meios televisivos, as imagens chocantes enaltecem a voz da população frente às possíveis reivindicações contra o sistema do Estado.

O formato é engajado em sensibilizar o público, deixá-lo totalmente espantado com as atrocidades existentes no mundo. A linguagem rica em clichês, signos, palavrões

¹⁰ ANGRIMANI, 1995, p. 16.

¹¹ BARROS, L. F. A Psicopatia da Imprensa. **Revista Videtur**, n. 11, São Paulo: CEAr/DLO/FFCH-USP/Editora Mandruvá, 2000, p. 47–54.

e estereótipos, tenta se aproximar das classes populares, por tratar de ocorrências vivenciadas na periferia, outrora silenciadas pelo medo à impunidade.

O sensacionalismo é um formato que dá certo, por envolver razões populares de interesse social, político e econômico. Em contrapartida ao gênero, sua efetivação é recriminada por outros formatos de jornalismo, tidos como sérios, que estigmatizam o formato pela incredibilidade. Sua estrutura é criticada por apenas propor o benefício capitalista dos empresários midiáticos, na utilização do modelo assistencialista para o poder.

O foco do programa atira o telespectador à imagem de produzir a democratização da informação dentre a população. Sendo assim, o gênero sensacionalista infringe radicalmente com os ideais de neutralidade da imprensa, uma vez que suas técnicas são centradas na exploração e manipulação das emoções das pessoas que buscam esse tipo de notícia. Essa manipulação “intencional” das emoções do público reside no fato de que nem os próprios jornalistas sabem de fato qual seria a reação das pessoas diante de tal noticiário.

1.3 TELEJORNAL SENSACIONALISTA NO CONTEXTO DA INDÚSTRIA CULTURAL

Em meados da década de 1940, Adorno e Horkheimer criaram o conceito de indústria cultural. Essa teoria analisa a produção industrial dos bens culturais como movimento global de produção da cultura como mercadoria. Sua estrutura sobrevive sob os moldes do mercado capitalista, sendo a mantenedora da circulação dos recursos monetários no meio social¹².

As empresas jornalísticas estão inseridas nos moldes da Indústria Cultural, na garantia de investir em programas de interesse do telespectador. Todo empenho dessas empresas está atrelado à audiência, cujo resultado é o principal significado do produto televisivo. Vende-se o padrão de qualidade na busca de quantidade dos

¹² ARMAND, MATTERLART, Michèle. **Histórias das teorias da comunicação**. Paris: Loyola, 2008, p. 77-78.

percentuais de audiência. A população se torna consumidora e mantenedora deste comércio.

Em sua análise sobre a relação capitalista nas empresas jornalísticas, Amaral¹³ reflete que todos os jornais possuem o cunho mercadológico, “seja ele popular ou de elite; alternativo, de oposição ou sindical; vise lucro ou não”. Seu discurso vai adiante quando diz que o normal é acusar apenas o que compõe o jornal popular, mas sabendo que todos, até mesmo os que se descrevem como imprensa séria, possuem reportagens para vender.

No livro, Dialética do Esclarecimento, publicado em 1947, pelos pensadores da Escola de Frankfurt, Theodor W. Adorno e Max Horkheimer descrevem a influência da Indústria Cultural no meio social. Acredita-se que a vulgarização da arte, veiculada em meios comunicativos manipuladores, favorecem a aniquilação da consciência na formação de um pensamento crítico humano.

A revolução industrial capitalista e o grande incentivo da propaganda na proliferação de ideais para o corpo social possibilitaram estabelecer a oferta de um tipo de produto cultural. O papel da indústria permanece em estudar as necessidades humanas, no desenvolver de pesquisas que têm por incumbência selecionar, determinar, classificar e diferenciar o produto de acordo com os objetivos do indivíduo - consumidor¹⁴.

O principal foco do movimento cultural é entrelaçar o consumidor ao seu prazer. Sabe-se que o poder capitalista, no viés da oferta e da procura, permite desenvolver uma rede de consumo fiel aos produtos exibidos no mercado. Ela busca a aceitação da massa no reiterar, firmar e reforçar a mentalidade, no uso de ferramentas comunicativas que possibilitem a relação de proximidade da mídia com o cotidiano, cada vez mais intrínseco no mundo real do indivíduo¹⁵.

¹³ AMARAL, Márcia Franz. **Jornalismo popular**. São Paulo: Contexto, 2006, p. 51.

¹⁴ ARMAND, MATTERLART, 2008, p. 77.

¹⁵ ARMAND, MATTERLART, 2008, p. 77

Para Armand, a Indústria Cultural desenvolve sua ementa comunicativa, que produz produtos que são feitos para o povo, mas não pelo povo. Porém na mentalidade do indivíduo essa ordem é inversa, enxerga-se o meio de comunicação representado pelo corpo social.

No livro Microfísica do Poder, Foucault descreve a relação do poder com o indivíduo.

Mas quando penso na mecânica do poder, penso em sua forma capilar de existir, no ponto em que o poder encontra o nível dos indivíduos, atinge seus corpos, vem se inserir em seus gestos, suas atitudes, seus discursos, sua aprendizagem, sua vida cotidiana.¹⁶

Fica claro que a verdade não existe fora do poder. Ela é produzida graças à múltipla coerção e, nesta, a existência da produção de efeitos totalmente regulamentados pelo poder. Sabe-se que o poder desperta desejo e é assim que as empresas jornalísticas agem com os seus receptores, com o trabalho de designar a vontade do saber, do poder, da importância da audiência.

O jornalismo é uma forte ferramenta de manipulação da opinião, principalmente o televisivo. Todo o aparato de recursos audiovisuais junto aos acontecimentos permite facilitar o entendimento dos telespectadores. O interesse de emitir as notícias “quentes” comporta uma luta diária dos jornais sob a “guerra fria” das informações. Nesse momento dá-se a maior parte da atenção das emissoras para os seus principais “armamentos”, possíveis descortinadores da atenção pública. E assim, dia após dia, o padrão capitalista é alimentado pelo anseio manipulador da informação.

O jornalismo sensacionalista televisivo possui o foco direcionado em ser a voz do povo. Tem a relação íntima com a população, no transparecer de notícias típicas de uma comunidade carente, sobrevivente das mazelas sociais. Consegue obter o poder da indústria cultural, na garantia da fidelidade dos telespectadores em troca da almejada audiência. Típica característica que, no livro a Ordem do Discurso, Foucault retrata o teor psicanalítico da transmissão da mensagem, intrínseca de poder.

¹⁶ FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Graal, 2001, p. 131.

De acordo com o filósofo, por mais que o discurso seja aparentemente bem pouca coisa, as interdições que atingem revelam logo, rapidamente, sua ligação com o desejo e com o poder. Nisto não há nada espantoso, visto que o discurso, como diria a psicanálise,

[...] não é simplesmente aquilo que manifesta (ou oculta) o desejo; é também aquilo que é objeto do desejo; e visto que – isto a história não cessa de nos ensinar – o discurso não é simplesmente aquilo que traduz lutas ou sistemas de dominação, mas aquilo por que, pelo que se luta, o poder do qual nós queremos apoderar.¹⁷

Existe nesse meio um escambo de ideais, provenientes da manipulação através de uma linguagem própria, com jargões popularescos, que verbalizam as notícias no teor de tencionar com matérias que direcionam o indivíduo para um caminho crítico. Coloca-se um cabresto no corpo social e guia pelas veredas de uma possível justiça. Como diria Foucault:

O importante, creio, é que a verdade não existe fora do poder ou sem poder [...]. A verdade é deste mundo; ela é produzida nele graças a múltiplas coerções e nele produz efeitos regulamentados de poder.¹⁸

O capitalismo ajudou o homem a usar o poder no meio social. O individualismo foi cultivado como garantia do mercado, permitindo manter o padrão hierárquico das camadas sociais. Assim como na garantia de prisão das mentes com as diversas armas de persuasão oferecidas pelo sistema. Pensar em libertação do discurso do dominador depende da reciclagem desse ser humano na máquina da ética do cuidado.

1.4 PROGRAMA SENSACIONALISTA NA TV

Nos Estados Unidos, na década de 1980, o espetáculo sensacionalista invadiu a televisão, juntamente com os grandes conglomerados econômicos que incorporam diversos grupos de comunicação. As notícias ganharam o cunho meramente financeiro, na garantia de audiência sob a exploração de imagens e debates que suscitassem a violência e misérias alheias. Dentro dos programas não poderiam

¹⁷ FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. São Paulo: Loyola, 1996, p. 10.

¹⁸ FOUCAULT, 2001, p. 12.

faltar os espaços para publicidade, onde, em cada divulgação, o valor arrecadado era ponderado em virtude ao horário e tempo de exibição no programa.

Segundo Barbosa, citado pelo Anuário¹⁹, essa invasão na televisão voltada para a especulação, que invadiu o telejornalismo dos Estados Unidos na década de 80 do século passado, tem a ver com a expansão dos conglomerados econômicos que chegaram também aos meios de comunicação e que, por sua vez, entendiam que os programas que retratavam a violência urbana, davam mais audiência e, conseqüentemente, o preço do horário para os anunciantes seria maior devido ao maior retorno que o programa proporcionava. Portanto, seguindo essa linha de pensamento, quanto mais violência no noticiário, maior a audiência, maior o preço do horário para anúncio e maior o retorno em publicidade.

O modelo brasileiro ficou definido pelo formato norte-americano, no desenvolver de jornalismo amparado nas ocorrências pertinentes às mazelas sociais, como a violência, miséria e conflitos de bairros. Em 1966, surge o pioneiro nesse tipo de programa no Brasil, Jacinto Figueira Júnior, em O Homem do Sapato Branco que retratava as diversas histórias de misérias vivenciadas pela população, sendo veiculado pelas redes: Bandeirantes, Globo, SBT e TV Cultura²⁰.

No final da década de 1970, a rede Tupi, através do programa A Voz do Povo na TV, conseguiu elevar os índices de audiência, com um formato totalmente assistencialista na prestação de serviços para a população. Já na década de 1990, estreou o programa Aqui Agora, com Gil Gomes, um telejornal que tentava ao máximo demonstrar o “real”, com notícias factuais ao vivo. O formato havia se tornado fenômeno de sucesso com diversas adaptações que possibilitassem ao telespectador maior realismo em conjunto ao comprometimento do programa com a “verdade”²¹.

¹⁹ BARBOSA, Sílvio H.Vieira. Cidade Alerta: Deus substituiu o sexo no tripé do sensacionalismo. In: **Anuário de Jornalismo**. Faculdade de Comunicação Cásper Líbero, 2001-2002, p. 94.

²⁰ ANGRIMANI, 1995, p.17.

²¹ SQUIRRA, Sebastião. **Boris Casoy**: o âncora no telejornalismo brasileiro. Petrópolis: Vozes, 1993, p. 142.

No Brasil surgiram diversos programas sensacionalistas distribuídos entre as diversas emissoras, apenas com roupagens diferentes como: o Brasil Urgente, na Rede Bandeirantes; Cidade Alerta, na Rede Record; Repórter Cidadão, na Rede TV; Linha Direta, na Rede Globo. Enxergou-se um gênero a se explorar, que até hoje ainda é fenômeno de audiência e acúmulo de capital.

1.5 CARACTERÍSTICAS DO TELEJORNAL SENSACIONALISTA

O telejornal sensacionalista desenvolve o efeito sedutor sobre o telespectador, por se tratar de possíveis verdades no meio social. Para explicar as características do formato é importante trazer o discurso do escritor Danilo Angrimani, quando ele diz que

[...] é na exploração das perversões, fantasias, na descarga de recalques e instintos sádicos que o sensacionalismo se instala e mexe com as pessoas. É no tratamento antianódino da notícia, quase sempre embalada em um caleidoscópio perverso, que o sensacionalismo se destaca dos informativos comuns²²

O programa é apresentado sob o formato que dispense ao telespectador o interesse em participar das possíveis ações providas pelos repórteres. As matérias são estratégicas, típicas para arrematar a atenção e disponibilizar a curiosidade frente a imagens chocantes escondidas por discursos elaborados pelo apresentador. Frente a inúmeras características deste tipo de jornal, poder-se-á citar algumas que possibilitarão o melhor entendimento do formato pesquisado, a pauta, o discurso, o espetáculo e a importância da imagem para o formato.

1.5.1 Pauta popularesca: parcial ou imparcial?

A definição de pauta reflete a direção que um jornalista deve tomar antes da construção de qualquer matéria. Nela se colocam a data, as fontes que serão entrevistadas, os possíveis locais que serão evidenciados pela câmera e o repórter. Todas as visões técnicas e noticiosas são descritas em laudas norteadoras da reportagem.

²² ANGRIMANI, 1995, p. 17.

Quando se fala em popularesco, remete-se a significado de ser algo de cunho popular. A pauta popularesca é mantenedora de matérias que descrevem situações sociais periclitantes, fatos explorados nas diversas temáticas inseridas nas mazelas sociais: violência, miséria, fome e o descaso por parte das políticas públicas. O jornalismo utiliza esse modo de pautar, como um fascínio inesgotável de interesse popular, através da vertente sensacionalista de transmitir os fatos.

Nessa direção, segundo Christofolletti²³, o jornalismo constroi para si uma espécie de “missão, de lugar de vocação social: fiscaliza os poderes estabelecidos, investiga e denuncia abusos, luta por uma camada da sociedade”. Sendo assim, fica nítido também que ele é parcial, afinal, toma partido.

Enfático em sua análise, Foucault²⁴ afirma que “estas relações de poder não podem se dissociar, se estabelecer nem funcionar sem uma produção, uma acumulação, uma circulação e um funcionamento do discurso”.

O apoio da oratória, sob um discurso bem engajado, consegue atingir diversos telespectadores com o poder da persuasão. Na hora do jornal o necessário é prender atenção, garantir a fidelidade dos receptores, para que estes se identifiquem com o programa. A preocupação com a resposta do público vem desde a pauta até a emissão de notícias nos telejornais. Em suma, existe uma troca: a da vontade do “saber” (telespectador) pela vontade do “poder” (jornais).

No curso de jornalismo aprende-se que as notícias devem ser imparciais, devido a sua ligação direta com o corpo social. Torna-se importantíssimo a consciência do indivíduo captar, discernir e formular sua opinião a respeito do fato. Pois, no fim, sabe-se que não existe apenas uma verdade e, sim, verdades a serem discutidas.

²³ CHRISTOFOLETTI, Rogério. **Ética no jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2008. p. 35.

²⁴ FOUCAULT, 2001, p. 179.

1.5.2. Discurso: assistencialista ou sensacionalista?

Os programas que descrevem problemas populares, situações miseráveis do cotidiano, costumam dizer que não fazem sensacionalismo. Chamam de jornal policial, assistencialista, popularesco, dentre outras denominações. Porém, ajudar ao povo, na busca da garantia assistencial, se torna temática mantenedora para conquista de audiência.

A imprensa sensacionalista traduz o cotidiano das grandes metrópoles e permite colocar o telespectador nas posições de observador e participante. Dentro da interpretação jornalística surge a linguagem popular, acompanhada de palavrão e gíria, aos quais tais características permitem agregar a confiabilidade da camada popular.

A escolha das matérias é fundamental para o desenvolvimento do programa. As cenas mais exploradas são as que se referem à miséria e à violência alheia. Os recursos de imagens, fotografias, títulos, manchetes e reportagens são mensagens reais, encarregadas de apelo à exploração de fatos. O discurso dramático engajado sob o ridículo, ao mesmo tempo surpreende, tende a ser prioridade para compor o campo de curiosidade do telespectador com o programa jornalístico.

Os jornais sensacionalistas não se prestam a informar, assemelham-se às mercadorias em geral, onde o lado aparente, externo, como produto, consegue ganhar o estereótipo atraente. Os apresentadores fazem questão de repetir as matérias, como um produto vendido em uma propaganda televisiva. O principal intuito é atrair a atenção, na ideia de discorrer o fato, disciplinar sob o cunho “justiceiro” e controlar junto aos efeitos persuasivos, oriundos da técnica do discurso. O assistencialismo serve de arma para garantir o sensacionalismo. Lidar com a cooperação, visando à uma postura de cuidado com a sociedade, na distribuição de cestas básicas, dinheiro sorteado, além de servir de palco para auxílio judicial para o povo. O assistencialismo dá poder ao gênero e sua efetivação permite a garantia concreta de audiência e fidelidade, no que tange às mazelas, necessitados e excluídos, mediante as suas carências.

Segundo Gomes²⁵, tipo de poder parte da essência de trabalhar com a fragilidade atrelada à necessidade.

Que nostalgia de absoluto e carência, ou necessidade e instrumentalização (ou qualquer outra conceitualização) sejam responsabilizadas por esse processo, não muda o fato de que tudo que se diz e se vê é da ordem do desejo, desejo que só pode resultar de uma ausência e, assim, é subjacentes a resultado.

Nesse sentido, tornar uma informação sensacionalista remete à clareza dos objetivos do programa, cuja produção deixa claro o discurso popular. O assistencialismo no discurso se torna produto, um negócio certo a se comercializar na conquista do lucro da audiência. Divulgações de escândalos e crimes refletem soluções ilusórias para os problemas da sociedade, no tocante ao poder do gênero no corpo social.

Foucault²⁶ vai adiante quando diz que o “discurso pode ser, ao mesmo tempo, instrumento e efeito de poder, e também obstáculo, escora, ponto de resistência e ponto de partida de uma estratégia oposta”. Em suma, o filósofo refere esse tipo de discurso como um jogo complexo e instável quanto à linha de exploração em que se compele as relações de poder.

Onde está a empatia destes programas com telespectador? O que se enxerga está muito distante da condição de cuidado, do desejo de olhar como o outro. O senso comum é liberado em falsas moralidades, que se obste a chamar de assistencial. De acordo com Lipovetsky²⁷, os valores que se reconhece são mais negativos do que positivos, onde “por detrás da revitalização ética, o que se vê é uma moral indolor que triunfa o último estágio da cultura individualista democrática”. Contudo, Gomes²⁸ conclui que “os valores negativos estão atrelados ao último estágio das disciplinas: à supremacia do controle”.

²⁵ GOMES, Mayra Rodrigues. **Poder no jornalismo**: discorrer disciplinar, controlar. São Paulo: Hacker Editores, 2003, p. 48.

²⁶ FOUCAULT, Michel. **História da Sexualidade I**: A vontade de saber. 16 ed. Tradução Maria T. C. Albuquerque e J. A. Guilhon Albuquerque. Rio de Janeiro: Graal, 1988, p. 96.

²⁷ LIPOVETSKY, Gilles. **Crepúsculo do Dever**. A ética indolor dos novos tempos democráticos. Lisboa: Dom Quixote, 1994, p. 57.

²⁸ GOMES, 2003, p. 57.

1.5.3. Sociedade do espetáculo

No jornalismo sensacionalista é muito comum a dramatização, a situação sentimental como principal foco para apreender a atenção do telespectador. Em acontecimentos desastrosos, o repórter e o apresentador do programa encarregam o relato dos fatos de adjetivos e clichês para persuadir, utilizando artifícios apelativos sonoros e audiovisuais.

A voz na tonalidade agressiva de cunho justiceiro transmite o poder do manipulador sobre os indivíduos que assistem às reportagens. São denúncias do descaso, exploração da violência, impunidade sobre o marginal, descaso da justiça, dentre outras temáticas exclusivas do formato do programa. Onde houver improbidade existe uma grande matéria a ser apurada.

Se o repórter quer relatar que uma pessoa foi torturada até a morte, não é necessário adjetivar. No lugar disso, prefira oferecer detalhes do ocorrido a fim de demonstrar realidade e imparcialidade.²⁹

Marcondes Filho³⁰, no livro Televisão: a vida pelo vídeo, aborda os significados de signo e clichê para explicar como funcionam os artifícios de persuasão do sensacionalismo. Segundo o autor, o signo atua na cabeça do receptor e no produto de comunicação exposto a ele, com o intuito de produzir o efeito filtragem das desgraças que banalizam a violência, tornando-a incomum dentre os telespectadores.

Os clichês permitem criar uma realidade debochada que desperta ao inconsciente o desejo de se comover a cada matéria noticiosa. Todos que assistem aos programas sensacionalistas não sentem as mensagens televisivas que conduzem à sedução dos jogos de palavras.

De acordo com Danilo Angrimani, esse tipo de fazer jornalismo pode ser comparado ao personagem dos filmes de ficção americana, o Exterminador do Futuro, pois todos os seus feitos demandam de grande destruição, ultrapassando qualquer tipo

²⁹ FLORESTA, Cleide. **Técnicas de reportagem e entrevista**: roteiro para uma boa apuração. V3/ Cleide Floresta e Lígia Braslauskas; Magaly Prado (org). São Paulo: Saraiva, 2009, p. 129.

³⁰ MARCONDES FILHO, Ciro. **Televisão**: a vida pelo vídeo. São Paulo, Moderna, 1998.

de lei e condição humana. O sensacionalismo consegue ser, por momentos, onipotente contra os males enfrentados pelo indivíduo.

O exterminador joga constantemente com fantasias de onipotência, segurança, desrespeito de valores, destruição de ordem, questionamento da autoridade, insubmissão, inconformismo, indestrutibilidade³¹.

O apresentador é como o exterminador, que pode matar e destruir a vontade do telespectador, pois já traz o discurso engajado cheio de possíveis soluções para salvar a humanidade. Segundo Angrimani³² o sensacionalismo não admite em nenhum momento a neutralidade, pois busca romper o distanciamento da população com as cenas de desgraças alheias, típicas imagens fortes existentes em qualquer cidade metropolitana.

Márcio Seligmann-Silva³³, no livro Freud: o mal-estar da civilização, descreve que dentro do ser humano já existe o gozo na destruição dos outros, algo sádico, pertinente ao pensamento do pai da psicanálise referente ao assunto.

Freud apresenta a paisagem da nossa cultura como marcada pela violência, por um impulso incontrolável de agressão que põe por água abaixo a visão humanista e iluminista do homem racional como centro do mundo e coroamento da natureza. Pelo contrário, o homem freudiano não carrega coroa alguma; ele na verdade carrega essa natureza dentro de si e nunca poderá dominá-la.³⁴

Para Seligmann-Silva³⁵, isso significa que os homens desenvolveram meios para tentar enfrentar a vida marcada pelas frustrações, pelo mal-estar e pelo obrigatório sacrifício do prazer e da agressão. O homem a todo o momento busca barrar o libido pela agressão na tentativa de adaptação na relação hostil com a natureza e com os outros.

O jornalista sensacionalista sabe o que o espetáculo das notícias de violência, miséria e descaso causa à consciência humana. Incitar retratos da desgraça da vida alheia, por mais que despertem o desejo de justiça, promovem a cultura do mal-

³¹ ANGRIMANI, 1995, p. 39.

³² ANGRIMANI, 1995, p. 39.

³³ SELIGMANN-SILVA, Márcio. A cultura ou a sublime guerra entre amor e morte. In: **O Mal-estar da cultura**. Porto Alegre: L&PM, 2010.

³⁴ SELIGMANN-SILVA, 2010, p. 32.

³⁵ SELIGMANN-SILVA, 2010, p. 33.

estar que só colabora a favor do enriquecimento de grandes empresas que pleiteiam o valor pela morte do ser.

1.5.4. O poder da imagem sensacional

Pensar nas mãos de quem deve ficar o poder é necessário discorrer da teoria da indústria cultural e as demais críticas da Escola de Frankfurt sobre a mesma. Essa teoria sobrevive nos comandos do mercado capitalista, sendo a principal mantenedora no ideal para a circulação dos recursos monetários. Isso quer dizer que a empresa jornalística que mais investir recursos financeiros, mais teria que retribuir de forma positiva em suas produções, na garantia de credibilidade de audiência e dos telespectadores habituais. Vende-se o padrão de qualidade na busca de quantidade nos índices de audiência. A população se torna consumidora e mantenedora deste comércio.

Em análise à relação capitalista nas empresas jornalísticas, Amaral³⁶ reflete que todos os jornais possuem o cunho mercadológico, “seja ele popular ou de elite; alternativo, de oposição ou sindical; vise lucro ou não.” Seu discurso vai adiante quando diz que o normal é acusar apenas o que compõe o jornal popular, mas sabendo que todos, até mesmo os que se descrevem como imprensa séria, possuem reportagens para vender.

No livro Dialética do Esclarecimento, publicado em 1947, pelos pensadores da Escola de Frankfurt, Theodor W. Adorno e Max Horkheimer descrevem a influência da Indústria Cultural no meio social. Acredita-se que a vulgarização da arte, veiculada em meios comunicativos manipuladores, favorece para aniquilar a consciência na formação de um pensamento crítico humano.

A revolução industrial capitalista e o grande incentivo da propaganda na proliferação de ideais para o corpo social possibilitou estabelecer a oferta de um tipo de produto cultural. O papel da indústria permanece em estudar as necessidades humanas, no

³⁶ AMARAL, 2006, p. 51.

desenvolver de pesquisas que têm por incumbência selecionar, determinar, classificar e diferenciar o produto de acordo com os objetivos do indivíduo - consumidor.

O principal foco do movimento cultural é entrelaçar o consumidor ao seu prazer. Sabe-se que o poder capitalista, no viés da oferta e da procura, permite desenvolver uma rede de consumo fiel aos produtos exibidos no mercado. Ela busca a aceitação da massa no reiterar, firmar e reforçar a mentalidade, no uso de ferramentas comunicativas que possibilitem a relação de proximidade da mídia com o cotidiano, cada vez mais intrínseco no mundo real do indivíduo.

A Indústria Cultural desenvolve sua ementa comunicativa, que constroi produtos que são feitos para o povo, mas não pelo povo. Porém, na mentalidade do indivíduo essa ordem é inversa, enxerga-se o meio de comunicação representado pelo corpo social.

Foucault descreve a relação do poder com o indivíduo, da seguinte forma:

Mas quando penso na mecânica do poder, penso em sua forma capilar de existir, no ponto em que o poder encontra o nível dos indivíduos, atinge seus corpos, vem se inserir em seus gestos, suas atitudes, seus discursos, sua aprendizagem, sua vida cotidiana.³⁷

Fica claro que a verdade não existe fora do poder. Ela é produzida graças às múltiplas coerções e nele a existência da produção de efeitos totalmente regulamentados pelo poder. Sabe-se que o poder desperta desejo e é assim que as empresas jornalísticas agem com os seus receptores, com o trabalho de designar a vontade do saber, do poder, da importância da audiência.

O jornalismo é uma forte ferramenta de manipulação da opinião, principalmente o televisivo. Todo o aparato de recursos gráficos junto aos acontecimentos permite facilitar o entendimento dos telespectadores. O interesse de emitir as notícias quentes comporta uma luta diária dos jornais sob a “guerra fria” das informações. Nesse momento dá-se a maior parte da atenção das emissoras para os seus

³⁷ FOUCAULT, 2001, p. 131.

principais “armamentos”, possíveis descortinadores da atenção pública. E, assim, dia após dia, o padrão capitalista é alimentado pelo anseio manipulador.

O jornalismo sensacionalista televisivo possui o foco direcionado em ser a voz do povo. Tem a relação íntima com a população, no transparecer de notícias típicas de uma comunidade carente, sobrevivente das mazelas sociais. Consegue obter o poder da indústria cultural, na garantia da fidelidade dos telespectadores em troca da almejada audiência. Típica característica que, no livro a Ordem do Discurso, Foucault retrata o teor psicanalítico da transmissão da mensagem, intrínseca de poder.

De acordo com Foucault, por mais que o discurso seja aparentemente bem pouca coisa, as interdições que atingem revelam logo, rapidamente, sua ligação com o desejo e com o poder. Nisto não há nada espantoso, visto que o discurso, como diria da psicanálise,

[...] não é simplesmente aquilo que manifesta (ou oculta) o desejo; é também aquilo que é objeto do desejo; e visto que – isto a história não cessa de nos ensinar – o discurso não é simplesmente aquilo que traduz lutas ou sistemas de dominação, mas aquilo por que, pelo que se luta, o poder do qual nos queremos apoderar³⁸.

Existe nesse meio um escambo de ideais, provenientes da manipulação através de uma linguagem própria, com jargões popularescos, que verbalizam as notícias no teor de tencionar com matérias que direcionam o indivíduo para um caminho crítico. Coloca-se um cabresto no corpo social e guia pelas veredas de uma possível justiça. Como diria Foucault, “o importante, creio, é que a verdade não existe fora do poder ou sem poder [...]. A verdade é deste mundo; ela é produzida nele graças a múltiplas coerções e nele produz efeitos regulamentados de poder”.³⁹

O capitalismo ajudou o homem a usar o poder no meio social. O individualismo foi cultivado como garantia do mercado, permitindo manter o padrão hierárquico das camadas sociais. Assim como na garantia de prisão das mentes com as diversas armas de persuasão oferecidas pelo sistema. Pensar em libertação do dominador depende da reciclagem do ser humano na máquina cooperativa da ética do cuidado.

³⁸ FOUCAULT, 1996, p. 10.

³⁹ FOUCAULT, 2001, p. 12.

2. ANÁLISES DOS PROGRAMAS TELEVISOS SENSACIONALISTAS DA BAHIA: SE LIGA BOCÃO E NA MIRA

Em Salvador, os programas de caráter sensacionalistas são veiculados na Tv Itapuan (Rede Record) e a Tv Aratu (Rede SBT), nos horários das 12 às 15 horas. A pauta parte das questões de denúncia e protestos da população, através de informações da polícia e de cunho social. Programas como Se Liga Bocão (Tv Itapuan) e Na Mira (Tv Aratu)⁴⁰, produzem jornalismo específico para sensibilizar a população, garantindo a fidelidade na audiência diária, atingindo cerca de 20 pontos de audiência segundo o Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística – IBOPE – em seus horários.

Os programas popularescos não procuram ser elitizados. Toda a sua construção mantém o aparato de descrever o pensamento das camadas populares, na busca de ser um tipo de mensageiro dos seus problemas vividos na saúde, na moradia, com alimentação, na mídia.

Os jornais popularescos são como tradutores do cotidiano das grandes metrópoles, como se o ângulo de observação fosse do povo, isto é, da população não organizada que habita a periferia das cidades. Agora fica mais fácil entender como o sensacionalismo tem tanto poder na manipulação de audiência.

2.1. PROGRAMA SE LIGA BOCÃO

Apresentado pelo experiente radialista José Eduardo (Bocão), o programa da Tv Itapuan, emissora filial à rede Record de televisão, alcança os quatro anos como símbolo de sucesso e polêmica por toda Bahia. A exploração de cenas da perseguição policial a bandidos, abordagens sobre o tráfico de drogas, desemprego, assistencialismo a bairros periféricos, são típicos exemplos de como o formato populista garante o elevado índice de audiência no horário nobre, às 12h50min, da televisão brasileira. O estilo de jornalismo engajado em agradar o povo, frente às

40 Veja Anexos 1 e 2, respectivamente.

necessidades que o estado não supre, pertence às pautas de notícias realizadas pelo programa. Além disso, não se pode esquecer a eloquência e o discurso do apresentador que são marcas do fazer jornalismo sensacionalista, juntamente com os clichês e simbolismos tipificados nas músicas e reportagens.

Segundo a diretriz do programa, no site da Tv Itapuan, o principal intuito é mostrar a realidade dos bairros carentes e levar um pouco de esperança aos moradores das localidades periféricas de Salvador. As estatísticas disponíveis, referentes ao site do programa, apontam pelo IBOPE-BA que, no dia 01 de agosto de 2009, o programa empatou com a emissora da Rede Bahia (Filial da rede Globo), registrando 18 pontos de média, 24% de pico e 38% de *share*. A competição pela audiência mostra o quanto o programa cresceu em pouco tempo de existência, comparado com os outros programas de seguimento diferente do mesmo horário.

Em todos esses programas, a forma e o estilo são sempre os mesmos, ou seja, o apresentador do programa se posiciona de pé, atrás fica o cenário composto por uma série de monitores de TV onde são exibidas as imagens que despertam a atenção dos telespectadores. O programa é monitorado através de ponto eletrônico pela direção técnica e através desse ponto o apresentador se comunica e executa todos os movimentos sensacionalistas que o programa requer, quais sejam: gesticula com as mãos, abusa de expressões faciais, movimenta-se pelo estúdio, dá as costas para as câmaras, aproxima-se e afasta-se das câmaras, produzindo efeitos sensacionalistas e realiza julgamentos quando acha necessário.

O apresentador José Eduardo faz de tudo para prender a atenção do telespectador. No auditório do programa, o entretenimento tem local reservado, com entrega de salários mínimos para os participantes dos quadros. O *ingle* é acionado, ao mesmo tempo em que o apresentador convoca o telespectador para ligar e participar do programa. Quando Bocão diz “Vamos Lapiar”, é chegada a hora do abono financeiro para os ganhadores.

No quesito jornalismo, a produção das reportagens é atípica com a irreverência da apuração dos repórteres. Demonstram as ações de violência e miséria que ocorrem na Bahia, com cenas de drogas, prostituição, exibição de cadáveres, briga de

vizinhos, rebeliões nas cadeias, ação da polícia, além dos possíveis descasos da população pobre frente ao poder público. Sabe-se que quanto mais a audiência alcança o “pico”, muito mais é o retorno financeiro dos patrocinadores. A seguir traz-se um recorte do Programa exibido na Tv, no ano de 2010, de um caso de estupro ocorrido no interior do Estado, dando ao Programa um dos maiores índices de audiência e conseqüentemente um bom retorno financeiro, exatamente por atingir o ponto crucial da população, o sentimentalismo, a revolta e o senso de justiça, já que a vítima era uma criança.

- **Programa exibido dia 02 de março de 2010**

Reportagem: Acusado de Estupro vira vítima!

Local: Feira de Santana – Bahia

Apresentador: José Eduardo

Cinegrafista: Marcelo Oliveira

Vítima: Ramon Marcos Peixoto

Episódio:

Homem foi acusado de estupro, por violentar uma garota de 8 anos de idade. Os moradores revoltados assumiram a posição de justiça e lincharam o rapaz, com muita crueldade. Na cena, observam-se pedradas, porretes nas mãos de moradores e o rapaz ensanguentado no chão. Além disso, encontram-se pessoas com celulares nas mãos filmando o ato de violência da população indignada. Durante toda a matéria, o apresentador em voz serena constroi a narrativa do episódio, evidenciando as descrições das ações da população. No final, a polícia chega e toma conta da situação.

- **Recortes do discurso do apresentador, no momento em que é exibido o crime**

“Segundo um dos melhores cinegrafistas de Feira de Santana, este homem ficou durante 55 minutos tomando tijolada, madeirada, galhada, socos, ponta-pé, pedrada por toda parte do corpo”, disse José Eduardo.

“Eu nunca vi isso na televisão brasileira. É uma verdadeira selvageria. O homem toma porrada de todos os lados e dão para matar ele mesmo. É o povo comendo o povo vivo”, disse José Eduardo, apresentador do Se Liga Bocão.

“A população não deveria fazer isso, poderia ter entregado à polícia, pois com certeza passaria bom tempo na cadeia”, disse José Eduardo.

2.2. PROGRAMA NA MIRA

O programa Na Mira, apresentado pelo irreverente Uziel Bueno, traz a marca do jornal policial, como principal foco do programa. Acompanhado de uma voz misteriosa, conhecida como o Coisa, o programa por muitas vezes banaliza as reportagens de miséria e violência ocorridas nos bairros periféricos de Salvador.

O cenário do programa, todo em vermelho, com uma mira de arma estampada na parede do estúdio, denota a violência e o sangue como subsídios de informação ao telespectador. O Na Mira descobriu que mostrar a “face real de Salvador”, como caracteriza o apresentador, seja a melhor forma de apresentar à população que a cidade não só existe pela beleza do Pelourinho e Elevador Lacerda, porém o lado obscuro da capital também deve ser evidência de conhecimento.

Algumas das reportagens são acompanhadas por policiais, em operações nas favelas. O apresentador faz questão de acompanhar a equipe; dentre os tiros disparados pelos marginais, escoa uma voz misteriosa: “Socorro, meu Deus, eu não quero morrer!” Típica cena de terror, cuja irreverência tornou-se novidade na televisão baiana e *hits* em celulares.

Em pitorescas reportagens, que invadem bairros comandados pelos crimes, rebelião no presídio, espancamento, até briga de familiares, onde tem polêmica e rastro de sangue, o programa faz a cobertura. A voz misteriosa, o Coisa, virou *hit* nas ruas de Salvador como se fosse uma piada. O programa ganhou audiência se instalando no horário nobre da televisão brasileira, a partir do meio-dia.

O principal ponto de problemática do programa advém do horário que a emissora concedeu. Onde a violência é exposta sem nenhuma barreira, ultrapassando os direitos legais do cidadão e as condições estipuladas pela constituição. Até mesmo o Ministério Público teve que abordar o programa devido ao elevado índice de violência e reclamações de telespectadores.

O absurdo da máquina no crime, facções criminosas e impunidade, para exemplo de programa, como o Na Mira, significa poder e muito dinheiro para os empresários investidores do programa.

Para exemplificar o modelo de discurso que o apresentador utiliza, serão mostrados alguns jargões do programa, dentre eles: “Entre o céu e o inferno, existe o Na Mira”, diz Uziel Bueno, apresentador do programa. “Aqui não é TV da Xuxa, aqui não é Disneylândia, se você não agüenta pare de comer”, diz Uziel Bueno. “Se não agüenta, pare de comer e assista ao Na Mira. Aqui é assim!”, diz Uziel Bueno. “Socorro meu Deus, eu não quero morrer”, diz o Coisa, voz misteriosa do Programa. “O sistema é bruto”, disse Uziel Bueno.

- **Programa Na Mira: exibição dia 25 de janeiro de 2010**

Reportagem: Homem assassinado com cinco tiros na cabeça

Local: Mata Escura – Salvador-Ba

Repórteres: Murilo Vilas-Boas, Carlinhos Silva (imagens) e Raimundo Carvalho (imagens)

Vítima: Joel Carlos da Conceição.

Episódio:

Homem foi baleado com cinco tiros, vítima de uma suposta emboscada, em uma viela, no bairro da Mata Escura. Estendido ao chão, com a cabeça perfurada, as imagens mostram a grotesca violência na periferia de Salvador. A reportagem dá indício de que o homem morreu, expondo imagens sangrentas, evidenciando com detalhes imagens das partes do corpo da vítima.

O repórter entrevista duas pessoas, que preferem não argumentar o ocorrido. Percebe-se o medo no semblante dos entrevistados que se encontram ao lado do corpo. A frieza a descrição do acontecimento pelo repórter remetem à crueldade e à falta de cuidado com o telespectador.

▪ **Recortes de discursos, do repórter Murilo Vilas-Boas, na cena do crime**

“A imagem que fica é o lamento das pessoas, que têm que viver com essa realidade”, disse repórter Murilo Vilas-Boas.

“Com a equipe do Na mira é assim: insônia, sempre acordado, mesmo na base do improvisado, mostrando a guerra sangrenta que não deixa de fazer vítimas”, diz Murilo na reportagem.

2.3. CRÍTICAS TEÓRICAS AOS PROGRAMAS SE LIGA BOCÃO E NA MIRA

A propagação da informação na sociedade é a questão primordial do jornalismo. Dentre os diversos gêneros de jornais televisivos, destaca-se, para objeto de estudo, o padrão sensacionalista da imprensa de Salvador. A sua descrição e os recursos de linguagem aplicados, regulamentados pelo formato, procuram envolver o espectador nas reportagens de impacto, no acentuar das misérias vividas pela população carente dentre às mazelas sociais.

Sob a visão do descaso com o corpo social, mediante os órgãos públicos que pouco interferem na disparidade econômica das classes sociais para possíveis melhorias, é onde nasce o poder do trabalho sensacionalista. Nesse tópico serão apresentadas críticas baseadas em teóricos que ajudarão a compreender mais sobre os efeitos ocasionados pelo formato dos programas Se Liga Bocão e Na Mira.

Descreve-se uma imagem de arautos do povo frente às repartições públicas, no qual a visão burguesa soube entender que incentivar a revolta do proletariado dá dinheiro e audiência. Descobre uma falsa ética do cuidado, baseado no cuidado com o outro,

porém nos bastidores os conceitos partem do cuidado de si, no que remete ao ajuntamento de capital no bolso do empresário.

A qualidade jornalística desses noticiários é responsável em transformar notícias trágicas em espetáculos teatrais, onde os entrevistados se tornam personagens representantes no palco da realidade humana. A utilização de linguagem popularesca que constroi imagens de violência em exageradas exposições, as mazelas da vida são satirizadas e a realidade é contada como história do cotidiano da vida. Nessa perspectiva jornalística, a exposição constrange e a falsa ideia de denúncia se cala num grito sem respostas e soluções. É, simplesmente, um grito no vazio da impunidade que gera capital. Esses programas se respaldam na ideologia populista e descrevem uma ferramenta de domínio ideológico dominante em forma de programas sensacionalistas.

Muitos desses programas dizem seguir o padrão de ética do código do jornalista, porém, sabe-se que os valores estão bem distantes das questões de ética e da moral. A visibilidade do valor está nas grandes empresas que se utilizam dos mesmos para adquirir o aumento da audiência e popularidade, muitas vezes, usadas pelos profissionais “jornalistas” para angariar cargos políticos e voto popular, sob a égide da justiça.

Segundo Leonardo Boff, no livro Ethos Mundial, essa é uma verdade existente no trabalho de diversos profissionais.

Essa pessoa que não possui princípios age oportunisticamente, consoante as vantagens que possa auferir; dela não se poderá esperar nenhum comportamento coerente e previsível, porque não possui uma opção fundamental de vida. Por exemplo, um jornalista que trai seus princípios para fazer, por bom dinheiro, a campanha de um político notoriamente corrupto. A alegação de que faz um trabalho profissional não justifica a traição ética do jornalista ou de nenhum outro profissional.⁴¹

O texto jornalístico utilizado consegue ganhar força na locução de apresentadores, intercalados com imagens e expressão emocionais dos entrevistados. Assim, a falta da ética do cuidado como elemento de acolhimento do problema do outro, dos

⁴¹ BOFF, Leonardo. **Ethos mundial**: um consenso mínimo entre humanos. Rio de Janeiro: Record, 2009. p. 32.

sentimentos e das emoções, provoca ao telespectador a sensação de impotência frente à justiça, que por função deve garantir a segurança pública.

Os horários desses programas são estrategicamente posicionados para que mantenham altos índices de audiências. São veiculados no horário de almoço, em que as famílias se reúnem para refeição, visando ao alto grau de visibilidade.

A defesa do código de ética do jornalista é a principal demanda para que um programa sensacionalista venha a ser transmitido sem clausura. O que acontece é que há exposição de fontes ao ridículo, através da remota questão da audiência incitada pelos apresentadores.

Assistir televisão junto às refeições é uma junção perfeita para as famílias populares. É daí que surge o momento em que crianças, adolescentes e jovens chegam e saem de casa para os colégios e trabalhos e evidenciam cenas e entrevistas exibidas de forma imprópria, que desafiam o ministério público numa exibição ilícita para o horário, sem contar com a pressão psicológica e as neuroses alimentadas pela sensação de angústia.

O formato do programa garante comportar problemas e denúncias sociais. Existe, portanto, exposição de fatos, interpretados e divulgados pelo próprio repórter. Às vezes as pessoas são ouvidas, porém, através de perguntas direcionadas às respostas necessárias ao aumento da audiência.

O jornalista Christofolletti⁴² revela que, em diversas ocasiões, o repórter terá de agir com *secura* e até *rispidez* para extrair informações de suas fontes. A *docilidade* não funciona em circunstâncias nas quais as pessoas envolvidas têm interesses diferentes, isto é, se a fonte quer esconder algo e o jornalista quer revelações, não haverá uma relação amistosa entre ambos. A *doçura* não encontra espaço nem forma de expressão.

⁴² CHRISTOFOLETTI, 2008.

Nessa ocasião, constata-se a falta do cuidado com os entrevistados e com o telespectador. Vale ressaltar a forma como são tratadas as matérias sem nenhuma restrição, referente ao horário de exibição e ao público a ser alcançado. Quantas crianças e adultos ficam maturando durante o dia as cenas vistas no programa? Até que ponto os meios de comunicação destes programas se preocupam com a saúde emocional do telespectador? São programas que usam do direito da democracia na informação para atingir objetivos políticos e mercadológicos. A qualidade, nesse parâmetro, é substituída pela quantidade em audiência, no que se refere ao mercado da informação.

Segundo Christofolletti⁴³, “não se pode esquecer que o jornalismo é um negócio que se expandiu alimentado por valores como a livre iniciativa, a concorrência e o empreendedorismo”. Nesse ambiente, é importante oferecer produtos e serviços de qualidade, que se distingam dos disponibilizados pelos concorrentes e a preços acessíveis. No caso do jornalismo, informação com exclusividade é um diferencial competitivo dos mais preciosos. Para chegar a ela, não se passa por boas maneiras ou regras de etiquetas.

A função mercadológica é o principal fator pela banalização das informações no jornalismo, na utilização de recursos anti-éticos para crescimento em audiência. A função de formador de opinião pública cai por terra, quando se tem o interesse em garantir o espetáculo da vida privada de indivíduos na exposição de fatos tidos “normais”, na transformação em grandes notícias quentes das catástrofes do meio social.

A produção de qualquer programa jornalístico deve ser sustentada nos princípios da ética. Ter o cuidado com o telespectador é a melhor forma de garantir a fidelização deste ao programa. Não se trata da defesa da neutralidade e da imparcialidade que idiotiza o telespectador, mas da dominação ideológica que impregna as notícias, inculcando uma única forma de pensar sobre a matéria ou o fato, assumindo verdadeiramente credibilidade na propagação de informações.

⁴³ CHRISTOFOLETTI, 2008, p. 36.

O jornalismo Sensacionalista libera a fala contida dos excluídos e a fisionomia própria dos temores e desejos sociais de liberdade e agressividade como se a expulsão/ explosão (divulgação) da fala recalçada fosse um dos deveres sociais da imprensa: o caráter brutal do cotidiano precisa ser propalado para ser contido. Porque a violação da lei acaba mal; liberdade e agressividade têm limites e o crime não compensa.⁴⁴

Os discursos de mediação dessas matérias em forma de espetáculo alteram a relação entre texto, narrador e ouvinte. O convidado deixa de ser o sujeito espectador e passa ser o próprio acontecimento. Sem cerimônia e sem censura o acontecimento invade o habitat com audiência garantida e assegurada pelo produto acrítico do consumo. Dessa forma, o discurso sensacionalista atravessa todas as realidades, através do jogo de desconstrução e construção de significados, articulando uma visão de mundo intencional e oficial do poder integrante dessa tipologia de programa.

Nessa pesquisa, considera-se a ética do cuidado numa perspectiva de relacionar o cuidado de si com o outro, em conformidade com o pensamento de Sampaio⁴⁵. A autora diz que o casamento do jornalismo com a ética resgata o sentimento da cidadania e regulação das práticas sociais através da (re)significação da dimensão simbólica, enquanto propriedade intelectual do ouvinte na compreensão, interpretação, expressão e na apreensão dos acontecimentos veiculados nas mídias. É direito de o cidadão fazer suas leituras e usá-las na ação de (re)posicionamento crítico e histórico na descoberta das diversas facetas de uma mesma realidade⁴⁶.

De acordo com Sampaio⁴⁷, “quando há empatia entre as pessoas a comunicação flui porque existe sintonia entre elas. O valor da comunicação não está no que dizemos, mas como dizemos”. Por isso, para desenvolvermos as relações interpessoais se faz necessário aprendermos a construir pontes de compreensão e comunicação, independente de gostarmos ou não do outro.

⁴⁴ PEDROSO, Rosa Nívea. **Contribuições aos estudos do sensacionalismo no jornalismo impresso brasileiro**. Sala de Prensa, 2001, p. 2. Disponível em: <www.sala.deprensa.org/art264.htm>. Acesso em: 15/11/2009.

⁴⁵ SAMPAIO, Dulce Moreira. **A pedagogia do ser: educação dos sentimentos e valores humanos**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2004, p. 65.

⁴⁶ SAMPAIO, 2004, p. 65.

⁴⁷ SAMPAIO, 2004, p. 65.

Portanto, o foco da pesquisa nos programas sensacionalistas, respaldou-se na escuta, nos depoimentos e nas análises dos materiais expostos como fonte empírica da pesquisa. Os eventos jornalísticos e de informação foram, criteriosamente, estudados a partir de teorias da comunicação e do jornalismo televisivo. A estética da linguagem televisiva e as estratégias de marketing foram analisadas, tendo por base as leituras da ética do cuidado, da hermenêutica, da fenomenologia, dos multirreferenciais das ciências humanas nas relações sociais e de poder.

▪ Dispositivos legais

É possível apontar dispositivos legais que contestam as ações do jornalismo baiano. Sabe-se da grande influência dos meios sobre os telespectadores, porém é necessário ficar atento aos princípios legalizadores que promulgam o bem-estar da população. Sendo assim, de acordo com a Constituição Federal de 1988:

Titulo I – Dos Princípios Fundamentais

Art. 1º A República Federativa do Brasil, formada pela união indissolúvel dos Estados e Municípios e do Distrito Federal, constitui-se em Estado Democrático de Direito e tem como fundamentos:

III – a dignidade da pessoa humana.

Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade nos seguintes termos:

V – é assegurado o direito à resposta, proporcional ao agravo, além a indenização por dano material, moral ou à imagem;

X – são invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas, assegurando o direito à indenização pelo dano material ou moral decorrente da sua violação;

LVII – ninguém será considerado culpado até o trânsito em julgado de sentença penal condenatória;

Art. 220. A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação sob qualquer forma, processo ou veículo, não sofrerão qualquer restrição, observando o disposto nesta Constituição.

§ 3º Compete a Lei Federal:

I – regular as diversões e espetáculos públicos, cabendo ao poder público informar sobre a natureza deles, as faixas etárias a que não se recomendem, locais e horários em que sua apresentação se mostre inadequada;

Art. 221. A produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão aos seguintes princípios:

IV – respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família (*in verbis*)⁴⁸.

⁴⁸ BRASIL. Presidência da República. Casa Civil. Subchefia para Assuntos Jurídicos. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, 5 de outubro de 1988.

Conforme o Estatuto da Criança e do Adolescente em seu Capítulo II Do Direito à Liberdade, ao Respeito e à Dignidade, tem-se:

Art. 17. O direito ao respeito consiste na inviolabilidade da integridade física, psíquica e moral da criança e do adolescente, **abrangendo a preservação da imagem, da identidade**, da autonomia, dos valores, idéias e crenças, dos espaços e objetos pessoais.

Art. 18. É dever de todos velar pela dignidade da criança e do adolescente, pondo-os a salvo de qualquer tratamento desumano, violento, aterrorizante, **vexatório ou constrangedor** (grifo nosso) (*in verbis*)⁴⁹.

Com relação aos Tratados Internacionais tem-se: o Pacto Internacional sobre Direitos Civis e Políticos (1966), promulgado pelo decreto 592, de 06 de julho de 1992, que diz o seguinte:

Art. 14. Toda pessoa acusada de um delito terá direito a que se presuma sua inocência enquanto não for comprovada legalmente sua culpa.

Art. 26. Todas as pessoas são iguais perante a lei e têm direito, sem discriminação alguma, a igual proteção da lei. A esse respeito à lei deverá proibir qualquer forma de discriminação e garantir a todas as pessoas proteção igual e eficaz contra qualquer discriminação por motivo de raça, cor, sexo, língua, religião, opinião política ou de outra natureza, origem nacional ou social, situação econômica, nascimento ou qualquer outra situação (*In verbis*)⁵⁰.

A Declaração Universal dos Direitos Humanos, em seu art. XI, diz o seguinte:

Art. XI – Toda pessoa acusada de um ato delituoso tem o direito de ser presumida inocente, até que sua culpa tenha sido provada de acordo com a lei, em julgamento público no qual lhe tenham sido asseguradas todas as garantias necessárias à sua defesa (*in verbis*)⁵¹.

⁴⁹ BRASIL. Presidência da República. Casa Civil. Subchefia para Assuntos Jurídicos. **Estatuto da Criança e do Adolescente**. LEI Nº 8.069, DE 13 DE JULHO DE 1990. Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente, e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8069Compilado.htm. Acesso em: 12/10/2010.

⁵⁰ **Pacto internacional sobre Direitos Civis e Políticos**. Resolução n.º 2.200-A da Assembléia Geral das Nações Unidas, em 16 de dezembro de 1966. Disponível em: [4http://www.interlegis.gov.br/processo_legislativo/copy_of_20020319150524/20030616104212/20030616113554](http://www.interlegis.gov.br/processo_legislativo/copy_of_20020319150524/20030616104212/20030616113554), acesso em:12/10/2010.

⁵¹ **Declaração Universal dos Direitos Humanos**. Resolução 217 A (III) da Assembléia Geral das Nações Unidas em 10 de dezembro de 1948. Disponível em: http://portal.mj.gov.br/sedh/ct/legis_intern/ddh_bib_inter_universal.htm. Acesso em: 12/10/2010.

3. ÉTICA DO CUIDADO E OS VALORES SOCIAIS NO JORNALISMO

3.1. A FALTA DE CUIDADO: UM PROBLEMA NA SOCIEDADE MODERNA

A sociedade moderna, conduzida pelo viés capitalista, é formada por um sistema político e econômico que reforça o individualismo e a competição entre sujeitos e organização, como estratégia de garantir uma posição ou ampliar a fatia no mercado. Tal padrão de comportamento impulsiona o sujeito até o seu interesse de valor consumidor. Numa sociedade fundada na ótica mercadológica, em termos ontológicos, se torna relevante o aspecto material em detrimento do ser, em decorrência o valor do cuidado é esquecido dentre a humanidade. Enfático em sua análise, Leonardo Boff, afirma que:

O ethos da tradição socialista, cujo portador era proletariado, apresentava-se mais generoso e mais solidário com os oprimidos. Já o ethos da tradição capitalista, cujo sujeito histórico ainda é a burguesia, carrega em sua natureza o individualismo, de cunho competidor, principal agente inibente da solidariedade. Atualmente, esse ethos capitalista representa grande ameaça as possíveis relações amistosas entre os povos, à natureza e o futuro comum da humanidade⁵².

Delinear com mais precisão esse contexto ontológico e ao mesmo tempo axiológico, numa sociedade capitalista, permite refletir sobre os condicionantes sociopolíticos que premiam a atitude dos organismos na sociedade civil, que veicula a ideologia, principalmente, através dos aparelhos de comunicação em massa. Pode-se afirmar que o século XXI padece de valores éticos. Aventura-se, ainda, concordar com os pensamentos de diversos autores que estudaram o tema e descrevem como uma sociedade com déficit em cooperação e solidariedade, principalmente no que se refere ao cuidado do ser com o outro.

Para Nascimento⁵³, a sociedade moderna é identificada pela fragmentação, da não existência de diálogos, mas sim monólogos que facilitam em tudo a quebra da unidade. O destaque é que a sociedade não está na fase de evolução, mas de ruptura frente a um caminho sem saída.

⁵² BOFF, 2009, p. 36.

⁵³ NASCIMENTO, Eliomar P. Globalização e exclusão social: Fenômenos de uma crise da modernidade. In: Dowbor, Ladislau; Ianni Octavio; Resende, Paulo (Org.). **Desafios da globalização**. Petropolis: Vozes, 1997.

Em suma, segundo o viés de Nascimento⁵⁴, percebe-se que o cuidado de si é o mais acentuado no corpo social. O próprio sistema capitalista viabiliza a construção de mentes corrompidas pelo lucro. Acresce que, no contexto da economia globalizada, o cuidado individual cresce porque sempre a existência do “novo” será comercializada na vitrine da consciência humana coletiva. Até mesmo o foco solidário destacado em diversos programas televisivos tem o seu valor quanto aos interesses pessoais, no que se refere às empresas na relação social. A discussão do tema ganha prosseguimento para Boff⁵⁵, quando ele afirma que o:

Cuidado implica em valores universais como a vida saudável e longa, educação, participação política e não apenas representativa, garantia de respeito aos direitos humanos e de proteção contra a violência, condições para uma adequada expressão simbólica e espiritual⁵⁶.

São exemplos de valores que só se alcançam se há um cuidado na construção coletiva do social, se há convivência entre as diferenças, cordialidade nas relações sociais, compaixão com todos aqueles que sofrem ou se sentem à margem, criando estratégias de compensação e de integração.

Ao contrário do cuidado, impera nessa sociedade a violência simbólica que reforça padrões e crenças no processo de socialização, possibilitando o imputar do discurso dominante, como natural na forma de pensar e agir do sujeito. Trata-se, pois, de construção de um discurso coletivo e hegemônico. Ao aceitar essa forma de conduta, o indivíduo embota sua subjetividade identitária e passa a agir conforme o que se espera dele. Dessa forma, para Leonardo Boff, é bastante claro, quando se refere “à importância do cuidado no meio social, além de ser veemente quando refere o ato de cuidar como um valor de precisão para o desenvolvimento da sociedade”.⁵⁷

Em termos históricos, Boff vai ainda adiante em sua reflexão ao referir-se a dois sujeitos específicos que ocuparam a cena histórica da modernidade: a burguesia e o

⁵⁴ NASCIMENTO, Eliomar P. Globalização e exclusão social: Fenômenos de uma crise da modernidade. In: Dowbor, Ladislau; Ianni Octavio; Resende, Paulo (Org.). **Desafios da globalização**. Petropolis: Vozes, 1997.

⁵⁵ BOFF, Leonardo. **Saber cuidar: ética do humano – compaixão pela terra**. 15 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

⁵⁶ BOFF, 2008, p. 138.

⁵⁷ BOFF, 2008, p. 138.

proletariado. O autor afirma que cada um destes procura realizar o seu projeto no corpo social. Com o domínio do científico-técnico, a burguesia tem o âmago de dominar o mundo pelo saber, no que reflete a estar na base do poder econômico e militar. Sua imagem apresenta-se como geradora de riqueza, mesmo à custa de uma perversa taxa de iniquidade social e de grave degradação ecológica. Por outro lado do eixo social, encontra-se “o proletariado, com papel veemente de revolucionar as relações sociais dissimétricas para estabelecer uma sociedade de igualdade, de justiça e de fraternidade para todos, a começar pelos marginalizados e excluídos”.⁵⁸

Na tradição sociológica, desde os primórdios no século passado, a modernidade foi definida de distintas maneiras. Marx reflete que “a sociedade centra o dinamismo e sua essência no sistema capitalista econômico, como uma qualidade para todas as instituições sociais, políticas e culturais. Cria-se o ciclo de reprodução em alta escala de investimento e lucro⁵⁹”.

Durkheim⁶⁰ prefere dizer que “o suporte da sociedade moderna está no industrialismo, pois define a complexa divisão de trabalho social no acentuar da própria produção”. Por outro lado, Weber⁶¹ diz que “a essencialidade da sociedade moderna está no processo de secularização e racionalização”. Parte do “desencantamento” do mundo e o desenvolvimento da “racionalidade instrumental” que delinea a marca moderna. De acordo com Boff,

[...] o capitalismo construiu uma sociedade de competição, desigualdade, de riqueza e de muita pobreza. Aquele indivíduo que obtiver o acesso à informação, a uma instrução do conhecimento globalizado, terá o domínio do saber e poderá discernir os valores universais.⁶²

A informação potencializa a ideia do poder de discernimento, porém, para gerar ação, faz-se necessária o posicionamento para a transformação.

⁵⁸ BOFF, 2008, p. 34.

⁵⁹ BOFF, 2008, p. 36.

⁶⁰ DURKHEIM, Emille. **As Regras do Método Sociológico**. Lisboa: Editorial Presença, 1987, p. 55.

⁶¹ WEBER, Marx. *Ciência e Política: duas vocações*. São Paulo: Cultrix, 2004, p. 66.

⁶² BOFF, 2008, p. 138.

Segundo Freire⁶³ há um século e meio Marx e Engels gritaram em favor da união de classes trabalhadoras do mundo contra a sua espoliação. Agora, necessária e urgente se fazem a união e a rebelião dos indivíduos contra a ameaça que nos atinge, a da negação de nós mesmos como seres humanos, submetidos à ferocidade da ética do mercado.

A rebeldia refletida por Freire é da ética universal do ser humano e não a do mercado, insensível a todo reclamo das gentes e apenas aberta à especulação do lucro. Sua descrição remete à ética da solidariedade humana. O auxílio para melhorar as políticas públicas de qualquer país advém da formação de pessoas pensantes e com uma consciência cooperativa que se detêm ao conhecimento. Entende-se que o princípio para tanta disparidade no campo social parte do viés da cooperação.

Para Sampaio, “o relacionamento humano constitui a maior parcela do nosso tempo; as emoções e os sentimentos exercem uma verdadeira influência na relação com os outros”.⁶⁴ A forma como o sujeito se posiciona diante das pessoas definirá o resultado de uma educação emocional, através das atividades de empatia e sociabilidade. Tudo isso ajuda a desenvolver, no que se refere ao proporcionar de encontros, onde cada sujeito ampliará a percepção de si.

Percebe-se que a ética do cuidado constroi o patamar da cooperação, onde suas vertentes estarão descritas no cuidado de si e com o outro. Essa vertente humanitária ajuda a enxergar as relações interpessoais com apreço, pois se sabe que a maior força que se opõe à entropia é o cuidado. Leonardo Boff acredita que:

Construímos o mundo a partir de laços afetivos. Sabe-se que desenvolvemos e aprendemos nas relações. As relações formam vínculos entre pessoas e geram situações preciosas e valorativas. [...] Sentimos responsabilidade pelo laço que cresceu entre nós e os outros. A categoria cuidado recolhe todo esse modo de ser. Mostra o quanto funcionamos enquanto seres humanos.⁶⁵

⁶³ FREIRE, Paulo. **Globalização ética e solidariedade. Pedagogia da autonomia – Saberes necessários à prática educativa.** PUC-SP, 1997.

⁶⁴ SAMPAIO, Dulce Moreira. **A pedagogia do ser: educação dos sentimentos e valores humanos.** Petrópolis: Vozes, 2004, p. 65.

⁶⁵ BOFF, 2008, p. 99.

O mundo está vivendo uma crise relacionada à ética e à formação de valores, quando a tônica é responsabilidade social. É uma crise estrutural porque resulta de mudanças na própria sociedade que construímos. Por sua vez, essa crise afeta e impacta a qualidade de vida das pessoas e a sobrevivência planetária.

3.2. LEONARDO BOFF: OS TRÊS EIXOS DA CRISE NA SOCIEDADE CAPITALISTA

O primeiro eixo da crise na sociedade capitalista, segundo Boff, se refere à pobreza. A perspectiva de analisar a pobreza vem como fatores recorrentes da forma de construção da sociedade, baseada numa economia globalizada e numa política neoliberal, que incentiva a diminuição do Estado e a privatização do bem público. No âmbito da globalização da economia, as consequências assumem uma abordagem complexa, quando se trata de países subdesenvolvidos ou em desenvolvimento. Esses países apresentam baixa competitividade e ocupam uma fatia inexpressiva no mercado internacional. Em função de não apresentarem valores agregados ao comercial e tecnológico, os produtos não são escoados e as negociações resultam na exportação de matéria-prima.

Sob o ponto de vista social, a globalização gera efeitos danosos para a população, pois alimenta o mercado informal, aumenta o desemprego estrutural e distribui a desigualdade social em níveis alarmantes para a população. A partir dessa distribuição desigual, constata-se que a renda está concentrada na minoria que define a economia do país. Dessa forma, milhares de pessoas vivem abaixo do nível de pobreza. A própria forma do liberalismo já privilegia a individualidade, a competição e o bem-estar próprio em detrimento de uma grande parcela da sociedade.

Para Leonardo Boff,

[...] a dialética do ser – no - mundo no modo de trabalho configura o situar-se sobre as coisas para dominá-las e colocá-las a serviço dos méritos pessoais e coletivos [...]. [...] Frente ao centro de tudo se coloca o ser humano, dando origem ao antropocentrismo. Este instaura uma atitude centrada no ser humano e as coisas têm sentido somente na medida em que a ele se ordenam e satisfazem seus desejos.⁶⁶

⁶⁶ BOFF, 2008, p. 94-95.

O resultado dessa má distribuição de renda e concentração na minoria é de um percentual enorme de excluídos, vivendo à margem da sociedade. Boff define isso como apartação social. O indicador de desenvolvimento humano (IDH) denuncia a falta de qualidade de vida, o que demonstra a injustiça social pela qual as pessoas não têm acesso ao mínimo, para sua sobrevivência, vivendo, muitas vezes, em estado de absoluta miséria. Para que se possa alcançar um nível mínimo de autosustentabilidade faz-se necessário um esforço conjunto entre governo, empresas e sociedade.

Em relação à segunda crise, Boff⁶⁷ se refere ao sistema de trabalho, numa breve retrospectiva, afirmando que há, aproximadamente, duas décadas atrás, muitas empresas trabalhavam sob o princípio da administração de Ford. Essa forma de trabalho focava na produção seriada do trabalho, com procedimentos, rigidamente, repetidos e requeria conhecimento específico para realização de tarefas pré-definidas. Eram profissionais disciplinados, semi-qualificados na execução de trabalhos repetitivos sob uma rígida supervisão.

Entende-se que esse modelo de gestão de trabalho promovia uma distorção de valores, quando promove a separação entre quem planeja e quem executa. O trabalho, nessa perspectiva, reproduzia uma perda na visão sistêmica, não promovia ao profissional a satisfação pela realização do trabalho, pois esse se constitui em parte complementar de outras tarefas. As formações de valores ficavam restritas aos ensinamentos no próprio posto de trabalho, desde que não havia uma relação entre os trabalhadores. À medida que a permanência se dava na execução do mesmo trabalho, havia uma expropriação do saber e a alienação da subjetividade do trabalhador. Ademais, a produção de mais-valia em função do excesso de trabalho contribuía para aumentar acumulação de riqueza do capitalista.

A partir da metade da década de 1980 no Brasil, a forma da administração fordista já não atende às mudanças face às transformações ocorridas no âmbito da economia no que se referem às mudanças tecnológicas de base digital e da globalização que têm suas repercussões no trabalho. São mudanças que interferem na forma e na

⁶⁷ BOFF, 2008, p. 95.

oferta de emprego. Em função da automatização dos processos de trabalho, ocorre diminuição de vagas de emprego e desqualificação profissional de forma absoluta, derivadas da desatualização tecnológica. Essa automatização no processo produtivo e de serviços, relacionada à cientificidade do trabalho com alto teor tecnológico, provoca um colapso na estrutura do emprego.

Portanto, faz-se necessária, reestruturação da cadeia produtiva, na forma de pensar e de realizar o trabalho. Na eminência de automatização dos processos, surge um trabalho com alto teor científico tecnológico e de atuação profissional flexível. Essa nova forma de gestão do trabalho gera a globalização de desemprego numa sociedade com pouca oferta de trabalho e muita prestação de serviços com alta rotatividade. Nessa perspectiva, consubstancia a adaptação do indivíduo às necessidades do mercado.

A consequência maior entre a administração do trabalho fordista para o pós-fordista para o trabalhador surge em função das dinâmicas de transformações e da falta de preparo profissional para se manter com base de um emprego super qualificado. A falta de formações de valores e de educação não possibilita a mobilização profissional nem condições para geração ou (re)invenção do próprio emprego. Não são mudanças de cunho cognitivo, mas de percepção multireferencial do próprio trabalho. Isso requer renovação de mentalidade, aproveitamento criativo do ócio e do tempo livre.

Segundo Leonardo Boff, “a ditadura do modo – de – ser – trabalho - dominação está atualmente conduzindo a humanidade a um impasse crucial: ou pomos limites à voracidade produtivista associando trabalho e cuidado, ou vamos ao encontro do pior.”⁶⁸ Frente à exasperação do trabalho produtivo se exauriram recursos não renováveis da natureza e se quebraram os equilíbrios físico-químicos da terra.

O terceiro eixo de crise sobre do alarme ecológico refere-se à falta da ética do cuidado com a casa ecológica que se tem evidenciado a partir da expressão do clima, dos desequilíbrios de fenômenos naturais, na degradação provocada pelo

⁶⁸ BOFF, 2008, p. 98.

lixo, pelas epidemias que avassalam a saúde. São, portanto, respostas ao nosso tratamento ao planeta. A formação de valores deve ser assunto tratado na educação básica e remete à formação de sujeitos ecológicos com consciência de preservação e gestão de recursos naturais que proporcionem a auto-sustentabilidade do planeta. Boff revela que,

[...] desde a mais remota antiguidade assistimos a um drama de perversas conseqüências: a ruptura entre o trabalho e cuidado. Pelo menos desde o neolítico, há dez mil anos, lentamente começou a predominar o trabalho como busca frenética de eficácia, como afã nervoso de produção e ânsia incontida de subjugação da Terra. Os últimos séculos, entretanto, especialmente a partir do processo industrialista do século XVIII, se caracterizaram pela ditadura do modo – de – ser - trabalho como intervenção, produção e dominação.⁶⁹

No entanto, nesse modelo de sociedade de característica predatória e de exploração de recursos com agressão à mãe natureza, torna-se cada vez mais próximo esgotamento dos recursos naturais frente ao mau uso dos bens. Essa urgência de acumular mais, para benefício próprio ou de poucos, tem contribuído para um futuro caótico e de conseqüências possíveis de diferenciação ou extinção da raça humana. A (re)educação dos empresários e as punições pelo uso indevido dos bens devem se constituir em políticas públicas de preservação do meio ambiente e criação de tecnologias limpas que não agridam ao meio ambiente. Portanto, as exigências do cumprimento da ISO 14000 deverá ser uma certificação exigida para toda organização empresarial. Além do mais, a ética do cuidado, da responsabilidade e da solidariedade deverão ser elementos obrigatórios num plano de negócio de criação de uma empresa. Toda empresa deverá ter um plano de responsabilidade social sobre o que produz, sobre seu entorno e sobre as pessoas mantidas. Preocupação com o bem estar global é assunto de toda população. É, sobretudo, ético.

3.3. A ÉTICA E A FORMAÇÃO DE VALORES NA SOCIEDADE

No mundo contemporâneo se torna estratégico o cultivo da ética como princípio de formação de valores. Acredita-se que essa contribua para construção de uma

⁶⁹ BOFF, 2008, p. 97.

sociedade que tem como base a cooperação entre os povos e consciência de responsabilidade social.

Entretanto, constata-se que a cultura ocidental está impregnada por condicionantes políticos, econômicos e ideológicos. São elementos que conduziram essa sociedade à desumanização do ser e a uma super valorização do ter. Acumulação de riquezas e exploração predatória do planeta levam a um sistema ocidental agonizante, através de discurso que transgride a própria ética: “a liberdade do comércio acima do valor do ser humano.”⁷⁰

O discurso apresentado no mundo globalizante, segundo Freire, descreve uma sociedade que busca o valor na ética do mercado e se esquece do valor existente na ética solidária. Observa-se o capitalismo que ganha força na sua eficácia de corromper os princípios intrínsecos a sobreviver à intensa malvadez do neoliberalismo⁷¹.

Entende-se que a banalização do valor do cuidado permite com que a sociedade a cada dia permaneça sob os laços da desumanização. Mentes que nascem moldadas no viés de que o ter desenvolve o ser, ao invés de entender que o principal valor do ser é adquirir consciência de uma possível maturidade social no cuidado.

Milhares de famílias vivem nas mazelas sociais por causa do poderio absoluto do capitalismo, que classifica as pessoas pela condição do ter dinheiro. O ser aí é deformado pela conspiração do capitalismo, sufocante e aniquilador. O poder, o valor, a dignidade e a liberdade vivem no bolso daqueles que estão no topo da pirâmide de classes.

De acordo Sampaio, “as pessoas nascem para descobrir o que significa a vida e o que fazer para tê-la em liberdade, se auto-realizando, no habituar de ser feliz em harmonia com os outros e com tudo que os cerca.”⁷² Acredita-se que os paradigmas

⁷⁰FREIRE, Paulo. **Globalização ética e solidariedade**. Pedagogia da autonomia – Saberes necessário à prática educativa. São Paulo: PUC, 1997, p. 44.

⁷¹ FREIRE, 1997, p. 47.

⁷² SAMPAIO, Dulce Moreira. **A pedagogia do ser: educação dos sentimentos e valores humanos**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2004. p. 64.

do “salve-se quem puder”, do “levar vantagem sobre tudo”, do “manda quem pode e obedece quem tem juízo”, perderam suas funções no campo social.

Contudo, a ética permanece na vida do sujeito como uma chave para abrir as portas da liberdade de expressão, do relacionamento com os outros, da plenitude da consciência de ser humano. A reflexão de Sampaio repulsa a toda dominação, a todo autoritarismo que delimita o ser na sua instância de aprendizagem consigo e outrem. O compartilhar se torna preciso para o desenvolvimento do si. Busca-se, então, uma ética que proponha o cuidado ao ser, sob a perspectiva da responsabilidade solidária⁷³.

3.4. ÉTICA DO CUIDADO: RESPONSABILIDADE NA FORMAÇÃO SOCIAL

Formar o indivíduo que ao longo da história conheceu a independência, a liberdade egocêntrica, torna-se tarefa difícil para possíveis transformações na sua prática. O cuidado com o ser, na responsabilidade de um ideal construtivista de cooperação, será desafio, no discorrer da temática nesse tópico. Para começar, Boff⁷⁴ reflete sobre a condição humana, quando diz que a responsabilidade do sujeito pode dar sentido de benevolência para com a natureza e os outros seres, ou transmitir o sentido de agressão e submetimento. Enfim, acredita-se que a responsabilidade mostra o caráter da pessoa.

A responsabilidade reflete, segundo Boff⁷⁵, um leque de respostas aos apelos da realidade captados pela consciência. O sujeito consegue o respeito na congruência do cuidado com a benevolência, na garantia da possibilidade de construir laços solidários. Nasce a consciência interpolada aos direitos humanos, no dispor do resultado da boa qualidade de vida.

O assunto exige compreender o cuidado como algo sustentador e legitimador do poder da compaixão e da libertação de temáticas sociais. Importante ressaltar os

⁷³ SAMPAIO, 2004, p. 64.

⁷⁴ BOFF, 2009, p. 92.

⁷⁵ BOFF, 2009, p. 92.

oprimidos e excluídos na sua difícil posição frente às construções sociais, indicativas como sujeito, aos quais, segundo Boff⁷⁶, representa “aquele que sequer está à margem do sistema social”.

No livro Saber Cuidar, Boff⁷⁷ afirma que “o rosto do outro obriga a tomar posição porque fala, pro-voca, e-voca e con-voca”. Especialmente o rosto do empobrecido, marginalizado e excluído. Típico “olhar que provoca resposta”. Segundo o teólogo, é desse encontro que nasce a responsabilidade diante do rosto do outro, na obrigatoriedade de efetivar a réplica ação.

O cuidado com o outro permite manutenção do zelo, do diálogo eu-tu, seja libertador, sinérgico e construtor de aliança perene de paz e amorização. Além disso, é importante cultivar a compreensão, paciência, através da sustentabilidade do sentido de integração do ser. Boff sintetiza: “Tais valores incluem no cuidado essencial”.⁷⁸

3.5. DEMOCRACIA DA INFORMAÇÃO E A ÉTICA

A democracia da informação perpassa pelos valores éticos que são expressos na confiabilidade das fontes e nas possibilidades de interpretação do leitor e dos ouvintes. A disseminação de “verdades” não contribui para uma reflexão e nem para uma ação consciente. A problematização do que é divulgado ainda é a melhor forma para autonomia de pensamento. Essa é a forma de politizar os sujeitos históricos e impulsioná-los às transformações sociais.

Nessa perspectiva de participação, recorda-se um fato histórico recente. Por volta dos anos da década de 1980, a sociedade brasileira ficou frustrada com a derrota da emenda constitucional das Diretas Já, os militares acabaram voltando aos quartéis, Tancredo Neves venceu a eleição, morreu e não assumiu o cargo. A mídia trouxe

⁷⁶ BOFF, 2008, p. 96.

⁷⁷ BOFF, 2008, p. 96.

⁷⁸ BOFF, 2008, p. 96.

toda a cobertura dos acontecimentos. O presidente José Sarney tomou a medida de congelar os preços, tendo como resultado o levante da inflação.

Eleito pelo voto popular, em 1990, o presidente Collor confiscou os recursos dos poupadores. A mídia cobriu fato por fato, até a sua queda. Seguinte, Itamar Franco implantou outra moeda enquanto que surgira um nome pela estabilidade econômica do país, Fernando Henrique Cardoso - FHC.

Adiante, a população conheceu Lula como presidente, depois de tantas derrocadas em diversas tentativas à presidência. Com a faixa presidencial e o governo federal sob o poderio de Lula, a imprensa pôde cobrir cada fato, do entra e sai de nomes, devido aos escândalos no plenário com o “mensalão”. Toda cobertura e veiculação de fatos ocorreram para milhões de famílias por diversas emissoras.

Para Christofolletti⁷⁹, o jornalismo brasileiro evoluiu muito nos últimos vinte anos. Observa-se que não só do ponto de vista tecnológico e operacional, mas também quanto à compreensão do seu papel na sociedade. As duas últimas décadas contribuíram para o amadurecimento dos jornalistas, das empresas de comunicação e mesmo dos consumidores de informação. Melhorou, mas evidente que o jornalismo que temos está distante do ideal. Mesmo assim, não se pode ignorar que houve avanços do final do regime autoritário para cá.

O jornalismo aprendeu com o tempo e amadureceu com os fatos. Como não se lembrar da ditadura, onde os poderes midiáticos passavam pelo filtrar político-militar, no tolher de informações inerentes do cunho social. Com a Constituição Federal de 1988, uma nova ordem jurídica redesenhava a ordem social e dava mais espaço para diversos atores.

Ao longo do tempo, a sociedade percebeu a importância de exigir qualidade nas informações veiculadas, pondo como princípio a deliberação de fatos munidos de ética. De acordo com Christofolletti no que se diz respeito à recepção das informações pela população, “é fundamental pensar, discutir e difundir um ambiente

⁷⁹ CHRISTOFOLETTI, 2008.

de reflexão ética nos processos de comunicação”.⁸⁰ Para o autor, a democracia da informação se funda na veracidade dos fatos e na liberdade interpretativa de outrem.

3.6. VALORES, CREDIBILIDADE E ÉTICA

As lentes das câmeras são os olhos da população à distância; os microfones e gravadores, nossos ouvidos; toma-se como referências pessoais as impressões olfativas, tácteis e do paladar, captadas por repórteres. Homens e mulheres que se empenham a apurar fatos e traduzi-los à sociedade. Enfim, confia-se em todo aparato tecnológico que dá suporte a todo esse trabalho⁸¹.

A credibilidade nasce da tarefa diária de repórteres que reúnem um encadeamento lógico nos fatos, no desenvolver de um conjunto de informações de linguagem concisas para toda população. Rápido, toda a procedência noticiosa ganha o cunho sério e se abstrai na consciência de cada sujeito no corpo social. Concordo com Christofolletti, quando ele retrata uma das importantes posições que a imprensa deve tomar: “sem a credibilidade, nenhum veículo de comunicação se mantém”.⁸² Enxerga-se que o mantenedor do meio de comunicação é a sua boa reputação midiática, precedente da confiabilidade de telespectadores, ouvintes e leitores. Frente a esse parâmetro, consegue-se distinguir meios e profissionais decorrentes ao nível de crédito na transmissão de informações, em todo o mundo.

As empresas jornalísticas têm a todo tempo preocupação com a fidelização de seu público. Tudo parte da importante missão de garantir nome, capital em troca de qualidade na credibilidade dos fatos. Para a população escolher o melhor jornal, os preferidos repórteres, quanto ao padrão profissional, vale muito na correspondência da aceitação. Frente a isso, é importante ressaltar que os jornais devem ter um importante jogo de cintura, pois na maioria das vezes trata-se de temas conflitantes no meio social.

⁸⁰ CHRISTOFOLETTI, 2008, p. 15.

⁸¹ CHRISTOFOLETTI, 2008, p. 28.

⁸² CHRISTOFOLETTI, 2008, p. 28.

O jornalismo possui incumbência em apurar, ordenar, noticiar e denunciar improbidades. É por isso que ganha o apelido de Quarto Poder, pela devida função de investigar e trazer possíveis decretos, no anseio da justiça. Caso contrário, uma possível defesa as questões ilegais, a consistência dos fatos ficam desmantelados quanto à posição fidedigna de relatar. Pois segundo Crhistofoletti, “no jornalismo a ética e a técnica não se descolam”.⁸³

3.7. CÓDIGO DE ÉTICA DO JORNALISMO

Os jornais afiliados, segundo a Associação Nacional de Jornais – ANJ – comprometem-se a cumprir os seguintes preceitos: 1. Manter a sua independência; 2. Sustentar a liberdade de expressão, o funcionamento sem restrições da imprensa e o livre exercício da profissão; 3. Apurar e publicar a verdade dos fatos de interesse público, não admitindo que sobre eles prevaleçam quaisquer interesses; 4. Defender os direitos do ser humano, os valores da democracia representativa e a livre iniciativa; 5. Assegurar o acesso de seus leitores às diferentes versões dos fatos e às diversas tendências de opinião da sociedade; 6. Garantir a publicação de contestações objetivas das pessoas ou organizações acusadas, em suas páginas, de atos ilícitos ou comportamentos condenáveis; 7. Preservar os sigilos de suas fontes; 8. Respeitar o direito de cada indivíduo à sua privacidade, salvo quando esse direito constituir obstáculo à informação de interesse público; 9. Diferenciar, de forma identificável pelos leitores, material editorial e material publicitário; 10. Corrigir erros que tenham sido cometidos em suas edições. Finalmente, o código de ética que respalda a função social dos jornalistas contribui para socialização e a disseminação das informações dentro dos princípios axiológicos, de preservação e de promoção do crescimento do ser humano.

⁸³ CHRISTOFOLETTI, 2008, p. 31.

CONCLUSÃO

Diante da análise sobre Democracia da informação no Jornalismo em Salvador: Ética do cuidado nos programas sensacionalistas da televisão e a sua influência na opinião pública, pôde-se responder ao problema deste trabalho, porque, através do estudo sobre o tema desta dissertação, foi possível avaliar onde fica a ética do jornalismo sensacionalista que, por princípio, privilegia a superexposição das misérias alheias de indivíduos com seus grupos mazeados e a qualidade jornalística desses noticiários, uma vez que no jornalismo, a ética está muito presente em seus estatutos de condutas com as fontes, através da integridade do repórter na transposição dos relatos para a matéria noticiosa.

A princípio, entende-se que o objetivo geral deste trabalho de analisar o método da formação e emissão de informações; verificar os impactos dessas, na opinião dos espectadores; verificar se a formação da opinião pública, munida da construção de verdades, é alvo de jornalistas que utilizam dos meios midiáticos para “intervir” nas construções ideológicas sociais ou não como se pode mostrar mediante a opinião de diversos especialistas que tratam sobre o assunto.

No primeiro capítulo apresentou-se uma análise sobre a história do jornalismo sensacionalista, data de surgimento desse gênero de jornalismo; analisou-se também o telejornal sensacionalista no contexto da indústria cultural, os programas sensacionalistas da televisão e suas características e na sequência, fez-se uma análises dos programas televisivos sensacionalistas da Bahia, tais como: Se Liga Bocão e Na Mira, analisaram-se os dispositivos legais que contestam as ações do jornalismo baiano, discorreu-se sobre a ética do cuidado e os valores sociais no jornalismo, a falta de cuidado desse programas, tornando-se quase como um problema na sociedade moderna. Abordou-se também, sobre a ética e a formação de valores na sociedade e sobre a democracia da informação e a ética, seus valores, credibilidade e o código de ética do jornalismo.

Como foi apontado ao longo do estudo, o código de ética do jornalismo busca garantir os direitos do cidadão, tendo como propósito apurar e publicar os fatos de

interesse público. O respeito ao direito de cada indivíduo a sua privacidade traduz a ética do cuidado com o outro. Dessa forma, os programas sensacionalistas devassam o direito de cidadania e expõem de maneira mercadológica os problemas alheios, expropriando dos atores a subjetividade e os valores intrínsecos nas situações narradas de formas exageradas e com muitos apelos emocionais.

Nessa perspectiva, o sujeito da situação passa a ter um papel de um personagem passivo de um programa que não reflete a sua autoria. A violência simbólica leva “os atores” a imprimirem legitimidade a algo que não representa a sua verdade, mas padronização exposta, socialmente, sob a denominação de direito à justiça de um povo injustiçado. O meio de comunicação usa os “atores” como vítima e fabrica a audiência de verdadeiros algozes da manipulação de massa.

Portanto, conclui-se que, a democracia nas informações usadas por esses programas não traduz os valores e a credibilidade das denúncias sobre as injustiças sociais no contexto de uma sociedade capitalista. Expõe o outro sem nenhum cuidado ético e sem responsabilidade com a causa. A informação deve ser usada para libertar o indivíduo da ignorância que aprisiona a sua ação e embota o direito de ser autor e sujeito da sua história.

REFERÊNCIAS

- ADORNO, Theodor W., HORKHEIMER, Marx. Trad. Guido Antonio de Almeida. **Dialética do esclarecimento**: fragmentos filosóficos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.
- ANGRIMANI, Sobrinho Danilo. **Espreme que sai sangue**. São Paulo: Summus, 1995.
- AMARAL, Márcia Franz. **Jornalismo popular**. São Paulo: Contexto, 2006.
- ARMAND, Matterlart Michèle. **Histórias das teorias da comunicação**. Paris: tradução: Luiz Paulo Rounet, Loyola, 2008.
- BARBOSA, Sílvio H.Vieira. Cidade Alerta: Deus substituiu o sexo no tripé do sensacionalismo. **In: Anuário de Jornalismo**. Faculdade de Comunicação Cásper Líbero, 2001-2002, p. 94,
- BARROS, L. F. A Psicopatia da Imprensa. **Revista Videtur**, n. 11, São Paulo: CEAr/DLO/FFCH–USP/Editora Mandruvá, 2000, pp. 47–54.
- BRASIL. Presidência da República. Casa Civil. Subchefia para Assuntos Jurídicos. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, 5 de outubro de 1988.
- BRASIL. Presidência da República. Casa Civil. Subchefia para Assuntos Jurídicos. **Estatuto da Criança e do Adolescente**. LEI Nº 8.069, DE 13 DE JULHO DE 1990. Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente, e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8069Compilado.htm. Acesso em: 12/10/2010.
- BOFF, Leonardo. **Ethos mundial**: um consenso mínimo entre humanos. Rio de Janeiro: Record, 2009.
- _____. **Saber cuidar**: ética do humano – compaixão pela terra. 15. ed. Petrópolis: Vozes, 2008.
- CHRISTOFOLETTI, Rogério. **Ética no jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2008.
- Declaração Universal dos Direitos Humanos**. Resolução 217 A (III) da Assembléia Geral das Nações Unidas em 10 de dezembro de 1948. Disponível em: http://portal.mj.gov.br/sedh/ct/legis_intern/ddh_bib_inter_universal.htm. Acesso em: 12/10/2010.
- LAROUSSE. **Dicionário da Língua Portuguesa Larousse Cultural**. São Paulo: Nova Cultural. Minidicionário da Língua Portuguesa – Sacconi, 2008.

DURKHEIM, Emille. **As Regras do Método Sociológico**. Lisboa: Editorial Presença, 1987.

_____. **A divisão do trabalho social**. Lisboa: Presença, 1984. 2 vol.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. São Paulo: Loyola, 1996.

_____. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Graal, 2001.

_____. **História da Sexualidade I: A vontade de saber**. 16 ed. Tradução Maria T. C. Albuquerque e J. A. Guilhon Albuquerque. Rio de Janeiro: Graal, 1988.

_____. **Vigiar e punir**. Petrópolis: Vozes, 1999.

FREIRE, Paulo. **Globalização ética e solidariedade**. Pedagogia da autonomia – Saberes necessários à prática educativa. São Paulo: PUC, 1997.

GOMES, Mayra Rodrigues. **Poder no jornalismo: discorrer disciplinar, controlar**. São Paulo: Hacker Editores, 2003.

LIPOVETSKY, Gilles. **Crepúsculo do Dever**. A ética indolor dos novos tempos democráticos. Lisboa: Dom Quixote, 1994.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Televisão; a vida pelo vídeo**. São Paulo: Moderna, 1998.

NASCIMENTO, Eliomar P. Globalização e exclusão social: Fenômenos de uma crise da modernidade. In: Dowbor, Ladislau; Ianni Octavio; Resende, Paulo (Org.). **Desafios da globalização**. Petrópolis: Vozes, 1997.

Pacto internacional sobre Direitos Civis e Políticos. *Resolução n.º 2.200-A da Assembléia Geral das Nações Unidas, em 16 de dezembro de 1966. Disponível em: [4http://www.interlegis.gov.br/processo_legislativo/copy_of_20020319150524/20030616104212/20030616113554](http://www.interlegis.gov.br/processo_legislativo/copy_of_20020319150524/20030616104212/20030616113554), acesso em:12/10/2010.*

PEDROSO, Rosa Nívea. **Contribuições aos estudos do sensacionalismo no jornalismo impresso brasileiro**. Sala de Prensa, 2001. Disponível em: <www.saladeprensa.org/art264.htm>. Acesso em: 15 nov. 2009.

SAMPAIO, Dulce Moreira. **A pedagogia do ser: educação dos sentimentos e valores humanos**. Petrópolis: Vozes, 2004.

SELIGMANN-SILVA, Márcio. A cultura ou a sublime guerra entre amor e morte. In: **O Mal estar da cultura**. Porto Alegre: L&PM, 2010.

SQUIRRA, Sebastião. **Boris Casoy: o âncora no telejornalismo brasileiro**. Petrópolis: Vozes, 1993.

WEBER, Marx. **Ciência e Política: duas vocações**. São Paulo: Cultrix, 2004.

ANEXOS

ANEXO I - Programa Se Liga Bocão – Tv Itapuan, emissora filiada à rede Record



ANEXO II - Programa Na Mira – Tv Aratu, emissora filiada ao SBT

