

FACULDADES EST
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO MESTRADO PROFISSIONAL EM TEOLOGIA

FRANCISCO FRANCINILDO OLIVEIRA LIMA

**O DESAFIO DA ÉTICA NOS MEIÃO DE COMUNICAÇÃO E SUA INFLUÊNCIA NA
FORMAÇÃO DA OPINIÃO PÚBLICA**

São Leopoldo

2019

FRANCISCO FRANCINILDO OLIVEIRA LIMA

**O DESAFIO DA ÉTICA NOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO E SUA INFLUÊNCIA NA
FORMAÇÃO DA OPINIÃO PÚBLICA**

Trabalho Final de
Mestrado Profissional
Para a obtenção do grau de
Mestre em Teologia
Faculdades EST
Programa de Pós-Graduação
Mestrado Profissional em Teologia
Área de Concentração: Religião e
Educação
Linha de Pesquisa: Ética e Gestão

Orientador: Oneide Bobsin

São Leopoldo

2019

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

L732d Lima, Francisco Francinildo Oliveira
O desafio da ética nos meios de comunicação e sua
influência na formação da opinião pública / Francisco
Francinildo Oliveira Lima; orientador Oneide Bobsin. – São
Leopoldo : EST/PPG, 2019.

98 p. : il.; 31 cm

Dissertação (Mestrado) – Faculdades EST. Programa de
Pós-Graduação. Mestrado em Teologia. São Leopoldo, 2019.

1. Ética. 2. Comunicação. 3. Sociedade. 4. Religião.. I.
Bobsin, Oneide, orientador. II. Título.

FRANCISCO FRANCINILDO OLIVEIRA LIMA

**O DESAFIO DA ÉTICA NOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO E SUA INFLUÊNCIA NA
FORMAÇÃO DA OPINIÃO PÚBLICA**

Trabalho Final de
Mestrado Profissional
Para a obtenção do grau de
Mestre em Teologia
Faculdades EST
Programa de Pós-Graduação em Teologia
Linha de Atuação: Ética e Gestão

Data de Aprovação: 04 de junho de 2019.



Prof. Dr. Onéide Bobsin (Presidente)



Prof. Dr. Valério Guilherme Schaper (EST)



p/ Prof. Dr. Elivaldo Serrão Custódio (UNIFAP)

Dedico este trabalho aos meus três pilares, que a cada dia me ensinam que podemos chegar aonde queremos, Patrícia, Brenda e Caio.

AGRADECIMENTOS

A DEUS, que na sua infinita bondade me fez acreditar que, com fé e coragem, somos capazes de alcançar todos os nossos objetivos.

Aos meus colegas de curso, que foram companheiros nos dias de distância da minha família, encorajando-me a acreditar que tudo seria possível.

Aos colegas do IFCE *Campus* Iguatu que torceram para que eu pudesse chegar a esse momento.

Ao colega, gestor do IFCE *Campus* Iguatu e grande amigo Dijauma Honório Nogueira, incentivador e grande apoiador desse projeto.

À colega Maria de Fátima pelos incentivos constantes de que eu seria capaz de chegar aonde cheguei.

À colega Rosana Vasconcelos, pela contribuição especial e decisiva nessa caminhada, a sua ajuda foi essencial para que esse trabalho fosse possível.

Aos meus amigos que torceram e acreditaram nesse projeto que, embora cheio de desafios, foi concretizado com o apoio incondicional de cada um.

Ao Caio Matheus, que, pelo amor e carinho diário que tem me feito um gigante a cada dia, foi um incentivador para que eu acreditasse em mim mesmo todos os dias.

À Brenda Matheus, pelo exemplo dos desafios enfrentados e vencidos diariamente, nos mostra que filhos podem ser exemplos de coragem e determinação para os pais.

Por fim, o meu agradecimento especial a uma grande e especial mulher e esposa, Patrícia Nogueira Silva de Lima, responsável pela caminhada desde o início de tudo e grande incentivadora do meu aperfeiçoamento profissional. Com ela, desafiei montanhas e obstáculos até então tidos como intransponíveis. Ao seu lado, tive coragem de caminhar por trilhas desconhecidas, buscar um futuro desafiador para chegar até aqui. Com um caminhar de mãos dadas, pude me afastar de todos os medos que insistiam em me rodear. MINHA ETERNA GRATIDÃO!

Meu muito obrigado!

“O sucesso nasce do querer, da determinação e persistência em se chegar a um objetivo. Mesmo não atingindo o alvo, quem busca e vence obstáculos, no mínimo fará coisas admiráveis.”

José de Alencar

RESUMO

Pretende-se na presente dissertação realizar uma análise crítica da atuação dos meios de comunicação na sociedade, no que se refere ao seu comportamento ético e moral, como pressupostos para a construção da informação de qualidade e comprometida com o desenvolvimento social; levando em consideração a importância do papel do jornalista, em consonância com o seu código de ética profissional como instrumento de regulação moral e ético das ações desenvolvidas, os desafios encontrados para o desenvolvimento diário de sua atividade profissional, em um ambiente com fortes intervenções de grupos políticos e financeiros com interesses particulares, o que contribui para a interferência da formação cidadã no contexto social do país, além de analisar os princípios éticos na construção de valores morais entre as instituições de comunicação e seu público. Busca-se ainda compreender a intervenção e a presença do poder religioso frente aos meios de comunicação de massa, sua força e notabilidade no uso desse instrumento como forma de evangelizar o público, o que tem ocorrido nos últimos anos, especialmente em um tempo em que se usa a verdade que liberta para fins eleitorais. Como metodologia para a presente pesquisa, realizamos uma pesquisa bibliográfica de vasto material publicado, como pesquisas em jornais, revistas e *sites* ligados ao tema proposto. Concluímos que os meios de comunicação possuem forte influência política, dado o seu domínio pela referida classe; que grupos econômicos são detentores de grande parte da mídia no Brasil e que, em virtude desse domínio dos meios de comunicação atual, existe uma forte influência dessas instituições na formação cidadã das pessoas, o que resulta no direcionamento das suas opiniões e decisões importantes, que são levados a tomar na sua vida em sociedade.

Palavras-chave: Ética. Comunicação. Sociedade. Religião.

ABSTRACT

In this dissertation we intend to perform a critical analysis of the media's performance in society, regarding their ethical and moral behavior, as assumptions for the construction of quality information and committed to social development, taking into account the importance of the journalist's role in keeping with his code of professional ethics as an instrument for moral and ethical regulation of the actions developed, the challenges encountered for the daily development of his professional activity in an environment with strong interventions by political and financial groups with individual interests which contributes to the interference of citizen education in the social context of the country, as well as analyzing ethical principles in the construction of moral values between communication institutions and their public. It also seeks to understand the intervention and presence of religious power in relation to mass media, its strength and notableness in the use of this instrument as a way of evangelizing the public, which has occurred in recent years, especially at a time when the truth that liberates is used for electoral purposes. As a methodology for the present research, we carried out a bibliographical research of vast published material, such as searches in newspapers, magazines and sites related to the proposed theme. We conclude that the media have a strong political influence, given their dominance by the said class; that economic groups hold a large part of the media in Brazil and that, because of this dominance of the current media, there is a strong influence of these institutions in the formation of citizenship of the people, which results in the directioning of their opinions and important decisions, which they are led to take in their life in society.

Keywords: Ethics. Communication. Society. Religion.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	9
2	ÉTICA E MEIOS DE COMUNICAÇÃO.....	14
2.1	A ética nos meios de comunicação de massa.....	15
2.2	A ética e a moral como pressupostos para qualidade nos meios de comunicação.....	30
2.3	Os desafios dos profissionais da mídia no contexto ético.....	33
2.3.1	<i>O Código de Ética do jornalista como instrumento de regulação profissional.....</i>	37
2.3.2	<i>Os fatores que interferem na ética dos profissionais da mídia.....</i>	41
3	ÉTICA E FORMAÇÃO CIDADÃ.....	49
3.1	Os meios de comunicação, a intervenção religiosa e a construção da cidadania.....	51
3.2	O comportamento da mídia frente aos valores éticos e morais.....	60
3.3	Os meios de comunicação e os desafios na construção da cidadania	66
4	MEIOS DE COMUNICAÇÃO E OPINIÃO PÚBLICA.....	72
4.1	O compromisso moral e ético dos meios de comunicação com a sociedade na construção da informação.....	74
4.2	A missão do jornalista na construção da informação de qualidade.....	78
4.3	A ética jornalística como o principal caminho para a construção da opinião pública.....	83
5	CONCLUSÃO.....	88
	REFERÊNCIAS.....	90

1 INTRODUÇÃO

Inicialmente, definimos ética como sendo a ciência da conduta humana perante o ser e seus semelhantes.¹ Esse autor destaca que a ética envolve as relações de aprovação ou desaprovação da atitude humana, enfatizando que a conduta ética encara a virtude como uma prática do bem, sendo essa prática responsável pela felicidade dos seres, vivendo ou não em coletividade.² Assim, a ética se constitui como uma qualidade indispensável àqueles que têm como objetivo desenvolver ações que favoreçam o bom comportamento e a boa atitude humana, que, em muitas vezes, as nossas ações se consolidam não apenas para que delas possamos usufruir de bons resultados para si mesmos, mas, necessariamente importante, é que essas ações possam resultar em um ambiente agradável para os que dela possam desfrutar.

É através da ética e dos seus fundamentos que podemos construir o cidadão, que será de suma importância posteriormente para o grupo social do qual participa e compartilha os ensinamentos e o cotidiano no referido grupo. A partir dos ensinamentos recebidos, ele será capaz de transformar o seu grupo social e, posteriormente, agir em um ambiente mais global.

Nessa breve análise da ética e da sua importância, é mister destacar o quanto necessária é a sua interação da pesquisa aqui em destaque, uma vez que ela se reveste de caminhos para o sucesso do que se poderá esperar dentro do contexto midiático, que é analisado na pesquisa em tela. Portanto, partir inicialmente de uma análise, mesmo que superficial, da sua significância, já é de grande destaque para a presente introdução.

É a partir dessa análise inicial da ética que iniciamos a construção da nossa pesquisa, pois, segundo o Dicionário básico de Filosofia, a ética seria o ramo da filosofia que tem por objetivo refletir sobre a essência dos princípios, valores e problemas fundamentais da moral, tais como a finalidade e o sentido da vida humana, a natureza do bem e do mal, os fundamentos da obrigação e do dever, tendo como base as normas consideradas universalmente válidas e que norteiam o

¹ SÁ, Antonio Lopes de. **Ética profissional**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2015. p. 3.

² SÁ, 2015, p. 3.

comportamento humano.³ É nesse contexto que propomos como tema desta pesquisa o desafio da ética nos meios de comunicação e sua influência na formação da opinião pública.

A ausência dos princípios éticos ou a dificuldade encontrada pelos profissionais para desenvolverem suas atividades dentro de um espaço em que possa laborar, com o compromisso da informação responsável estruturada na moral e na ética, estariam relacionadas à influência do poder político ou econômico? É nesse contexto que propomos a nossa pesquisa, realizando uma análise sobre a importância dos meios de comunicação, considerando ser esse um dos principais norteadores de formação do processo de interação social, em que, através da informação, o integrante do grupo social poderá interagir com as mudanças que a sociedade necessita para que ocorra o crescimento compartilhado e o desenvolvimento necessário ao perfeito relacionamento entre as pessoas.

Como objetivo geral deste trabalho, investigaremos por meio da ciência qual é o papel dos meios de comunicação, a sua interferência na formação cidadã no contexto social e na formação de opinião diante das informações recebidas. Faremos, nos objetivos específicos, a análise dos princípios éticos como instrumento de construção de valores morais entre as instituições de comunicação e o seu público; realizaremos a análise do Código de Ética dos Jornalistas e a sua utilização nas ações do profissional da comunicação; possibilitaremos ainda, com a presente pesquisa, uma reflexão nos profissionais dos meios de comunicação sobre a necessidade da adequação das suas atividades de trabalho às ações desenvolvidas junto ao público-alvo das programações diárias, o que poderá gerar o desenvolvimento de práticas éticas e morais necessárias para uma melhor formação cidadã dos membros das comunidades, em um contexto religioso que sem sempre se pauta pela verdade que liberta.⁴

No capítulo 2, apresentaremos o tema ética e meios de comunicação, no qual faremos uma análise da ética à luz do comportamento dos meios de comunicação de massa, ressaltando o papel de cada um deles, como os canais de televisão, rádios, jornais, revistas e as mídias sociais.

³ JAPIASSÚ, Hilton; MARCONDES, Danilo. **Dicionário básico de Filosofia**. 4. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006. p. 69.

⁴ JOÃO. O evangelho segundo João. *In*: BÍBLIA Sagrada: o Novo Testamento de nosso senhor Jesus Cristo. Tradutor: João Ferreira de Almeida. Campinas: Os Gideões Internacionais, 2011. p. 202.

Destacaremos o papel do terceiro setor no ambiente da ética e meios de comunicação. Esse setor possui atualmente uma grande representatividade social, pelo fato de trabalhar as questões sociais com muita ênfase, norteadas nos princípios éticos e comprometidos com os movimentos sociais, em especial nas comunidades mais carentes em todos os estados do país, como é o caso dos projetos realizados em parceria com rádios comunitárias, que se notabilizam por serem constituídas através de uma composição de membros da comunidade, que obedecem a um padrão de gestão voltado para os anseios sociais do ambiente em que está inserido.

Apresentaremos também as ações da Mídia Ninja, que difere dos padrões da mídia convencional, tendo seu caráter mais independente, com informações construídas a partir da participação do seu membro no contexto do fato.

Ressaltaremos ainda o trabalho desenvolvido por uma rádio no interior do Estado do Ceará, denominada Rádio MAIS FM, que oportuniza a formação cidadã dos membros da comunidade em que está inserida, através de uma fundação mantenedora e dos projetos sociais desenvolvidos. A ética e a moral também serão objeto de análise, dado ao fato de serem essenciais ao revestimento de credibilidade, imparcialidade e transparência na informação midiática.

O desafio dos profissionais diante das dificuldades encontradas para se laborar no contexto ético também fará parte do nosso estudo nesse capítulo, por entendermos que esses autores do contexto midiático são desafiados dia a dia na difícil missão de construir a informação de qualidade e com compromisso com as pessoas, sendo abordados alguns aspectos do código de ética da profissão e os fatores que, de uma forma ou de outra, podem interferir na construção de um padrão ético ideal para o desempenho da função, dentre eles o aparecimento do fenômeno de *fake news*, que é um novo aspecto a ser considerado em razão de se constituir um grande desafio para a credibilidade da imprensa atual.

No capítulo 3, destacaremos o papel da ética na formação cidadã e os desafios que a Constituição de 1988 inseriu no contexto nacional. A formação cidadã carece de instrumentos que propiciem uma aceleração do crescimento social, no sentido de que possamos construir mecanismos para a consecução de uma cidadania ampla. O país possui uma democracia que, embora se encontre consolidada, é ainda muito jovem e carente de aspectos que propiciem uma maior abrangência para atingirmos os objetivos perseguidos.

A pluralidade de pensamento e a sua discussão cotidiana nas mais variadas camadas sociais certamente levarão a uma consolidação da formação cidadã, sendo essa uma das atribuições dos meios de comunicação, qual seja: construir a pluralidade de pensamentos, a intervenção do agente social em sua comunidade e a mudança de comportamento que, até então, não tem reagido quando discorda de fatos apresentados a ele ou a sua comunidade.

É na soma de conhecimento oriundo da família, escola e igreja que os meios de comunicação poderão interagir e completar a discussão iniciada nesses ambientes de construção do saber. Nesse capítulo, faremos também uma análise em relação à intervenção religiosa nos meios de comunicação, no que se referem à construção da cidadania pelas igrejas e os meios midiáticos de sua propriedade. Destacaremos o poder da Igreja Evangélica nos movimentos sociais, como resultado da criação de ações em seus meios de comunicação próprios, que tem propiciado a construção de ações e de políticas sociais, com a inserção nesse novo caminho trilhado pelos pentecostais, como é o caso do grande número de evangélicos no movimento dos sem-terra, inclusive nas suas lideranças regionais, o que antes não se conseguia vislumbrar, ou seja, os protestantes estão fazendo formação política social e construindo militância em todas as regiões do país, o que antes era praticamente exclusividade da Igreja Católica e de seus movimentos sociais e pastorais.

Será realizada uma análise ainda neste capítulo sobre a intervenção religiosa na mídia, que tem tomado proporções de grande vulto, sendo um exemplo desse crescimento a Igreja Universal do Reino de Deus, através da Rede Record de televisão, ou ainda a Rede Canção Nova, pertencente à comunidade Católica Apostólica Romana. Isso demonstra o poder das igrejas no ambiente midiático no setor televisivo, que ainda contempla uma vasta programação paga em diversos canais existentes, favorecendo, em parte, a mercantilização da religião.

Além disso, destacaremos o crescimento em grande escala do domínio das igrejas em relação às rádios com perfil AM ou FM em todas as cidades do país. Faremos também uma análise do comportamento adotado pela mídia em relação aos valores éticos e morais, atualmente bastante discutidos nas famílias mais conservadoras, em razão da exposição feita pelos canais de televisão no que se refere à agressão aos costumes familiares, seja na programação de telenovelas, seja em filmes transmitidos por esses canais, além de uma análise do controle exercido na

mídia por políticos, igrejas e grandes grupos econômicos do país. Por último, destacaremos os desafios enfrentados pela mídia para a construção da cidadania.

No capítulo 4, trabalharemos o tema meio de comunicação e opinião pública, partindo do pressuposto de que a opinião pública não se consolidou apenas nos últimos anos, mas sim desde a Grécia, no ambiente pólis, ou praça pública, no qual havia as reuniões do povo daquela sociedade para discutir vários temas.

Assim, consideraremos que o papel da mídia está muito além de apenas informar, criar notícia. O seu papel é de interagir com a sociedade, através da formação daquele que dela participa, trazendo as discussões sociais e formando o cidadão para participar da pólis.

Para a construção desse debate, apresentaremos a necessidade de se construir a comunicação dentro de um compromisso moral e ético pertinente, em que os interesses sociais devem estar à frente de qualquer interesse particular, seja de grupo político, seja de grupo econômico. É nesse sentido que trabalharemos o papel do jornalista para a construção da informação de qualidade. Para tanto, o profissional não poderá se afastar das suas condutas éticas e do compromisso com o bem comum social, o que proporcionará a confiança daqueles que esperam a sua contribuição para o processo de formação social almejado por todos.

Por fim, a informação construída a partir dos padrões morais e éticos tem como principal objetivo possibilitar a formação humana e cidadã a quem ela possa alcançar. Os seus responsáveis têm como missão principal promover a discussão plural no ambiente social, o que remeterá a uma formação política e social capaz de possibilitar que o agente receptor seja responsável pela discussão em seu seio de vivência, ao ponto de conseguir dinamizar e compartilhar as informações recebidas, que possibilitem a transformação social naquela comunidade na qual se encontra devidamente inserido. Dessa forma, o papel verdadeiro dos meios de comunicação estará concretizado.

2 ÉTICA E MEIOS DE COMUNICAÇÃO

Em um mundo a cada dia mais globalizado, no qual a mídia social possui um desenvolvimento a cada dia mais determinado e eficiente, os meios de comunicação se apresentam como uma grande ferramenta para o desenvolvimento social e político. Para tanto, é imprescindível que essa ferramenta de mídia possa ser constituída de fundamentos profissionais de valores éticos, voltados para a essência do que se propõe de fato a fazer. Os meios de comunicação têm, entre os seus mais diversos papéis, a intervenção, no sentido de contribuir com a formação moral do indivíduo, preparando-o para fazer parte do seu grupo social e, em seguida, ser membro atuante na sociedade em que vive.

Segundo Camargo, a palavra “ética”, etimologicamente, origina-se do grego “*ethos*”, que significa costumes, enquanto que a palavra “moral” provém do latim “*mores*”, que também significa costumes.⁵ Conforme esse autor, “existe uma tendência de que essas palavras sejam no seu sentido diferenciadas”.⁶ Para ele, uma das várias formas de fazer essa diferenciação é quando “a moral se refere a um estudo de como os costumes devem se comportar na época ou lugar, enquanto que a ética seria um julgamento da moral enquanto se distingue o bem do mal”.⁷

Plaisance define ética como sendo “a forma de investigação que se preocupa com o processo de encontrar justificativas racionais para as nossas ações quando os valores que defendemos entram em conflito”.⁸ O conflito, portanto, nada mais é do que a discussão daquilo que acreditamos ser a moral individual ou os nossos valores, levados a efeito nas discussões dentro dos grupos sociais dos quais participamos, criando esse momento de interação e, por conseguinte, resultando na formação da ética desse grupo.

De acordo com a definição do Dicionário básico de Filosofia, ética é o:

Ramo da filosofia prática que tem por objetivo elaborar uma reflexão sobre os problemas fundamentais da moral (finalidade e sentido da vida humana, os fundamentos da obrigação e do dever, natureza do bem e do mal, o valor da

⁵ CAMARGO, Marculino. **Fundamentos de ética geral e profissional**. 10. ed. Petrópolis: Vozes, 2011. p. 22.

⁶ CAMARGO, 2011, p. 22.

⁷ CAMARGO, 2011, p. 22.

⁸ PLAISANCE, Patrick Lee. **Ética na comunicação**: princípios para uma prática responsável. Tradução de Joice Elias Costa. Porto Alegre: Penso, 2011. p. 24-25.

consciência moral, etc.) mas fundada num estudo metafísico do conjunto das regras de conduta consideradas como universalmente válidas.⁹

Para Alves e Campanhol, ética pode ser entendida conforme a definição do dicionário Houaiss: como parte da filosofia responsável pela investigação dos princípios que motivam, distorcem, disciplinam ou orientam o comportamento humano, refletindo, especialmente, a respeito da essência de normas, valores, prescrições e exortações presentes em qualquer realidade social.¹⁰

Ética se consubstancia, então, como o processo que, ao ter o contato com a moral individual de cada sujeito, é capaz de envolvê-lo no discurso do seu grupo social, tornando-o capaz de dar suporte moral diante das mais variadas discussões, no sentido de poder interagir nas diferenças de opinião constantes no momento discursivo, sempre pautado em um comportamento que possa possibilitar a construção de uma evolução social entre os membros dessa construção que se persegue.

Os meios de comunicação, permeados na sua essência de comportamentos e procedimentos, muitas vezes, para atender os interesses de quem ocupa lugar no cenário político ou empresarial de destaque, usando os canais de comunicação em seu poder para atender as suas propostas sociais, na grande maioria, de interesse próprio, uma vez que grande parte dos meios de comunicação tem como patrocinadores e proprietários grupos econômicos poderosos e com influência em nosso país.

Dessa forma, a ética ocupa notadamente grande importância dentro do contexto em destaque, sendo fundamental para o desenvolvimento das ações que a mídia precisa adotar.

2.1 A ética nos meios de comunicação de massa

Os meios de comunicação de massa são caracterizados por rádios, televisão, livros, revistas, cinemas, internet, redes sociais que, juntos, formam um sistema de

⁹ JAPIASSÚ; MARCONDES, 2006. p. 69.

¹⁰ ALVES, André Luis Centofante; CAMPANHOL, Edna Maria. **Terceiro Setor, empreendedorismo social e ética**: a contradição entre a filosofia e a prática no financiamento dos empreendimentos sociais no Brasil. Franca: [s.n.], 2012. p. 12. Disponível em: <https://docplayer.com.br/7704160-Terceiro-setor-empreendedorismo-social-e-etica-a-contradicao-entre-a-filosofia-e-a-pratica-no-financiamento-dos-empreendimentos-sociais-no-brasil.html>. Acesso em: 2 fev. 2019.

comunicação denominado mídia. Têm como finalidade levar a informação ou programação a um grande número de pessoas e localidades, além de fomentar e contribuir com as transformações sociais que as comunidades precisam, adotando programações com direcionamento múltiplo, mas que deve ter como objetivo principal criar as condições de ser mais uma instituição de colaboração com o processo de aprendizado, fortalecimento da conjuntura social adequada, no sentido de permitir ao indivíduo pertencente aos grupos sociais a possibilidade de interagir com a sua comunidade e fortalecer lideranças em busca de melhorias sob os mais diversos níveis.

As informações contidas nesses veículos de comunicação de massa são responsáveis pela formação de opinião de várias pessoas, sendo indispensáveis responsabilidade e credibilidade na veracidade dos seus conteúdos. Esses conteúdos devem ser objeto de uma problematização no sentido de propiciar a discussão no meio social, visando fazer o indivíduo pensar e discutir a realidade social da sua comunidade.

O rádio foi o primeiro meio de comunicação de massa a ser instalado no Brasil, sendo o Rio de Janeiro a primeira cidade brasileira a instalar uma emissora de rádio, em 7 de setembro de 1922, por ocasião das comemorações do centenário da Independência do Brasil, em que, na oportunidade, pode-se ouvir o discurso do presidente Epitácio Pessoa sobre a data.¹¹

Para o feito histórico, a data de 20 de abril de 1923 é a considerada como a de iniciação da radiofusão no Brasil. Após esse período, a radiofusão no Brasil teve várias evoluções, com a criação das rádios frequenciadas nos módulos AM e FM e, ainda em 1923, a criação da primeira rádio com a finalidade educativa, seguida das rádios comunitárias.

A mídia, que se configura na junção de todos os meios de comunicação de massa de nosso país, deverá sempre ser pautada na ética, que, por sua vez, sempre irá velar pela informação de qualidade e verdadeira, comprometida apenas com a notícia que deverá chegar à sociedade. Em algumas vezes, o poder midiático é confrontado com os interesses de grupos sociais, forças políticas e classes dominantes. Nesses casos, é comum que as suas vozes sejam caladas, interrompidas e anuladas. Isso ocorre porque grande parte dos meios de comunicação está ligada a

¹¹ ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **A informação no Rádio**: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos. 5. ed. São Paulo: Summus Editorial, 1985. p. 13.

grandes grupos econômicos e a políticos influentes por todas as regiões do país, perpassando também o campo religioso.

A mídia de direcionamento nacional possui ainda uma grande influência na mídia regional, sendo que nesse modelo entra em ação os grupos políticos dominantes nas pequenas cidades e até o poder religioso, como, por exemplo, na cidade de Iguatu-CE, onde a maioria das rádios é dirigida por forças políticas definidas.

Nessa cidade, o então prefeito tem o domínio de uma rádio, sendo que os dois deputados estaduais que representam o município atualmente, e são ex-prefeito e vice-prefeito, têm o poder sobre outros dois veículos de comunicação na modalidade FM e AM.

As igrejas, através das suas mais variadas congregações, também estão utilizando como estratégia de expansão a compra de emissoras de rádio, nas quais passam a desenvolver uma programação com o objetivo de agregar pessoas às suas crenças e linhas de pregações, fato esse muito observado na cidade de Fortaleza, por exemplo, que possui inúmeras rádios de programação evangélica. Dessa forma, o que é concessão do Estado pode passar a ser privatizado.

Essa análise de desvirtuamento da missão das emissoras de rádio pode ser realizada a partir da contextualização da colunista Cláudia Figueiredo Modesto realizada em 2009. Há exatos dez anos, já se fazia uma avaliação do que hoje se consolida de forma célere e concreta. Segundo a colunista,

O rádio no Brasil surge com caráter educativo e cultural e sem interferência do poder executivo ou de bases político-religiosas. Porém, em quase 90 anos de história, sua trajetória aponta para seu uso de maneira distorcida ao que foi idealizado. O rádio hoje no Brasil ou está nas mãos de políticos ou está no altar. E, nesta queda de braço com o poder, os ideais educativos de seu fundador foram massacrados pelos interesses de governantes, legisladores ou da prática religiosa.¹²

Para Peruzzo, que discute a relação da mídia com o terceiro setor — Organizações Não Governamentais (ONGs) e Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP) —, a ditadura representou para as mídias sociais uma forma de confronto, de censura, uma vez que a mídia social não comprometida com

¹² MODESTO, Cláudia Figueiredo. Rádio, poder e política. **Observatório da Imprensa**, São Paulo, ed. 538, 19 maio 2009. p. 1. Disponível em: http://observatoriodaimprensa.com.br/interesse-publico/radio_poder_e_politica/. Acesso em: 9 abr. 2019.

o regime configurava uma forma de resistência e, assim, deveria calar, o que de fato ocorreu durante os 21 anos de sua existência. É nesse momento que surge a mídia comunitária, desenvolvida através de instituições do terceiro setor, como Igreja, institutos, associações comunitárias, movimentos populares, entre outros.¹³

O terceiro setor no Brasil atua através das ONGs, que vêm cumprindo o papel a elas dado, diante das demandas sociais apresentadas nas comunidades, substituindo, muitas vezes, o papel que deveria ser desenvolvido pelo estado, que, pela sua inoperância, não o faz diante das demandas a cada dia apresentadas.¹⁴ Desenvolvendo o papel cidadão junto aos mais desassistidos, essas entidades de natureza privada e finalidade pública não visam lucros em suas ações e as desenvolvem em várias frentes de atendimento, como formação cidadã, autonomia das comunidades, realização de projetos sociais, gerando emprego e renda, sustentabilidade, preservação dos direitos humanos, entre outras ações de grande destaque, que têm propiciado relevantes transformações sociais na vida de muitos brasileiros.

Além de todos esses avanços, o terceiro setor através das ONGs tem propiciado um grande avanço no modo de agir e pensar da comunidade, sendo, portanto, o papel dos meios de comunicação de grande relevância quando estes se destinam a apoiar as ações de formação cidadã que as referidas entidades desenvolvem junto às comunidades em que se encontram inseridos.

É no contexto dessas lutas que a comunicação popular, alternativa e comunitária é forjada e naturalmente vinculada a segmentos populacionais organizados no âmbito do terceiro setor. Paralelamente, outras instituições (igreja, institutos, etc.), simpáticas à causa da cidadania e que têm em comum o interesse de contribuir para solucionar os problemas que afetam o dia a dia das pessoas e ampliar os direitos de cidadania, somam-se para fortalecer as lutas sociais.

Surgem, nesse berço, as rádios comunitárias, comprometidas com uma pauta voltada para o desenvolvimento social de sua área de atuação, uma programação construída para atender as demandas em questão e, sobretudo, com um objetivo claro

¹³ PERUZZO, Cíclia M. Krohling. Fundamentos teóricos das Relações Públicas e da Comunicação Organizacional no terceiro setor: perspectiva alternativa. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, v. 20, n. 1, p. 89-107, jan./abr. 2013. p. 89. Disponível em: <http://revistas.eletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/13641/9201>. Acesso em: 10 jan. 2019.

¹⁴ ALVES; CAMPANHOL, 2012, p. 13.

e específico: o desenvolvimento social das comunidades, principalmente dos menos favorecidos. Assim, a grande maioria desses meios de comunicação tem nas ONGs parceiras fundamentais para o desenvolvimento de suas atividades. Entre elas, algumas das principais são o fomento e o fortalecimento dos posicionamentos em defesa da igualdade social e do desenvolvimento das comunidades nas quais desenvolvem suas atividades laborais.

Para Peruzzo, a comunicação realizada no âmbito dessas comunidades, a exemplo das rádios comunitárias, tem o poder de oportunizar que os objetivos das organizações sociais sejam alcançados e as informações sejam capazes de possibilitar os avanços desejados.¹⁵

Destacamos, assim, que o trabalho desenvolvido nesse contexto social tem um grande diferencial, que é a estruturação das ações e dos objetivos dentro dos aspectos éticos da comunicação. Para Karam, “A defesa do direito social à informação implica argumentar que a informação, ao construir simbolicamente o mundo, deve expressar a diversidade conceitual com que ele se forma cotidianamente”.¹⁶ É justamente isso que encontramos na comunicação existente no terceiro setor, no qual a ética presente na construção da informação encontra-se inserida. Os procedimentos nessas atividades que têm a parceria das rádios comunitárias e o terceiro setor devem ser pautados nos princípios éticos, norteadores da formação do indivíduo que é membro integrante daquela comunidade assistida.

Karam destaca ainda que o direito social à informação só terá sentido se for permeado por conceitos e valores, e, entre eles, destaca a liberdade, que possui essas características, insistindo que, para alcançá-la, não devemos suprimir a informação necessária no dia a dia, mas, sim, entender que essa informação é fruto da diversidade e da contradição do pensar humano.¹⁷

Nesse contexto, destacamos, por exemplo, a atuação da rádio comunitária existente na cidade de Iguatu-CE, através do programa denominado MAIS DEBATE. Nesse espaço, a emissora convida vários membros da sociedade para debater assuntos divulgados na mídia nacional que têm impacto direto na vida da comunidade.

¹⁵ PERUZZO, 2013, p. 89.

¹⁶ KARAM, Francisco José Castilhos. **Jornalismo, ética e liberdade**. 4. ed. São Paulo: Summus Editorial, 2014. p. 19.

¹⁷ KARAM, 2014, p. 19.

Os conceitos e valores destacados por Karam entram em cena, pois os interlocutores não suprimem a informação divulgada, mas destacam a necessidade de entender, através dos vários pontos apresentados por esses interlocutores, a diversidade e os pontos divergentes de cada um, o que notadamente propiciará um maior debate, levando a uma discussão dos valores e dos conceitos que construíram aquela informação.¹⁸

No caso da liberdade humana, essa só tem sentido e existe se vinculada ao relacionamento social.¹⁹ É justamente essa diversidade e a contradição do pensar humano destacado por Karam que possibilitam que a discussão seja, em alguns momentos, problematizada, oportunizando, dessa forma, o amadurecimento do debate, que é imprescindível para a formação da consciência crítica e questionadora de cada indivíduo formador da comunidade.²⁰ Assim, ao levar interlocutores que podem pensar diferente um dos outros a um debate, o programa destacado no parágrafo anterior possibilita a construção desse amadurecimento e, assim, constroem-se mecanismos para a consciência crítica que Bornheim defende necessária ao indivíduo formador da comunidade.²¹

As Rádios comunitárias também surgem como um resultado da comunicação do terceiro setor, em que os seus parâmetros construídos se fazem de forma pautada em objetivos claros e predefinidos dentro daquilo que se espera de um veículo de comunicação de massa voltado para os anseios sociais, com referência pautada na moral e na ética na construção de uma notícia de qualidade, verdadeira e voltada para atender as demandas sociais existentes.

A Lei nº 9.612/1998 institui o sistema de radiodifusão comunitário,²² conhecido como as rádios comunitárias. Certamente, a lei denota a importância desse meio de comunicação de massa em nosso país, destacando que é um instrumento consolidado em razão dos resultados apresentados na construção da cidadania brasileira, em especial nas comunidades mais necessitadas, levando informações de qualidade e norteadas pelo processo de formação moral e ético. Dentre as principais

¹⁸ KARAM, 2014, p. 19.

¹⁹ BORNHEIM, Gerd Alberto. **Dialética: teoria/práxis**. Porto Alegre: Globo, 1983.

²⁰ KARAM, 2014, p. 19.

²¹ BORNHEIM, 1983.

²² BRASIL. Lei nº 9.612, de 19 de fevereiro de 1998. Institui o Serviço de Radiodifusão Comunitária e dá outras providências. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Poder Executivo, Brasília, DF, 20 fev. 1998. p. 1. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9612.htm. Acesso em: 10 jan. 2019.

finalidades da lei, podemos destacar a possibilidade de oportunidade à difusão de ideias, elementos de cultura, tradições e hábitos sociais da comunidade; oferecer mecanismos à formação e integração da comunidade, estimulando o lazer, a cultura e o convívio social; prestar serviços de utilidade pública, integrando-se aos serviços de defesa civil; sempre que necessário, contribuir para o aperfeiçoamento profissional nas áreas de atuação dos jornalistas e radialistas, em conformidade com a legislação profissional vigente; permitindo a capacitação dos cidadãos no exercício do direito de expressão da forma mais acessível possível.

Para Carvalho, as rádios comunitárias devem zelar pelos interesses da população,²³ sendo esta uma das atribuições do conselho comunitário, cuja criação é prevista no Art. 8º da lei supracitada.²⁴ Toda a programação das rádios, conforme a legislação, deve ter parâmetros construídos a partir de um grupo de moradores que compõem o conselho comunitário. Como a ética se configura no conjunto de regras morais e de valores dos indivíduos, integrantes de um grupo social ou mesmo de uma sociedade, entendemos que o conselho comunitário, responsável pela programação da rádio comunitária, encontra-se revestido de valores éticos e morais, o que contribui para que esse tipo de veículo tenha um crescimento tão importante nos últimos anos no país, configurando-se, dessa forma, numa instituição inserida em um ambiente ético organizacional.

Dessa forma, podemos constatar que a rádio comunitária possui uma programação idealizada não por grupos econômicos ou políticos, como costuma ocorrer com as rádios comerciais, mas, sim, pelos próprios moradores representados por um conselho comunitário. Com isso, é garantido que o veículo de comunicação atenderá de fato às demandas da comunidade, conforme um projeto devidamente preparado, discutido e construído à luz da necessidade daquela comunidade na qual se encontra inserida.

Para Humberg, “Ética organizacional é um comportamento regido por padrões claros, explícitos, que correspondem à postura real dos dirigentes dessa organização”.²⁵ O autor define esse comportamento como valores reais aceitos e assumidos pelos componentes da organização.

²³ CARVALHO, Wesley Correia. **Manual de sobrevivência das rádios comunitárias**. São Paulo: Letras Jurídicas, 2015. p. 42-43.

²⁴ BRASIL, 1998, p. 3.

²⁵ HUMBERG, Maria Ernesto. **Ética na política e na empresa**. São Paulo: CLA, 2002. p. 25.

Esse padrão ético adotado na rádio comunitária como veículo de comunicação e transformação social,

[...] tem se revelado capaz de corresponder aos objetivos dessas organizações populares, no sentido de provocar mudanças intelectuais e/ou nas condições de existência, solucionar problemas do público destinatário/sujeito, difundir ideias visando alterar padrões culturais, centrados no acomodamento ideológico, e angariar apoios e adeptos para as causas sociais, seja por meio de trabalho voluntário ou de recursos, além de prestar contas do que foi realizado.²⁶

Fica claro, então, que o ambiente organizacional das rádios comunitárias, como um veículo de comunicação de massa no Brasil, é um modelo estruturado nos padrões éticos e morais, balizadores do comportamento social dos integrantes daquela comunidade em que este aparelho de comunicação encontra-se instalado, e desenvolve os trabalhos com essa linha de desenvolvimento. Faz-se importante destacar que o ambiente organizacional da rádio comunitária propicia, inclusive, que a programação e os projetos daquele veículo sejam capazes de possibilitar a oportunidade de formar novas lideranças que possam vir a ser envolvidas nesse mesmo ambiente organizacional posto.

É mister destacar, dentro desse aspecto ético da comunicação perante a mídia, o comportamento de outros meios, como a televisão e jornais de grande circulação em nosso país. É comum observarmos o interesse público confrontado com os interesses de grandes grupos de empresas e de políticos por trás da informação, que deveria ser referencial para a formação da comunidade, dos seus integrantes, como um padrão moral a ser construído com a respectiva informação.

Essa possibilidade de orquestramento midiático por parte de poderosos pode ser entendida como possível tanto pela oposição ao governo como em apoio a este, no campo político por exemplo. É a partir desse contexto de desconfiança no cenário midiático que surge a figura da Mídia Ninja (Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação), que se caracteriza por uma mídia voltada para a contrariedade à direita partidária em nosso país. A Mídia Ninja surge, dessa forma, como um modelo que se diz livre, mas que busca trazer a informação com vínculo partidário. Esse tipo de mídia passou a vigorar a partir de 2014 com a cobertura dos protestos contra a então presidente Dilma Rousseff, por ocasião da não aceitação da sua vitória na eleição

²⁶ PERUZZO, 2013, p. 100.

realizada ainda neste ano. Assim, a Mídia Ninja se intitula como uma rede que utiliza novas formas de se comunicar, como foi no caso das transmissões junto aos manifestantes durante os protestos contra a presidenta Dilma Rousseff. A distribuição das informações se realiza de forma livre, sem vínculos com a grande mídia tradicional e utilizando as tecnologias mais recentes, como as mídias sociais, em colaboração com outras pessoas que participam desse tipo de veículo de comunicação de massa recentemente implantado em nosso país.

A Mídia Ninja tem como fundamento principal a notícia de forma democrática, como um direito que cada cidadão tem de receber a notícia sem a intervenção que existe nas demais mídias, como é o caso da pressão política e econômica exercida nos meios de comunicação habituais. Para ela, o importante é o interesse público, a diversidade cultural e o direito à informação como uma garantia individual de cada cidadão, sejam elas quais forem e sobre os temas que versarem.²⁷

Segundo Ivana Bentes, diretora da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO/UFRJ), esse tipo de engajamento, que faz o repórter assumir o ponto de vista do manifestante, é o que constitui a riqueza do grupo. “A NINJA trabalha com a comoção, o desejo e a participação social, é um tipo de narrativa muito mais interessante do que a ideia pobre e corporativista de jornalismo”, declarou durante a reunião do coletivo.²⁸

Assim, podemos entender a Mídia Ninja como uma fuga aos noticiários normais, sejam eles televisivos ou jornalísticos em nosso país, demonstrando que esses não estão cumprindo o papel social para o qual a mídia, através dos seus integrantes, deveria estar desenvolvendo em suas ações cotidianas de cobertura jornalística. Por outro lado, a Mídia Ninja, que claramente se denomina como um jornalismo antidireita, não insere no seu contexto jornalístico os padrões éticos necessários à construção de uma notícia com isenção política.

Atualmente, o maior desafio ético encontra-se nos canais de televisão. Muitos deles, ou a maioria, são a favor dos poderosos e dos governos que, principalmente nos estados, mantêm o controle das filiais através de grupos empresariais ligados a partidos políticos. Destacamos ser esse tipo de mídia o maior desafio ético, por possuir

²⁷ MÍDIA NINJA. Quem somos. **Mídia Ninja**, [S./], c2019. p. 1.

²⁸ MAZOTTE, Natalia. Mídia NINJA: um fenômeno de jornalismo alternativo que emergiu dos protestos no Brasil. **Knight Center**, Austin, 25 jul. 2013. p. 1. Disponível em: <https://knightcenter.utexas.edu/pt-br/blog/00-14113-midia-ninja-um-fenomeno-de-jornalismo-alternativo-que-emergiu-dos-protestos-no-rio-de->. Acesso em: 10 jan. 2019.

abrangência maior, chegando a todos os espaços, independente de raça, cor, classe social e localização. Os canais de televisão possuem um grande poder de formação de pensamento e decisão de ideias que são construídas para a sociedade. A mídia televisiva costuma “vender” aquilo que ela entende ser importante para o grupo que ela representa, ou benéfico e necessário para o modelo político que se acredita ser necessário ser implantado.

A mídia televisiva é responsável, atualmente, por criação de imagens políticas, produtos a serem comercializados, artistas, que nem sempre são de fato o que se propaga, mostrando claramente que esses encaminhamentos realizados fogem totalmente da essência ética que deveriam constituir os procedimentos midiáticos.

A massa popular atingida frontalmente pela especulação televisiva não consegue se proteger dessas ações midiáticas, visto que a televisão tem sido o principal lazer, em especial dos mais carentes, que passam a ser receptores de materiais previamente trabalhados para, muitas vezes, inserir no contexto diário aquilo que se pretende tornar como o correto e necessário à boa sobrevivência social na atualidade.

Aqui não pretendemos apenas falar do poder político que essas mídias oportunizam aos seus apoiadores, tratamos do poder que elas exercem de maneira global, constando, por exemplo, o que observamos nas telenovelas diariamente. Nelas, procura-se, antes de tudo, imprimir um modelo de família alternativo, confrontando as ideias novas por elas disseminadas com as das igrejas, das famílias mais tradicionais, das escolas conservadoras, entre outras esferas que são confrontadas diariamente no espaço social no qual essas instituições estão inseridas.

Adorno destaca que podemos nos referir à televisão como um meio de formação cultural quando este possui como objetivos claros em sua programação a formação pedagógica, seja através de canais com função educativa, seja por meio de escolas de formação televisivas, entre outros semelhantes.²⁹ Ele também destaca que a televisão, como um meio de comunicação de massa, é responsável pela manipulação na formação ou deformação da consciência do telespectador, supondo ele que isso pode ocorrer em razão de que a televisão possui uma grande capacidade

²⁹ ADORNO, Theodor Wiesengrund. **Televisão e formação**. Tradução de Wolfgang Leo Maar. [S.l.: s.n.: 2010]. p. 3. Disponível em: <https://bibliotecasocialvirtual.files.wordpress.com/2010/06/adorno-televisao-e-formacao.pdf>. Acesso em: 11 jan. 2019.

de atrair a atenção das pessoas e, dessa forma, mantê-las constantemente ligadas a sua programação que, como disse, poderá ser manipuladora de formação de pensamento e consciência. Para ele, a televisão poderá se destacar como meio de informação e não de formação.³⁰

As considerações de Adorno reforçam o debate feito a todo o momento na sociedade, visto que, como já destacamos anteriormente neste capítulo, o papel televisivo encontra-se atualmente muito além da simples informação à sociedade.³¹ Com uma programação agressiva, em especial aos princípios basilares da família, como é o caso das novelas aqui já destacado, nota-se claramente a ausência dos princípios éticos nessas programações, distanciando a formação moral dos seus expectadores, e, pela sua forte influência social, tem sido decisiva em questões cotidianas, em especial a formação política de cada cidadão que costuma estar rotineiramente acompanhando essas programações. Sobre as novelas, Adorno destaca: “Em minha opinião, no fundo, em sua configuração usual, essas novelas são politicamente muito mais prejudiciais do que jamais foi qualquer programa político”.³²

Diante dessa análise de Adorno, acreditamos que a televisão não utiliza critérios éticos e procedimentos morais para a criação de sua programação. Além disso, entendemos que, muitas vezes, a própria programação tem sido utilizada em momentos inoportunos, como cenas que conflitam costumes familiares em horário nobre e de grande audiência, quando entendemos que são realizadas justamente com o intuito de causar impacto social, mesmo abrindo mão de padrões éticos e morais necessários à qualificação da emissora.

Para Franco, as pessoas confundem audiência com aprovação, uma vez que muitos fatos mostrados nos programas de televisão podem atrair uma audiência recorde, não pela aprovação dos fatos destacados, mas, sobretudo, pela curiosidade que eles provocam nos telespectadores. Para ele, a TV realmente comprometida com as questões sociais e as suas soluções, a chamada televisão com aspecto técnico, encontra-se atualmente refém dos programas sensacionalistas.³³

Mas a televisão não é apenas propagadora de coisas ruins e não é isso que aqui queremos denotar, afinal ela apresenta grande contribuição para o

³⁰ ADORNO, 2010, p. 3.

³¹ ADORNO, 2010, p. 3.

³² ADORNO, 2010, p. 4.

³³ FRANCO, Carlos Alberto Di. **Jornalismo, ética e qualidade**. Petrópolis: Vozes, 1996. p. 125.

desenvolvimento do nosso país, com seus projetos, sua cobertura, levando informações, entre outras benéfcias, que não podem ser desprezadas pelos que decidem avaliar a sua existência. Para Dellagnezze, embora a televisão tenha a vocação de difundir abusos morais e hipocrisias com o manto da proteção da liberdade de expressão, ela se configura como importante meio de unir os vários brasis existentes em cada recanto de nossa territorialidade, unindo pessoas, levando informações através dos seus telejornais, difundindo as culturas regionais e os sotaques falados em cada região e contribuindo para que essa prática seja difundida entre os mais diferentes povos do nosso território brasileiro, oportunizando uma aproximação entre todas essas regiões e o seu povo.³⁴

Faz-se importante destacar outro meio de comunicação de massa que possui um grande poder de articulação social: as rádios educativas, inseridas nas comunidades e desenvolvendo diversos projetos de mobilização social e formação cidadã. Essas rádios têm demonstrado um grande poder de articulação social, em especial nas comunidades mais carentes, nas quais desenvolvem projetos sociais que procuram oportunizar cidadania aos membros da comunidade e desenvolver ações voltadas para a inserção social e formação cultural.

Para Avelar, o surgimento do rádio educativo ocorreu quando Edgar Roquette-Pinto fundou a primeira emissora de rádio brasileira, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, em 1923. Em 1936, a rádio foi doada ao Ministério da Educação e Cultura, no então governo Getúlio Vargas, desde que mantivesse o seu objetivo original, sem nenhum vínculo comercial, político ou religioso.³⁵

Sobre o tema, destacamos aqui o trabalho realizado por uma rádio denominada Rádio MAIS FM, localizada na cidade de Iguatu-CE, que escolhemos como um exemplo desse tipo de meio de comunicação de massa.

A rádio escolhida possui como missão proporcionar apoio necessário aos jovens, buscando a construção de uma sociedade melhor e mais igualitária dentro de um processo de sustentabilidade, em que promove, através dos seus projetos, o desenvolvimento pessoal, cultural e social, além de dar destaque ao processo

³⁴ DELLAGNEZZE, René. Filosofia do Direito - Ética e Moral. **Âmbito Jurídico**, Rio Grande, X, n. 41, maio 2007. p. 8. Disponível em: http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=1843. Acesso em: 6 dez. 2018.

³⁵ AVELAR, Liara. O Rádio Educativo no Brasil: de Roquette-Pinto a Luiz Inácio Lula da Silva. In: ENCONTRO NACIONAL DA REDE ALFREDO DE CARVALHO, 2., 2004, Florianópolis. **Anais [...]**. Florianópolis: [s.n.], 2004. p. 3. Disponível em: encurtador.com.br/dlHX4. Acesso em: 25 abr. 2019.

comunicativo e profissional, tornando-o apto para a sua inserção no mercado de trabalho. A crença de que o jovem possa ser protagonista no fortalecimento das ações sociais tem destaque na visão da rádio. Para tanto, os seus valores se notabilizam na cultura do diálogo, com parcerias entre as empresas para a consecução da sua missão e visão, além disso, respalda as suas ações no respeito às diferenças, na união de pessoas que acredita ser fundamental para a cooperação nos objetivos das ações e, sobretudo, na valorização do seu público-alvo.

Esse tipo de rádio, em crescente ascensão no Brasil, desenvolve inúmeros trabalhos sociais, pilares de sua missão e seus valores, o que não é diferente no caso da emissora em destaque, visto que ela desenvolve vários trabalhos no campo de desenvolvimento social no município de Iguatu-CE. Dentre esses projetos, destacamos o denominado MAIS AÇÃO, que tem as ações voltadas para a formação da cidadania, realizado mensalmente em um bairro previamente escolhido pela equipe da fundação que é parceira da emissora. Nesse projeto, que já se encontra totalmente consolidado, são realizadas parcerias com empresas nas mais variadas atividades, que financiam o projeto, além de instituições públicas como universidades, Instituto Federal de Educação, escolas, Sistema “S”, entre outras de igual importância.

Outro projeto de destaque nesse equipamento de comunicação é o programa jornalístico MAIS DEBATE, que insere no seu contexto temas variados, que são abordados por convidados das mais diversas áreas, como saúde, segurança, política e os assuntos cotidianos da comunidade. O programa, que é realizado aos sábados, ao seguir os preceitos éticos e morais necessários à formação cidadã do indivíduo que é ouvinte tem a oportunidade de se aproximar de vários temas e, conseqüentemente, das suas discussões.

A exemplo das rádios comunitárias, os veículos de comunicação educativa também possuem um ambiente organizacional que norteia as suas ações. No caso da Rádio MAIS FM, no Art. 5º do seu estatuto, consta como objetivo o desenvolvimento de projetos e ações sócio-educativas com vista no desenvolvimento pessoal, social, profissional, artístico, cultural e cognitivo de crianças (até 12 anos incompletos) e jovens (entre 12 a 18 anos de idade).

Algumas dessas ações são a formação e qualificação profissional no âmbito da educação profissional aos jovens (entre 12 a 18 anos de idade); cursos e programas de formação inicial e continuada; proporcionar formação humana e social; encaminhar os jovens ao mercado de trabalho, desenvolvendo ações concretas e

planejadas no sentido de inseri-los no mercado formal, em estágios remunerados, a partir de convênios com empresas privadas ou públicas; promover programas culturais, seja de teatro, dança, música, artes e literatura; oportunizar trabalho e geração de renda aos jovens e seus familiares; propiciar atividades esportivas e de lazer, como instrumento de inclusão social; desenvolver práticas educativas que promovam a saúde; executar, produzir e veicular programas dos serviços de radiodifusão de sons e imagens (rádio e TV) com fins educativos/culturais, sem finalidades comerciais. Assim, podemos perceber que o caráter instituído no seio da sua programação de fato possui compromisso com a formação cidadã do membro da comunidade, para que este possa, a partir do envolvimento das referidas ações, adquirir o conhecimento a cada dia para a sua formação moral e ética, basilares na construção de uma sociedade discursiva e participativa das mudanças sociais necessárias.

Dentro da análise voltada para os meios de comunicação de massa, destacamos ainda o papel informativo e de formação cidadã dos jornais escritos existentes em grande número de cidades e, em especial, nos grandes centros urbanos, sobretudo nas capitais dos estados.

Os jornais atualmente possuem um grande poder de informação, embora alguns acreditem que representam grupos políticos de esquerda e direita em nosso cenário político brasileiro.

Dentre esses meios de comunicação, muitos se sobressaem pela importância e, principalmente, pelos furos de reportagens que têm realizado ao longo de sua existência, em especial no cenário político e econômico. Jornais impressos como Folha de S.Paulo (SP), O Globo (RJ), Zero Hora (RS), Correio Braziliense (DF), O Estado de S.Paulo (SP), entre outros, são responsáveis pela grande mídia jornalística escrita em nosso País, conforme a Associação Nacional dos Jornais do Brasil (ANJ), ao analisar a média de circulação dos jornais impressos em 2015.³⁶

Por fim, destacamos algumas revistas que circulam em nosso país, como é o caso das semanárias Veja, Isto É, Valor Econômico, Exame, Carta Capital, Época, entre outras, que trazem informações variadas, seja no campo político, seja no econômico, entre outros. As revistas semanais, a exemplo dos jornais de grande

³⁶ OS 10 jornais impressos mais lidos no Brasil. **Maringá Post**, Maringá, 2016. Disponível em: <https://maringapost.com.br/ahduvido/maiores-jornais-impressos-brasil/>. Acesso em: 12 dez. 2018. p. 1-3.

circulação, são taxadas como representantes de grupos políticos, de direita ou de esquerda, em nosso país, dado o seu estilo moderado ou agressivo nas suas reportagens, que, muitas vezes, desagradam ou agradam os grupos políticos dominantes ou dominados na nossa república.

Para Nogueira, jornalista do Diário do Centro do Mundo (SP), em sua publicação sobre “a morte” das revistas semanais brasileiras, destaca que existe uma grande manipulação das informações nesses veículos.³⁷ Para ele, essas revistas correm um sério risco de morrer. “É uma amostra do que a imprensa sempre faz quando se trata de político amigo: joga a corrupção para baixo no tapete”.³⁸ Ele destaca ainda a ingenuidade do brasileiro que, após ter o acesso à informação manipulada, faz o repasse nas redes sociais, contribuindo para que ocorra a distribuição do conteúdo.

Para Nogueira, embora existam quatro ou cinco famílias que dominem esse tipo de mídia de massa, acaba ocorrendo apenas uma única voz, que nem sempre corresponde à realidade posta. Nogueira destaca ainda que foi justamente por conta desse jornalismo comprometido com as classes dominantes que surgiram os *sítes* ou *blogs* independentes, de pouco custo para criação e manutenção, mas que trazem a notícia sem vínculo de servir a quem quer que seja.³⁹

Os *sítes* independentes aos quais Nogueira se refere nada mais é do que o que se denomina, e já discorremos aqui sobre ele, de Mídia Ninja, atualmente tão necessários para que se faça uma reflexão daquilo que temos acesso todos os dias nos meios de comunicação de massa.

Assim, é fácil destacarmos que, para que ocorra a ética, é necessário que os processos que levam à comunicação das massas, seja através de jornais, televisão, *blogs*, revistas ou outros de igual importância, possuam transparência, sem a qual o verdadeiro objetivo da comunicação não estará sendo alcançado. Plaisance, em sua obra *Ética na Comunicação*, faz referência a essa importância nos atos comunicativos:

Se ética significa a luta para encontrar maneiras racionais de contrabalançar interesses e valores concorrentes, o conceito de transparência nos assegura que todos os atores envolvidos, ou partes interessadas, estejam falando a mesma língua. Nós seres humanos somos por natureza, produtos da

³⁷ NOGUEIRA, Paulo. A morte das revistas semanais brasileiras. **DCM**, São Paulo, 3 out. 2015. p. 1. Disponível em: <https://www.diariodocentrodomundo.com.br/a-morte-das-tres-revistas-semanais-brasileiras-por-paulo-nogueira/>. Acesso em: 11 jan. 2019.

³⁸ NOGUEIRA, 2015, p. 1.

³⁹ NOGUEIRA, 2015, p. 1.

comunidade. Os nossos papéis sociais constituem grande parte de quem somos. Como animais sociais, somos especialmente programados para depender de interação com os outros. Por isso, a comunicação é uma característica tão central da humanidade.⁴⁰

Para Plaisance, aos sermos transparentes nas informações que emitimos, devemos ser revestidos de certa preocupação com o seu conteúdo, uma vez que esse conteúdo será interagido com outras pessoas, os receptores da informação, e, dessa forma, a informação deverá ser revestida de uma reflexão necessária para que seja, de fato, revestida da ética, fundamental para o processo comunicativo sério e comprometido com o público.⁴¹

O conceito de transparência é fundamental para qualquer pessoa preocupada com a ética da comunicação porque ele não contempla simplesmente o conteúdo de nossas mensagens emitidas a outras pessoas, mas exige que reflitamos sobre a forma e a natureza da nossa interação com os outros. A transparência não é apenas uma questão que diz respeito ao que dizemos, mas também porque dizemos e até mesmo como falamos.⁴²

2.2 A ética e a moral como pressupostos para qualidade nos meios de comunicação

Os princípios éticos e morais são certamente estruturas basilares de qualquer sociedade devidamente comprometida com os seus pares, seus conceitos familiares e de relacionamento em si. É certo que os meios de comunicação de massa possuem grande influência na formação da opinião pública, sobre determinado assunto, notícia, escândalo político ou qualquer ato comunicativo que de alguma forma possa ser referência para que o cidadão possa construir sua ideia sobre a notícia veiculada na mídia.

A ética e a moral são princípios que revestem as informações que possuem veracidade, imparcialidade e, sobretudo, compromisso com a notícia verdadeira e sem interferência política, como geralmente ocorre em nosso país quando os fatos precisam ser noticiados.

Para Aristóteles,

⁴⁰ PLAISANCE, 2011, p. 70.

⁴¹ PLAISANCE, 2011, p. 70.

⁴² PLAISANCE, 2011, p. 70-71.

ética é sistematizada como investigação do homem enquanto animal racional, social e político. Partindo efetivamente do ponto de vista a partir do qual o homem é animal racional e então pode conhecer suficientemente a realidade que o cerca, assim como sua constituição própria, permitindo-lhe agir sobre aquilo que está sobre seu pleno poder.⁴³

Assim, para ele, o agir do homem sempre terá a racionalidade necessária para discernir o certo do errado em todas as circunstâncias em que venha a estar inserido. Sendo assim, é fácil constatar que o agir ético nos meios de comunicação é, sem dúvida, um pressuposto para a qualidade dos trabalhos desenvolvidos nesse meio de acesso à informação, sendo o resultado dessa racionalidade defendida pelo pensamento aristotélico, como um divisor de procedimentos dentro do certo e do errado. Ora, a qualidade naquilo que se divulga surge exatamente do compromisso de se comportar moralmente correto, em que os princípios éticos fortalecem essa moral desejada.

Para o filósofo, não há como separarmos, dentro da ética, o agente, a ação e a finalidade, portanto, isso corrobora com o que aqui acreditamos, ou seja, a formação do agente dentro dos princípios éticos definirá o conteúdo da finalidade para a qual ele agiu. No contexto dos meios de comunicação, essa prática encontra-se muito presente e atuante, visto que, em muitas vezes, a moral e a ética estão ausentes no agente que se encontra à frente da informação em jornais, revistas, rádios e televisão, e, assim, o resultado são ações que têm como finalidade vários outros objetivos, como agradar grupos empresariais, grupos políticos que dominam determinadas cidades e estados, deixando de lado o compromisso de bem informar e de agir com moralidade diante de fatos de grande importância, sejam eles de dimensões locais, regionais, nacionais ou até internacionais, muitas vezes a serviço de pessoas que contribuem para que as matérias não se revistam dos princípios éticos necessários à formação da opinião pública, e, através desses procedimentos, a construção de formadores de opiniões, gerando, dessa forma, uma sociedade politizada, pronta para participar das discussões sobre o que de fato seria melhor para os seus membros, partindo de informações sérias e comprometidas com a verdade.

Sobre a ética, Dellagnezze a define como “um vocabulário usado, sob a expressão de ética profissional, para indicar a soma de deveres, que estabelece a norma de conduta do profissional no desempenho de suas atividades e em suas

⁴³ ARISTÓTELES, ca. 332 a.C *apud* PASSOS, José Davi. **A busca da excelência moral do homem: o nascimento e desenvolvimento da ética na Antiguidade.** Jundiaí: Paco, 2017. p. 19.

relações com o cliente e com todas as demais pessoas com quem possa ter trato”.⁴⁴ Partindo dessa definição, é importante destacarmos que o papel da mídia sempre deverá ter o compromisso com a moral e os fundamentos éticos, responsáveis por tornarem as informações divulgadas respaldadas com a veracidade e o compromisso de informar a sociedade com lisura e seriedade.

Dellagnezze destaca que o comportamento jornalístico se acentua na ausência do revestimento ético e moral, em especial nas notícias tidas como “furos de reportagens”,⁴⁵ e essas sempre iremos notabilizar em várias situações, sejam elas políticas, econômicas ou outras que tragam o destaque necessário ao aumento potencial da audiência, como ocorre nos canais de televisão em nosso país.

Agir com procedimentos éticos, segundo Dellagnezze, evita que a notícia divulgada sem a devida comprovação da verdade seja conferida de forma profissional, o que evitará danos sérios a quem foi, por exemplo, imputada uma falsa acusação.⁴⁶ No mundo político vivido dia a dia em nossa sociedade, é muito comum serem atribuídos fatos a determinados homens públicos, que mais tarde não têm a sua comprovação realizada, causando danos perigosos à imagem daquele cidadão. Por outro lado, é muito comum que os canais de televisão e rádios estejam a serviço da mídia paga, ou seja, aquela mídia comprometida com grupos empresariais de apoio a políticos, quando não são os próprios políticos os detentores desses meios, através das suas famílias, em especial nas pequenas cidades brasileiras.

Os meios de comunicação são importantes ferramentas para a construção dos formadores de opinião em uma comunidade, levando informações com seriedade, responsabilidade e compromisso com a informação séria e responsável. Dentro desses aspectos, é importante destacarmos o papel da mídia e de seus atores — jornalistas, na maioria das vezes, sem a devida formação profissional através de uma graduação na área como formação em jornalismo. Para alguns defensores de que para se exercer o papel de jornalista não haveria a necessidade de um diploma, isso seria uma decisão antidemocrática, visto que na maioria dos países não há essa exigência. Os contrários, que defendem a qualificação universitária, argumentam que somente na universidade se poderá ofertar os ensinamentos para que a moral e a ética sejam balizadores do comportamento desse profissional perante os anseios da

⁴⁴ DELLAGNEZZE, 2007, p. 1.

⁴⁵ DELLAGNEZZE, 2007, p. 1.

⁴⁶ DELLAGNEZZE, 2007, p. 1.

sociedade. Para esses últimos, não se pode representar para a sociedade aquilo que de fato não existe, não há como construir um pensamento moral e revestido da ética se não foi forjada no banco da universidade essa prática. Para eles, é na universidade que se pode desenvolver a construção dessa formação.

Nessa seara de discussão, Dellagnezze destaca que o poder legislativo federal havia se posicionado a favor de que, para o exercício da profissão de jornalista, haveria a obrigatoriedade de se ter curso superior na área, posição derrubada pelo Supremo Tribunal Federal (STF) em 2009.⁴⁷

2.3 Os desafios dos profissionais da mídia no contexto ético

Com o advento das novas tecnologias nas mais diversas áreas profissionais, a cada dia surgem novos desafios, objetivos a serem alcançados e, sobretudo, necessidade de se aprimorar o desenvolvimento das atividades laborais de cada profissional. Os profissionais da mídia devem, dentre os variados desafios que os cercam a cada dia, desenvolver suas atividades dentro dos pressupostos éticos, visando manter uma postura comprometida com os valores morais, que, numa visão profissional, poderá ser a forma mais concreta de poder ter respeito e credibilidade naquilo que divulga, escreve e defende, seja como jornalista a serviço de empresas ou instituições, seja como profissional autônomo que desenvolva suas atividades de forma a construir a sua imagem.

Os profissionais da mídia possuem grande influência no que pode ser construído como certo ou errado dentro de uma sociedade. Para Gonçalves e Wyse, o julgamento do comportamento humano tem nas leis jurídicas a sua esfera através do caráter objetivo ou positivo, uma vez que, ao ser quebrada a conduta da convivência social, existirá a sanção como forma de punição e alerta para o fato ocorrido.⁴⁸ Diferentemente do caráter objetivo, aparece o subjetivo, que avalia e atribui valores aos atos cometidos pelo ser de forma individual, através da sua consciência moral e dos resultados que o seu ato em determinado momento gerou para a sociedade na qual ele se encontra inserido. É justamente essa análise subjetiva dos atos praticados pelo ser humano, que remetem a uma análise de sua moral, que se encontra intrinsecamente norteadas pela ética naquilo que se deve ou não fazer. Para

⁴⁷ DELLAGNEZZE, 2007, p. 1.

⁴⁸ GONÇALVES, Maria Helena Barreto; WYSE, Nely. **Ética e trabalho**. Rio de Janeiro: Senac, 1997. p. 11.

elas, a consciência e as normas morais precisam ser voluntariamente assumidas, o que não ocorre com as normas positivistas ou objetivas, visto que essas devem ser cumpridas mesmo que não concordemos que sejam justas:

Consciência moral é a capacidade interna que o indivíduo tem de reagir ao certo e ao errado, a capacidade de distinguir entre o bem e o mal. As normas morais são muito anteriores ao direito. Elas desempenham uma função social vital e são cumpridas por convicção íntima, por adesão. Diferentemente, as normas jurídicas são uma imposição do estado e, por isso, são cumpridas mesmo quando não estamos convencidos de que sejam justas.⁴⁹

Camargo afirma que moral e ética são sinônimas, podendo uma substituir a outra integralmente. Dessa forma, esses desafios também podem ser notabilizados diante do quadro ético do profissional da mídia.⁵⁰ Camargo assegura ainda que devemos nos preocupar não apenas com as palavras, mas, sobretudo, com a razão de ser, com o conteúdo e os valores que tanto a ética como a moral nos apresentam. Assim, é fundamental que os profissionais da mídia possam desenvolver as suas atividades norteadas pela responsabilidade individual, que deverá ser a condutora de suas ações, sendo, portanto, a ética e a consciência moral os principais veículos para a consecução dos seus objetivos.

Dentre os principais desafios dos profissionais da mídia no contexto ético, podemos enfatizar a necessidade de se destacar os discursos de ódio e intolerância de forma mais responsável, em que a ética deverá permear as relações entre os fatos e as divulgações que são realizadas pelos profissionais de jornalismo.⁵¹ Os programas existentes, por exemplo, nos canais de televisão, que retratam a violência urbana nos grandes centros, precisam de uma roupagem que respeite o ser humano e entenda que, muitas vezes, a realidade social inseriu aquelas pessoas na situação presente. O olhar ético desses profissionais será capaz de visualizar essa necessidade, dando uma roupagem diferente no enfoque midiático daquele momento. O discurso que enfatiza o ódio e a intolerância, muitas vezes difundido nas redes sociais, *blogs* entre outros instrumentos midiáticos, não pode fazer parte do contexto das matérias dos profissionais da mídia. Estes deverão ser capazes de receber e conhecer os fatos e

⁴⁹ GONÇALVES; WYSE, 1997, p. 11.

⁵⁰ CAMARGO, 2011, p. 23.

⁵¹ SEPTIÉN, Jaime. É possível o jornalismo ético na era da pós-verdade? **Aleteia**, São Paulo, 12 mar. 2017. p. 1. Disponível em: <https://pt.aleteia.org/2017/03/12/e-possivel-o-jornalismo-etico-na-era-da-pos-verdade/>. Acesso em: 17 dez. 2018.

relatá-los com um conteúdo independente, sem o vínculo original recebido ou observado.

Outro desafio a ser destacado refere-se à necessidade de se discutir a forma ética do uso de fotografias feitas sobre violência e morte. Tem sido muito comum nos meios midiáticos a apresentação e o impulsionamento de imagens que retratam violência e morte, em especial entre os jovens de todo o mundo. Nos canais de televisão, por serem meios de comunicação abertos, ainda existem algumas vedações por lei, o que impede que essas imagens sejam amplamente divulgadas ou exibidas. Nesse meio televisivo, geralmente a equipe de construção de programação tem suas ideias e os procedimentos baseados em uma conduta ética mais ampla, em que se tem o cuidado em tudo que vai fazer parte dessa programação. Ao contrário, em alguns instrumentos, como o *Facebook* e *blogs*, não existe ainda um acompanhamento para que se proibam certas publicações, o que contribui para que esse desafio seja a cada dia maior e com mais dificuldades de enfrentamento pela sociedade, uma vez que a sua divulgação ocorre de maneira rápida, eficaz e sem nenhum controle por parte das autoridades.

Para Martino e Marques,

Por sua natureza, imagens fotográficas são instrumentos de persuasão. Se no discurso verbal o encadeamento lógico-emocional garante a força do ato retórico, na fotografia o efeito é imediato e não admite réplica: não é possível desconfiar do que é visto.⁵²

Em face dessa sensação que temos ao ver a imagem retratada em uma reportagem e a forma como é apresentada, pode-se naturalmente ser construída a ideia que se almeja com a reportagem. É diante dessa situação que as imagens se constituem verdadeiros desafios para o ideal de um trabalho ético, dado o fato de que, muitas vezes, traduzem uma realidade manipulada por quem dela faz uso.

Além dos desafios aqui citados, há outros que também se sobressaem como barreiras para o desenvolvimento da atividade profissional no campo da mídia, a necessidade de poder trabalhar com a verificação das fontes talvez seja o mais presente na atualidade. Essa verificação a cada dia tem se tornado vital para termos de fato a informação verdadeira, evitando, dessa forma, que se divulgue fatos sem

⁵² MARTINO, Luís Mauro Sá; MARQUES, Ângela Cristina Salgueiro. **Ética, mídia e comunicação: relações sociais em um mundo conectado**. São Paulo: Summus Editorial, 2018. p. 191.

nenhuma veracidade, baseados apenas em postagens de redes sociais, informações sem veracidade comprovada, entre outras formas de se conseguir a informação.

É importante destacar que o Art. 8º do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros destaca que esses profissionais poderão resguardar a origem e a identidade das fontes de sua informação,⁵³ mas ressaltamos que não nos reportamos a essa questão, e sim à necessidade de se verificar a veracidade e não o responsável pela informação, visto que, como ressaltamos, o código deontológico resguarda esse direito ao profissional da mídia.

A partir do “período da pós-verdade”, que, segundo o dicionário Oxford, refere-se “a circunstâncias nas quais os fatos objetivos têm menos influência em moldar a opinião pública do que apelos à emoção e a crenças pessoais”⁵⁴, ou seja, esse momento passou a ser de fato um divisor entre o que se tinha como verdade e o que passou a ser construído como o que de fato se teria como a verdade absoluta. Na prática, a verdade absoluta passou a ser produto da moldagem que fora realizada pelo apelo ao sentimento construído pelo receptor da informação, passando a informação a ser responsável pela construção da opinião pública. Esse momento foi marcado pelas falsas notícias divulgadas pelos meios de comunicação de massa, em especial nas redes sociais como *Facebook*, *Instagram*, entre outros. Além disso, eventos, como a eleição do presidente dos Estados Unidos da América Donald Trump, foram marcos importantes nessa fase, uma vez que foram beneficiados por falsas notícias, visto que muitos eleitores não estavam preocupados com a veracidade dos fatos, mas que concordavam plenamente com o que eles retratavam.

A internet, por sua vez, como meio de comunicação de massa e que possui uma grande capacidade de compartilhamento de informações, sejam elas verídicas ou não, tem sido fundamental na efetivação desse desafio que a informação dentro dos padrões éticos tem enfrentado, visto que as suas notícias, ao serem replicadas ou compartilhadas, podem gerar *feeds*, que são as publicações que aparecem para os usuários do *Facebook* que possuem relação com as conexões e atividades daquele usuário, ou mesmo informações que são alinhadas com as que ele concorda. Com a

⁵³ FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS. **Código de ética dos jornalistas brasileiros**. Brasília, DF, 2007a. p. 1. Disponível em: https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2014/06/04-codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf. Acesso em: 11 jan. 2019.

⁵⁴ SASAKI, Fábio. A era da pós-verdade. **Oficina do Estudante**, Campinas, 2017. p. 1. Disponível em: <http://oficinadoestudante.com.br/eventos.php/4184/A-era-da-pos-verdade.html>. Acesso em: 27 abr. 2019.

criação do *feed*, ocorre o fenômeno da bolha virtual, que se caracteriza como um isolamento da informação apenas para as pessoas que, em razão do seu perfil nas notícias que compartilha, deixam de conhecer a realidade verdadeira, o que impede que o usuário, ao desconhecer os detalhes do assunto, venha a emitir a sua opinião ou realize uma análise mais concreta do fato divulgado, ou até mesmo ter acesso a informações que são divergentes de sua opinião.

Faz-se importante destacarmos que, como as pessoas não se preocupam com a verdade e têm interesse em divulgar a informação, essa acaba sendo polarizada sem, contudo, refletir, muitas vezes, a verdade.

Dentro dos desafios aqui destacados, que avaliamos como os principais enfrentados pelos profissionais da ética atualmente, ressaltamos a necessidade de que o contexto seja sempre permeado dos princípios éticos para a construção da contextualização tão necessária para a informação de qualidade, que, a posteriori, será responsável pela formação da opinião pública dentro de uma sociedade.

A ética nessa situação estabelecerá um verdadeiro juízo de valor sobre o que se pretende publicar e até compartilhar entre as pessoas. A eleição do presidente Trump foi um claro exemplo das falsas postagens, o que repercutiu em todo o mundo.

Para Gonçalves e Wyse, a reflexão sobre a ética possui uma relação intrínseca em relação ao juízo de valor no que tange às normas que regulam a convivência dos homens em sociedade. Para elas, as expressões ético e antiético são comumente utilizadas quando se referem às atitudes e aos comportamentos adotadas pelo indivíduo na relação social com os demais.⁵⁵

2.3.1 O Código de Ética do jornalista como instrumento de regulação profissional

O Código de ética de uma categoria é um instrumento que estabelece os seus direitos e deveres no sentido de criar um comportamento que atenda moralmente os objetivos a serem desenvolvidos durante a sua atuação na sociedade. É através do seu código de ética que o profissional poderá nortear e realizar os procedimentos referentes a sua profissão de forma conceitual, com os valores e preceitos fundamentais para que possa desenvolver o seu trabalho voltado para a verdade

⁵⁵ GONÇALVES; WYSE, 1997, p. 12.

jornalística de fato, sem aceitar interferências de terceiros que venham a modificar a verdade dos fatos por ele apurados.

No caso dos jornalistas do Brasil, o seu código de ética que há 20 anos estava em vigência foi atualizado em 2007 durante um congresso realizado na cidade de Vitória no Estado do Espírito Santo.

Para a Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ), os debates para as modificações que culminaram nessa atualização vinham sendo realizados desde ano de 2004, sendo que, ainda no ano de 2006, foi deliberado que as atualizações deveriam ocorrer no ano posterior, em congresso extraordinário convocado exclusivamente pra esse fim, com uma consulta prévia à sociedade mantida em seu *síte* por um período de três meses, em que recebeu diversas sugestões nesse sistema de consulta pública.⁵⁶

Ao analisarmos o posicionamento da FENAJ quanto à forma de proposição da atualização do seu código de ética, percebemos a preocupação em abrir uma agenda pública para a participação da sociedade nesse processo. Isso traduz para a sociedade que aqueles profissionais que têm como um dos deveres proporcionar uma discussão ampla e, muitas vezes, problematizada dentro da sociedade, com o intuito de formar o cidadão na sua moral individual e ética social, precisar construir a sua política de atuação juntamente com essa sociedade com a qual ele contribui para a formação. A profundidade do ato realizado pela federação é de uma grandeza plausível, dando exemplo a muitas categorias que, embora trabalhem diretamente com a sociedade, propositadamente a excluem das suas discussões como instituição partícipe de muitas construções sociais.

O código tem sua construção baseada na garantia de permitir ao cidadão o direito à informação, abrangendo o direito de informar, ser informado e de ter livre acesso à informação.

Quanto à missão como profissional, sempre deverá zelar para que o seu acesso à informação jamais seja negado; que os proprietários das empresas nas quais eles trabalham não possam usar da situação que ocupam para evitar que a informação seja realizada obedecendo aos padrões éticos; contribuir com a construção dos avanços sociais, sendo parte integrante desse processo, além de

⁵⁶ FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS, 2007b, p. 1.

outros direitos que permeiam a necessidade de poderem desenvolver o trabalho jornalístico com seriedade e compromisso social.

Para Branco, “Tudo aquilo que vai contra a moral é um crime contra a deontologia. O código deontológico é então uma extensão da ética. Os profissionais devem agir, acima de tudo, com dignidade e lisura”.⁵⁷ É dentro desse aspecto que o código de ética do jornalista tem a sua funcionabilidade no sentido de regular as ações dos profissionais do jornalismo. As ações que contrariam o código de ética são recepcionadas à luz das sanções, como um ato que ofende seriamente a conduta que deveria ser adotada pelo profissional.

No seu Capítulo V, o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros faz referência às sanções a serem aplicadas quando da quebra dos padrões éticos que devem permear a profissão em pauta. Conforme o referido capítulo, a comissão de ética dos profissionais é a instância responsável pela aplicação das sanções em decorrência das transgressões cometidas pelos profissionais do jornalismo.⁵⁸

É importante destacar que o código de ética do jornalista tem que, a exemplo de outros instrumentos profissionais diversos, proteger a categoria de profissionais dos que não cumprem suas obrigações, além de proteger a sociedade de suas possíveis ações que estão em desacordo com os objetivos e compromissos que a profissão deve desempenhar para com esta. Entretanto, também é importante destacar que, em muitas vezes, a conduta violadora da ética por um jornalista pode ter o apoio de seus pares ao ser condenada e punida.

Para Karam, “As condenações morais de um código surtem efeito ou a categoria tende a solidarizar-se com o punido? Os códigos servem para que as comissões de ética sindicais resolvam problemas, possibilitem um profundo debate sobre o tema ou arquitetem vinganças pessoais?”.⁵⁹ Essas interrogações do autor são de necessária análise, levando em conta a importância do código e a sua finalidade. Será que esse instrumento pode representar um regulador formal para os profissionais ou apenas para aqueles que se predispõe a caminhar na contramão da ética que o instrumento defende e para o qual foi realizada a sua criação?

⁵⁷ BRANCO, Alberto Manuel Vara. **A ética e a informação**: o jornalista como profissional e o jornalista como pessoa. [S.l.: s.n.: 2000?]. p. 66. Disponível em: <http://www.ipv.pt/forumedia/6/9.pdf>. Acesso em: 11 jan. 2019.

⁵⁸ FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS, 2007a, p. 4.

⁵⁹ KARAM, 2014, p. 55-56.

Dentro de um contexto variado de problemas que a sociedade enfrenta, em razão do poder que a mídia possui, em especial na função de formadora de opinião, é essencial que tenhamos qualidade naquilo que se noticia, que se divulga e, sobretudo, do revestimento ético necessário no qual o conteúdo deverá ser construído.

O código de ética do jornalista apresenta-se, então, como um instrumento de fato regulador da profissão, exigindo que os seus profissionais pautem as condutas e ações dentro daquilo que a sociedade espera, com compromisso com a verdade e com a moral necessária.

Nesse contexto, Sá destaca que:

O valor profissional deve acompanhar-se de um valor ético para que exista uma integral imagem de qualidade. Quando só existe a competência técnica e científica e não existe uma conduta virtuosa, a tendência é de que o conceito, no campo do trabalho, possa abalar-se, notadamente em profissões que lidam com maiores riscos.⁶⁰

É comum, em especial nas pequenas cidades, onde os meios de comunicação servem ao poder político, por exemplo, profissionais que antes utilizavam o exercício de sua profissão para atender aos anseios do “patrão político” e que, em momentos posteriores, passam a usar do seu *status* profissional para denegrir a imagem desse antigo empregador. Esse fato ocorre porque o valor ético destacado por Sá⁶¹ é abandonado no decorrer do exercício profissional, o que causará um impacto negativo na imagem desse profissional perante a sociedade, dada a importância da mídia no contexto social e os riscos que ela pode levar a quem é receptor da informação no que concerne a sua formação em relação a esta, e ainda no que se refere ao próprio emissor da informação.

Na avaliação de Karam, a maior dificuldade que o código de ética encontra está justamente nas contradições que as circunstâncias profissionais remetem o jornalista, visto que, em algumas vezes, a ética entra em conflito com as decisões a serem tomadas para o sucesso deste.⁶² Para o autor, existem ainda muitas dúvidas em relação à forma como o profissional deverá interpretar algumas situações, como a possibilidade de sua consciência individual ser a juíza dos fatos, se a cláusula de

⁶⁰ SÁ, 2015, p. 156.

⁶¹ SÁ, 2015, p. 156.

⁶² KARAM, 2014, p. 56.

consciência resolveria o problema da ética jornalística, entre outros de igual importância e que não se encontram totalmente esclarecidas, o que torna o código de ética ainda um instrumento que, embora regulador, possua algumas divergências, seja pelos próprios jornalistas, seja pelos estudiosos do assunto em pauta.⁶³

Segundo Blanchard e Peale, “Não há maneira certa de fazer uma coisa errada”.⁶⁴ Com essa afirmação, as autoras asseguram que há muita gente que se encontra em estado de tensão porque toma decisões que não condizem com a ética, sendo, dessa forma, moralmente erradas. Com isso, fica claro que a ética não pode ser entendida como uma atitude que poderá oscilar dependendo da situação ou circunstância, ela representa um posicionamento único, centrado em uma disciplina que busca sempre orientar uma única forma de agir e pensar. Não há como entender, por exemplo, que o jornalista diante de situações diversas possua condutas diversas. A sua forma de agir deverá sempre ser orientada por um código que norteará suas ações e seus compromissos com a sociedade para a qual seu trabalho estará sendo realizado. Assim, Blanchard e Peale vêm responder a Karam seus diversos questionamentos, ou seja, não existe um padrão múltiplo para o uso da ética, ela sempre estará e deverá estar presente nos posicionamentos norteados pela moral e com o compromisso com a verdade dos fatos ocorridos.⁶⁵

2.3.2 Os fatores que interferem na ética dos profissionais da mídia

O desenvolvimento de atividades profissionais certamente tem suas dificuldades, barreiras e seus desafios. Em todos os campos de atuação, nas mais diversas atividades, muitos enfrentamentos são realizados e vários fatores têm dificultado a atuação dos profissionais, sejam de ordem econômica, social, política ou mesmo fatos ligados ao desenvolvimento da execução da atividade, seu modo de operacionalizar os procedimentos, fatores externos, que podem trazer dificuldades, entre outros.

Os profissionais que labutam nos meios da comunicação, tendo o dever de levar à população informação, seja ela escrita, seja falada, não são exceções no

⁶³ KARAM, 2014, p. 56.

⁶⁴ BLANCHARD, Kenneth; PEALE, Norman Vicent. **O poder da administração ética**. 5. ed. Rio de Janeiro: Record, 2004. p. 21.

⁶⁵ BLANCHARD, 2004, p. 21.

desafio diário do cumprimento de suas atividades laborais, enfrentando dificuldades diversas, como remuneração insuficiente, trabalho exaustivo, dificuldade na operacionalização das ações a serem desenvolvidas, entre outras. Dentre os desafios a serem enfrentados no campo da comunicação pelo jornalista, destaca-se o de manter uma postura ética na elaboração da informação, levando sempre em consideração que é formador de opinião, possuindo responsabilidade na necessidade de contribuir com a formação cidadã do indivíduo do grupo social, precisando, assim, transmitir ao receptor da sua informação clareza e responsabilidade nos conteúdos jornalísticos de que dispõe para a socialização através dos meios de comunicação.

Para tanto, o profissional midiático deverá adotar parâmetros que balizem suas ações dentro dos princípios da equidade e da imparcialidade, dando o devido reconhecimento social a tais ações. A adoção desses parâmetros contribui, inclusive, para que o conteúdo de suas notícias, a serem vinculadas junto à sociedade, tenham o devido reconhecimento de que se trata de informações de credibilidade, baseadas nos princípios éticos pertinentes e necessários ao bom e verdadeiro profissional da mídia.

Camargo ressalta que a ética não pode ser vista como uma obrigação social sem nexos, alheia, sem fixação ao ser humano, sendo que os seus ensinamentos, propósitos e objetivos são inerentes ao ser humano e desse deverá fazer parte.⁶⁶ Assim, a ética se consubstancia como um elemento natural da formação do homem, suas ações e decisões devem ser levadas a efeito dentro de padrões éticos. Essa afirmação não ocorre em vão, visto que, para Camargo, antes mesmo da criação de códigos, normas ou leis, a ética deverá precedê-los, por ser, de fato, a dosadora da sua elaboração, do seu conteúdo formalístico e de suas finalidades, com o devido caráter moral.⁶⁷

Para Gonçalves e Wyse, a consciência moral é uma característica que se atribui ao sujeito de forma individual, em seu estado de pessoa, sem que se leve em conta o seu relacionamento social, de forma que essa consciência se transforma em ética ou aética quando se fazem imorais os atos referentes ao convívio social, ou seja, quando o indivíduo passa a se relacionar com pessoas na sociedade e suas coletividades sociais.⁶⁸ Assim, percebe-se claramente que o comportamento humano,

⁶⁶ CAMARGO, 2011, p. 21.

⁶⁷ CAMARGO, 2011, p. 21.

⁶⁸ GONÇALVES; WYSE, 1997, p. 14.

nas suas mais variadas relações sociais, pode se apresentar como um dos fatores de grande relevância que interferem na ética do profissional da mídia. Ele, por sua vez, deverá zelar pelo seu comportamento, afinal a sua imagem e o seu padrão ético serão decisivos para a construção da sua imagem junto ao público, o que, necessariamente, implicará a credibilidade junto às pessoas e organizações e nos projetos que venham a desenvolver junto a essas comunidades.

O trabalho das grandes empresas de comunicação possui uma forte influência no contexto social brasileiro, seja na expansão, que oportuniza para os meios de comunicação a chegada da informação a lugares distantes, seja através da criação de espaços para um maior número de profissionais poderem ter a oportunidade de serem inseridos no mercado de trabalho.

Dentro desse contexto, é importante destacar que é justamente nesses meios de comunicação de grande porte que ocorre uma das maiores dificuldades: o profissional desenvolver as suas atividades dentro daquilo que o seu código de ética preceitua.

O Brasil possui um sistema midiático, em sua grande maioria, comprometido com grandes grupos empresariais, políticos, ideologias, entre outras situações que, na maioria das vezes, o impede de utilizar seus atributos éticos durante as atividades laborais. Em algumas vezes, o profissional é obrigado a utilizar o seu trabalho para induzir o seu público com notícias previamente elaboradas, com intuito de convencê-lo a atender o seu apelo midiático, conforme apurou a jornalista TÁCILA RUBOO em seu portal, no qual jornalistas afirmam que são obrigados a “apresentar uma falsa liberdade de expressão, já que muitas vezes a liberdade esbarra nos interesses dos patrocinadores”.⁶⁹

Fato parecido ocorre com muita frequência em algumas cidades interioranas, onde o poder político tem uma atuação forte e poderosa sobre os meios de comunicação. Esses profissionais, geralmente ligados à assessoria de comunicação de prefeituras e até desenvolvendo as suas atividades em meios de comunicação partidária, adotam posturas que desprezam os princípios éticos para agradar o patrão poderoso. Nesse tema, o jornalista Deusdete afirma:

⁶⁹ RUBOO, TÁCILA. Dia do Jornalista: quais as principais dificuldades da profissão? **Portal Comuniquese**, São Paulo, 7 abr. 2017. p. 1. Disponível em: <https://portal.comuniquese.com.br/dia-jornalista-quais-principais-dificuldades-da-profissao/>. Acesso em: 16 jan. 2019.

Como jornalista interiorano, vejo que a maior dificuldade para quem é jornalista no Brasil está nesta aproximação indecorosa da comunicação com o poder. Existe muito 'jornalista' no país vendendo imagem e opinião, sem falar na vinculação de outros tantos com ideologias e partidos políticos.⁷⁰

Para Gonçalves e Wyse, desde a Grécia antiga, pilar das discussões éticas, tais discussões tinham os seus fundamentos alinhados com valor moral, valor este de caráter individual, dado ao fato da necessidade de o homem fazer a sua análise própria daquilo que era posto, embora, logo em seguida, devesse discutir na pólis, espécie de praça pública existente na época, para que em público avaliasse a discussão sobre o valor moral que, após profunda análise social, se transformaria em fundamento ético.⁷¹ É nesse momento que a avaliação particular dada inicialmente ao fato se tornava concretamente revestida da ética, ou seja, recebia o aval social que de fato tinha uma análise comprometida com vários fatores sociais.

Dessa forma, ao representar a vontade do empregador, patrão ou líder político para o qual trabalha, o profissional da mídia, adotando um posicionamento que não condiz com o que ele de fato acredita ou deveria acreditar, abre mão do julgamento e da avaliação da “pólis”, abandonando os princípios éticos dos quais a sua profissão deveria se revestir.

Além disso, é importante ressaltar que, ao agir dessa forma, ele descumpre o seu código deontológico, ficando passível a sanções disciplinares que, sendo comprovadas, poderão lhe tirar o direito de usufruir da profissão. Assim, caracteriza-se o desenvolvimento da atividade profissional sem a devida liberdade que é fundamental para o livre exercício da sua atividade laboral, afinal os próprios gregos já afirmavam que, se um comportamento não estiver livre de constrangimento, de uma necessidade de afirmação, o agir determinado por pessoas ou circunstância, em momento algum poderá ser considerado como um comportamento dentro dos padrões éticos necessários.

É possível entendermos que, em muitas vezes, o profissional da comunicação poderá estar na difícil situação entre aceitar a oportunidade de emprego e se sujeitar à “metodologia” adotada pela empresa, ou continuar a buscar um emprego que esteja dentro dos seus padrões éticos a serem seguidos. Em um país como o Brasil, onde a taxa de desemprego chega a 13,1% da população, segundo o Instituto Brasileiro de

⁷⁰ DEUSDETE, 2017 *apud* RUBOO, 2017, p. 1.

⁷¹ GONÇALVES; WYSE, 1997, p. 19-20.

Geografia e Estatística (IBGE),⁷² predominando praticamente em quase todas as áreas profissionais, fica muito difícil qualquer profissional recusar uma vaga, mesmo sabendo que irá encontrar algumas dificuldades para se adaptar ou, até mesmo, desenvolver as suas habilidades laborais de forma contrária a que a academia lhe preparou para fazer, atendendo a todos os valores éticos, morais e legais vigentes.

Para Blanchard e Peale, existe uma forma de realizar as coisas certas em momentos de grandes dificuldades e os seus ensinamentos podem muito bem ser inseridos em uma situação semelhante. Ainda conforme essas autoras, existem os cinco P's do poder ético, com os quais seria possível desenvolver técnicas e habilidades que certamente ajudariam bastante o desenvolvimento das atividades em um ambiente hostil à formação ética do profissional.⁷³

Propósito, pundonor, paciência, persistência e perspectiva seriam os comportamentos que contribuiriam de maneira significativa para o enfrentamento de uma situação dessa natureza. O propósito atuaria como uma forma de agir continuamente e definitiva. O pundonor é a satisfação que temos com as nossas realizações e com as das pessoas que estão ao nosso redor.⁷⁴

Em relação à paciência, terceiro P, aplica-se à ética como uma forma de sermos persistentes. O homem sem paciência não poderá ter a fé tão importante para acreditar que as coisas darão certo. Já a persistência é a forma de acreditarmos que as coisas darão certo, mesmo diante das possíveis dificuldades encontradas é possível acreditar que no final dará certo. Por último, temos a perspectiva, que é aquilo que acreditamos ocorrer, o que terá à frente diante dos desafios encontrados e dos padrões éticos adotados.⁷⁵

Faz-se importante ressaltar que os P's, como destacaram as autoras, possuem correlação de ações e objetivos entre si, jamais poderíamos optar por um em detrimento do outro. Assim, mesmo diante das dificuldades encontradas e dos desafios frente aos fatores diversos que dificultam a situação laboral, devemos estar preparados para enfrentá-los com grandeza de espírito e determinação.

⁷² ABDALA, Vitor. Taxa de desemprego sobe para 13,1%, diz pesquisa do IBGE. **Agência Brasil**, Brasília, DF, 2018. p. 1. Disponível em: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2018-04/taxa-de-desemprego-sobe-para-131-diz-pesquisa-do-ibge>. Acesso em: 16 jan. 2018.

⁷³ BLANCHARD; PEALE, 2004, p. 44.

⁷⁴ BLANCHARD; PEALE, 2004, p. 47.

⁷⁵ BLANCHARD; PEALE, 2004, p. 47.

A jornalista TÁCILA RUBOO aponta, ainda, o sensacionalismo e as postagens denominadas *fake news* como fatores de grande interferência negativa na ética profissional dos jornalistas. Segundo ela apurou com colegas jornalistas em um evento comemorativo ao dia desses profissionais, esse tipo de comportamento é prejudicial à ética e à credibilidade jornalística, trazendo sérios problemas para os que desenvolvem as atividades de forma séria e ética.⁷⁶

O fenômeno *fake news*, pela sua expansão e pela gravidade com que tem prejudicado o jornalismo ético e comprometido com a informação verdadeira, tem se tornado um assunto em pauta não apenas no meio jornalístico, como também em agendas de autoridade e do governo, que já pretendem desenvolver ações no sentido de tentar barrar esse tipo de informação que vem crescendo assustadoramente no nosso país nos últimos anos.

Para Vismari, a checagem pelo receptor da veracidade da notícia veiculada nos meios de comunicação de massa tem diminuído, o que vem gerando grandes impactos negativos na sociedade brasileira, uma vez que acabam propagando e compartilhando as informações sem, de fato, atentarem-se para as fontes, prejudicando, dessa forma, o trabalho jornalístico, uma vez que os profissionais que possuem compromisso com a notícia de qualidade passam a concorrer com esse tipo de situação midiática denominada *fake news*.⁷⁷

Vismari destaca uma pesquisa realizada pelo Instituto Reuters para o jornalismo, ressaltando que 47% das pessoas no ano de 2013 utilizavam a internet como fonte de informação, sendo que esse índice em 2016 subiu para 72%, mostrando a força da internet como veículo de informação, ao mesmo tempo em que insere no meio jornalístico uma grande preocupação com a necessidade de que as fontes de notícias veiculadas na internet sejam devidamente comprovadas, pois a não adoção desse cuidado poderá acarretar grandes prejuízos morais, financeiros, entre outros à sociedade.⁷⁸

Por último e talvez o fator de maior importância nessa seara, é a desnecessidade do diploma de nível superior para o exercício legal da profissão de

⁷⁶ RUBOO, 2017, p. 1.

⁷⁷ VISMARI, Tayna. Fake News e os impactos que causam na sociedade. **Blog.FAPCOM**, São Paulo, 9 out. 2018. p. 2. Disponível em: <<https://www.fapcom.edu.br/blog/tecnologia/fake-news-e-os-impactos-que-causam-na-sociedade.html>>. Acesso em: 23 jan. 2019.

⁷⁸ VISMARI, 2018, p. 1.

jornalista, uma vez que, para o exercício legal da profissão, necessita-se apenas que o interessado tenha o registro na categoria funcional.

Para o jornalista William Saliba, ouvido pela jornalista TÁCILA RUBOO, a partir da não exigência de uma capacitação específica dos jornalistas, como seria o caso do diploma legal, optou-se por pessoas sem a devida formação acadêmica até então exigida antes da desregulamentação da profissão.⁷⁹ Lauren Krause, que também prestou declaração junto à referida jornalista, destacou que ao seu lado estão trabalhando pseudojornalistas, “distribuindo informação de qualquer jeito”.⁸⁰

Para o também jornalista, do Jornal Bom Dia, do estado do Rio Grande do Sul, e ouvido por Ruboo, Najaska Martins, a ausência de um profissional com diploma em mãos possibilita a atuação de vários profissionais sem nenhuma qualificação, além de impedi-lo, muitas vezes, de fortalecer a categoria em buscas de condições trabalhistas melhores. Essa argumentação de Najaska nos leva a refletir que, sem o acesso à academia para a devida formação intelectual, certamente o pseudojornalista poderá contribuir de forma contundente para os fatores aqui destacados, uma vez que, com o acesso à ética e à formação moral voltadas para o desempenho da profissão, adquiridas no ambiente acadêmico, o papel do jornalista teria mais resultados junto ao público-alvo — o cidadão e a comunidade na qual está inserido.⁸¹

Diante da problemática referente ao diploma de jornalista, em que esteve em curso uma ação judicial chegando à análise do STF, tendo este decidido pela não obrigatoriedade do diploma para o exercício da profissão de jornalista, é importante destacar que, no Brasil, existem, conforme dados do Ministério das Comunicações de 2011, 9.973 licenciados a executar os serviços de radiodifusão nas áreas educativa e comercial e 4.377 rádios comunitárias outorgadas.⁸²

Conforme o Portal e-MEC⁸³, do Ministério da Educação (MEC), atualmente (fevereiro de 2019), existem 361 cursos de graduação em jornalismo no Brasil, sendo 18 ofertados na modalidade de educação a distância. Para esses cursos a distância, o MEC autorizou 26.945 vagas, já na modalidade presencial, são 47.831 vagas autorizadas. Dessa forma, são ofertadas um total de 74.776 vagas para graduação

⁷⁹ RUBOO, 2017, p. 1.

⁸⁰ KRAUSE, 2017 *apud* RUBOO, 2017, p. 1.

⁸¹ MARTINS, 2017 *apud* RUBOO, 2017, p. 2.

⁸² MINISTÉRIO das Comunicações atualiza lista com dados de emissoras. **Governo do Brasil**, [S.l.], 25 out. 2011. p. 1. Disponível em: <http://www.brasil.gov.br/governo/2011/10/ministerio-das-comunicacoes-atualiza-lista-com-dados-de-emissoras>. Acesso em: 23 jan. 2019.

⁸³ <http://emec.mec.gov.br/>

em jornalismo, quantidade razoavelmente boa se compararmos às demandas existentes, o que nos leva a refletir que, teoricamente, não haveria a escassez desse profissional da mídia. O principal problema é que essas faculdades encontram-se localizadas nos grandes centros urbanos, enquanto que a maioria das rádios está localizada em cidades do interior do país, o que dificulta a ida de profissionais até as localidades, ou o deslocamentos de interessados nesse tipo de profissão até os grandes centros urbanos nos quais essas faculdades estão ministrando os cursos. Dessa forma, pessoas, muitas vezes sem o devido conhecimento técnico necessário, iniciam suas atividades em rádios sem, no entanto, terem sido qualificadas para a atividade de tão grande importância no meio social.

Com o advento das qualificações por ensino a distância, atualmente presente em quase todas as localidades, houve uma melhoria no trabalho desenvolvido pelos jornalistas não diplomados. Com a possibilidade de realizar o curso e até qualificações diversas nessa modalidade de ensino, aliada a um custo bem mais acessível, muitos profissionais até então sem nenhuma qualificação que estavam à frente de programas em rádios passaram a se dedicar e lapidar seus conhecimentos tradicionais às práticas mais avançadas dentro do padrão vigente no jornalismo atual, o que gerou melhor qualidade nos resultados dos meios de comunicação, em especial nas cidades do interior do nosso país. Conforme o Portal e-MEC, atualmente 18 instituições estão autorizadas a ministrar cursos EAD de jornalismo.

3 ÉTICA E FORMAÇÃO CIDADÃ

O Brasil é um país que há 30 anos realizou a promulgação de uma nova constituição, denominada de “Constituição Cidadã”, em outubro de 1988.⁸⁴ Advinda de uma ditadura militar iniciada no ano de 1964, o país ainda sentia no momento da sua promulgação uma grande distância da democracia e da liberdade do seu povo, mesmo com esse novo instrumento democrático recém-inaugurado.

Com a promulgação da constituição de 1988, iniciou-se o processo democrático que devolveria ao povo o poder de decidir sobre seus governantes de maneira livre e direta; na prática, estava sendo implantada a democracia e a cidadania em nosso país.

A carta magna brasileira trouxe, no seu capítulo III, artigos 12 ao 16, a institucionalização da cidadania de direito.⁸⁵ Certamente, aquele seria o primeiro passo para a verdadeira implantação do processo; mais tarde, a sociedade organizada optaria pela implantação de outras lutas que certamente viriam a consolidar o processo democrático, dando poderes ao povo de participar, interagir, ser membro atuante do estado através de organizações sociais e ainda através das diversas instituições que viriam a ser criadas no país.

Dentro de todo esse processo, certamente haveria a necessidade de existir a correlação de ações, visando fortalecer o pensar sobre os mais variados aspectos institucionais desse novo modelo de vivência social que se criava a partir da expectativa de existir, no âmbito de uma sociedade praticamente reiniciada com novos horizontes e desafios a serem superados, em especial de uma ditadura, que sufocou a liberdade de pensar, interagir entre os grupos sociais sobre os mais variados temas nacionais e, sobretudo, fazer e ser parte dos pensamentos sociais.

É nesse sentido que entendemos o poder transformador das discussões e dos avanços que deveriam ser alcançados, a partir da inserção dos variados processos a serem desenvolvidos nesse novo momento, em que os meios de comunicação, nos seus segmentos, teriam grande importância na contribuição da formação cidadã através da problematização das discussões dos mais variados assuntos, fortalecendo

⁸⁴ BRASIL. [Constituição (1988)]. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Poder Executivo, Brasília, DF, 5 out. 1988. p. 1. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 20 jan. 2019.

⁸⁵ BRASIL, 1988, p. 6.

a formação individual quando esta ainda encontra-se na fase da construção moral do cidadão, seja no momento de discutir as suas ideias individuais com o seu grupo de vivência, seja inserindo a discussão com a sociedade para que esta analise a possibilidade de ser ou não absorvido para a perfeita interação.

Se considerarmos que a moral é o valor individual que o sujeito possui para em sociedade discutir e chegar à consolidação da ética, entendemos perfeitamente que a ética será de fundamental importância para que esse sujeito possa se socializar e, dessa forma, obter e receber a sua formação, a fim de, em seguida, estar preparado para desfrutar dos relacionamentos sociais e institucionais componentes desse processo tão necessário para a vivência na sociedade e em seus institutos de composição.

Para existir de fato a formação cidadã, é necessário que o indivíduo possa ter o devido acesso à sua liberdade, o que foi concebido pela carta magna quando ofereceu ao povo brasileiro um regime democrático de direito, com plenos poderes e igualdade entre os seus pátrios.

Gonçalves e Wyse destacam que, para podermos exercer de fato a nossa liberdade, é imprescindível que sejamos conscientes de nossas limitações, de até onde podemos ir, mas, sobretudo, não poderemos ser coagidos a pensar contrário às nossas vontades, nem, muito menos, sermos obrigados a pensar por força de imposições, optando sempre pelas soluções democráticas apresentadas. Para as autoras, o acesso ao conhecimento é de fundamental importância para que o indivíduo possa ser instruído e consolidar a sua consciência moral e a sua liberdade, essa deverá ocorrer de forma plural de poder pensar, discutir e defender aquilo que acredita em um processo de interação social necessário à sua formação como cidadão dentro de um processo democrático.⁸⁶

É através do conhecimento que a formação cidadã será concebida, dando, portanto, a oportunidade ao cidadão de poder questionar o seu entorno social, defender as suas crenças e utilizar esses momentos para enriquecer a sua ética, uma vez que levará a sua formação moral para a discussão entre seus pares nos mais diversos momentos. Embora ética e cidadania sejam conceitos diferentes, eles se ligam intrinsecamente pela sua objetividade de convivência social na comunidade. O cidadão, ao assumir a sua condição de ser, passa a ter inúmeras obrigações sociais,

⁸⁶ GONÇALVES; WYSE, 1997, p. 46.

que são continuamente evoluídas como o processo social em si, necessitando, dessa forma, do adorno ético constante para que possa balizar as suas ações nas convivências diárias.

Para Camargo, o princípio fundamental da ética se constitui em fazer o bem e evitar o mal, dessa forma, o autor ressalta que fazer o bem é desenvolver as ações levando em consideração a natureza humana voltada à harmonia de todos, zelando, inclusive, para que as coisas possam ser resolvidas da melhor forma possível, enquanto que o mal é uma desarmonia causada no todo, retirando a possibilidade de que alguém possa ter êxito pela interferência da sua ação ou omissão.⁸⁷ Dessa forma, entendemos que a ética, através do seu princípio basilar de bem e evitar o mal, possui uma importante influência na formação cidadã, uma vez que zelaria para que a harmonia ocorresse entre os seres, em detrimento da desarmonia.

Assim, entendemos ainda que a formação cidadã de um indivíduo transcende as barreiras da escola, tendo várias instituições corresponsáveis por esse momento de grande importância para a vida humana. Ser cidadão não pode nem deve se restringir apenas à qualificação constitucional, mas, sobretudo, como já destacamos, é um processo bem mais amplo e com viés participativo social, que nos remete à inserção de interagir com as discussões necessárias à formação de caráter através do envolvimento em debates e discussões de caráter coletivo.

Nesse ambiente de formação, encontramos, além das escolas, as igrejas, que possuem papel de grande importância na estruturação social e em suas necessárias discussões; as entidades de classes, sob as mais variadas denominações; os movimentos sociais, tão presentes em nosso país; e, logicamente, a comunicação e as suas formas de interagir com as pessoas através dos seus meios disponíveis, como rádio, televisão, revistas, jornais, redes sociais, etc.

3.1 Os meios de comunicação, a intervenção religiosa e a construção da cidadania

A cidadania pode ser formal ou substantiva, sendo a primeira destacada pela sua formalidade, pontuada em lei, nas constituições, caracterizando-se, sobretudo, pela garantia que o indivíduo tem de poder lutar pelos seus direitos. A segunda se

⁸⁷ CAMARGO, 2011, p. 27-28.

refere ao fato de como a cidadania deve ser desenvolvida na prática cotidiana, ou seja, de oportunizar a participação de forma ativa dos movimentos sociais, políticos e econômicos do país, possibilitando a interação entre eles, interagindo e contribuindo em seus mais variados aspectos de construção social em nossa comunidade.

Foi a partir do estudo de T. H. Marshall, datado de 1950 e intitulado de Cidadania e Classe Social, que os direitos civis, políticos e sociais foram amplamente difundidos, em especial depois da Segunda Guerra Mundial, após o ano de 1945, com a criação do Estado de Bem-Estar Social (Welfare State), vindo a estabelecer a ampliação dos princípios coletivos e igualitários. A cidadania substantiva surge então em razão da efetividade da participação popular em busca de seus direitos coletivos, que tem como resultado várias conquistas, sejam elas políticas, sociais, econômicas, entre outras que fortalecem a formação de sua cidadania.

Quanto ao papel da igreja na formação cidadã, o Brasil é um país de multiplicidade religiosa, com inúmeras igrejas e crenças variadas. Para Souza Neto e Schramm, a atuação das representações religiosas exerce um papel de grande importância para que ocorra a participação dos indivíduos no debate social. Na análise desses autores, essas representações, através do trabalho que realizam, constituem de fato verdadeiros instrumentos sociais de formação.⁸⁸

Um exemplo desses instrumentos é a Campanha da Fraternidade, realizada anualmente pela Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB), que tem temas variados e sempre se soma às políticas públicas desenvolvidas pela igreja. Neste ano de 2019, o tema da campanha é FRATERNIDADE E POLÍTICAS PÚBLICAS, nesse sentido, no evento de abertura da campanha, realizado em Brasília-DF, em 06/03/2019, a Procuradora Geral de Justiça, Raquel Dodge, ressaltou que a Constituição Federal de nosso país “pede políticas públicas que ensejem vida digna para todos”.⁸⁹

Pela sua importância junto aos católicos, a Igreja, através da sua campanha anual, desenvolve ações que colaboram de maneira significativa para a construção dessas políticas públicas e, sobretudo, para a construção da cidadania em nosso país.

⁸⁸ SOUZA NETO, João Clemente de; SCHRAMM, Yara. A influência das representações religiosas no processo de aprendizagem do sujeito. **Cad. psicopedag.**, São Paulo, v. 6, n. 10, 2006. p. 3. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/cap/v6n10/v6n10a06.pdf>. Acesso em: 30 jan. 2019.

⁸⁹ CONFERÊNCIA NACIONAL DOS BISPOS DO BRASIL. Raquel Dodge: “Campanha pede políticas públicas que ensejem vida digna para todos”. **CNBB**, Brasília, DF, 6 mar. 2019. p. 1. Disponível em: <http://www.cnbb.org.br/dodge-campanha-pede-politicas-publicas-que-ensejem-vida-digna-para-todos/>. Acesso em: 17 abr. 2019.

Dodge destacou ainda que “As políticas públicas devem resultar na inclusão de todos, com qualidade e trato humanitário, de modo a que ninguém esteja fora de seu âmbito de proteção”⁹⁰, citando novamente a Constituição brasileira nos seus artigos 1º e 3º, que versam sobre os princípios fundamentais.

É importante destacar nesse contexto a relevância dos meios de comunicação para o sucesso da campanha da fraternidade, visto que essas instituições dependem em grande parte da divulgação e do apoio para a realização dos trabalhos, sendo, portanto, uma verdadeira parceira nesse desafio para a construção da cidadania, através dessa intervenção da igreja na busca por políticas públicas e construção da cidadania.

Para o Cardeal Orani João Tempesta, Arcebispo do Rio de Janeiro (RJ), a igreja tem o papel de chamar a sociedade para um posicionamento mais justo nas suas ações, favorecendo o diálogo e as ações que possam ocasionar as transformações sociais necessárias, tendo a igreja o papel de promover ações em prol das políticas públicas que propiciem a cidadania e o acesso das pessoas às garantias sociais necessárias a essa cidadania.⁹¹

Diante dessa constatação, é fácil perceber e destacar que, a cada momento, os movimentos religiosos são responsáveis diretos pela ampliação da discussão voltada, por exemplo, para questões relacionadas aos movimentos sociais diversos — como os movimentos dos sem-teto, sem-terra, direitos dos presidiários, entre outros de grande repercussão nacional —, que, ao construírem o debate dentro daquele grupo social no que se refere à luta e ao enfrentamento pelos seus ideais, constroem a cidadania, uma vez que esta, na sua condição substantiva, tem como objetivo criar a possibilidade de interação do indivíduo com os espaços que ocupa ou deve ocupar, possibilitando uma formação sobre os mais diferentes assuntos, dando a possibilidade àquele de construir socialmente os seus desafios e enfrentá-los diariamente com capacidade e preparação.

Dentro dessa perspectiva, as representações religiosas influenciam de maneira importante na ação social dos indivíduos e dos grupos. As análises de textos de cunho biográfico, autobiográfico, histórias de vida e narrativas estudam formas de

⁹⁰ CONFERÊNCIA NACIONAL DOS BISPOS DO BRASIL, 2019, p. 2.

⁹¹ TEMPESTA, Cardeal Orani João. Campanha da Fraternidade 2019. **CNBB**, Brasília, DF, 02 fev. 2019. p. 1. Disponível em: <http://www.cnbb.org.br/campanha-da-fraternidade-2019-2/>. Acesso em: 25 abr. 2019.

atividades representativas do agir comum, que revelam e também escondem padrões comportamentais movidos por ideologias, concepções, convicções e crenças.

Souza Neto e Schramm afirmam ainda que a religião, atualmente, não ajuda apenas a pensar e orar, mas tem contribuído para ensinar o indivíduo a viver. Eles asseguram que o viver ensinado pela religião está ligado intrinsecamente à moral, que é um dos princípios exigidos pela religião aos seus seguidores.⁹²

Para Menezes Neto, a Igreja Católica, que é uma das mais aguerridas ao movimento dos sem-terra, já esteve em tempos pretéritos alinhada com os grupos dominantes do poder, período em que não havia nenhuma preocupação com a situação na qual os sem-terra se encontravam.⁹³

Conforme Menezes Neto, apenas há poucas décadas a Igreja Católica assumiu esse desafio, seguindo o fenômeno da teologia da libertação, movimento de grande adesão dos movimentos populares, no qual o marxismo era a cartilha e que foi fundamental para a construção do movimento social do campo de maior importância no Brasil, denominado Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST).⁹⁴

Para Rodrigues, a *Central Intelligence Agency* (CIA), órgão de inteligência dos Estados Unidos da América, considerava os movimentos sociais, como o MST, como mais perigosos do que os partidos de esquerda ou guerrilheiros. A Teoria da Libertação e as suas comunidades de base teriam como foco o indivíduo que vive na sociedade como “pobre”, mas essa denominação não se refere ao faminto, pedinte de esmolas na rua, mas sim àquele que compõe classes sociais menos favorecidas, trabalhadores vítimas da exploração do capitalismo instalado em especial nos países mais pobres, deixados de lado no processo produtivo, os trabalhadores do campo.⁹⁵

Nesse contexto, o MST foi de fato um precursor em nosso país, que o capitalismo tem sufocado e esmagado socialmente na visão da igreja, por isso a sua atuação tão intensa e com grande expansão nas igrejas pentecostais, que são igrejas que têm como origem do nome a palavra Pentecostes, referência a festa cristã que

⁹² SOUZA NETO; SCHRAMM, 2006, p. 4.

⁹³ MENEZES NETO, Antonio Julio. A Igreja Católica e os movimentos sociais do campo: a teologia da libertação e o movimento dos trabalhadores rurais sem terra. **Cad. CRH**, Salvador, v. 20, n. 50, p. 331-341, Maio/Ago. 2007. p. 333. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ccrh/v20n50/v20n50a10.pdf>. Acesso em: 30 jan. 2019.

⁹⁴ MENEZES NETO, 2007, p. 334.

⁹⁵ RODRIGUES, Marcelo Netto. Os filhos da Teologia da Libertação. **Brasil de Fato**, [S.l.], 6 out. 2010. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/node/4379/>. Acesso em: 25 abr. 2019. p. 3.

ocorre 50 dias após a páscoa. Essa crença tem o dia de Pentecostes como a descida do Espírito Santo sobre os apóstolos, surgindo “línguas de fogo” sobre a cabeça deles, crendo assim que os seus membros recebem o Espírito Santo e passam a falar em línguas.⁹⁶

Esse tipo de movimento social de grande relevância na luta por terra em nosso país tem contribuído com a formação cidadã, resultado da interferência do poder religioso, que, através de teorias de estudiosos e cientistas, defensores da necessidade de participação popular nas decisões de cunho social, fomentou naqueles integrantes que a moral social até então precisava ser mudada no projeto atual, em que a classe oprimida, no caso pessoas em busca de terra para plantar e produzir, era, literalmente, abandonada socialmente em favor de proprietários de vastas terras, que se apresentavam sem nenhuma utilização social ou cunho produtivo.

Esse movimento se encontra consolidado e resistente, com presença em todas as partes e regiões do nosso país. A sua metodologia e o modo de operar as ocupações são cuidadosamente estudados e planejados, com líderes preparados com discursos sociais afinados. Essa formação, recebida em especial da Igreja Católica até poucos anos atrás, faz parte da metodologia de formação cidadã, que ocorre em palestras, encontros e treinamentos fomentados pelos membros e movimentos sociais que têm à frente a referida igreja, embora já se tenha conhecimento, conforme veremos a seguir, de que as igrejas pentecostais já iniciaram as ações dentro desse espaço social.

No período de 7 a 9 de julho de 2015, na cidade de Santa Cruz de La Sierra, na Bolívia, durante o 2º Encontro Mundial dos Movimentos Populares, Papa Francisco, o então líder máximo da Igreja Católica, declarou: “Jamais percam a sua fé revolucionária”.⁹⁷ Com essa frase, o líder religioso faz o chamamento aos movimentos sociais para que a resistência continue firme nos seus objetivos. Criticou fortemente o capitalismo e defendeu mudanças necessárias e urgentes na sociedade atual. Segundo ele, há muitas famílias sem auxílios, passando necessidades e isso não

⁹⁶ O QUE é Igreja Pentecostal. **Significados**, [S./], 14 jun. 2019. Disponível em: <https://www.significados.com.br/igreja-pentecostal/>. Acesso em: 31 jul. 2019.

⁹⁷ MEDEIROS, Catiana de. “Jamais percam sua fé revolucionária”, diz Papa Francisco aos movimentos populares. **MST**, [S./], 12 jul. 2015. p. 1. Disponível em: <http://www.mst.org.br/2015/07/12/jamais-percam-sua-fe-revolucionaria-diz-papa-francisco-aos-movimentos-populares.html>. Acesso em: 18 jan. 2019.

poderá continuar ocorrendo. O discurso do líder católico é um chamamento à resistência dos movimentos sociais em todo o mundo para o devido enfrentamento, no sentido de mostrar a força e união dos referidos movimentos que, de uma forma ou de outra, têm se mostrado resistente com o apoio da Igreja Católica e, nos últimos anos, recebeu grande reforço das Igrejas Evangélicas.⁹⁸

A participação do Papa Francisco e as suas declarações durante esse encontro deixam claro que a Igreja Católica continua sendo um veículo de formação cidadã, voltado para a busca dos direitos sociais e o enfrentamento do modelo posto pelos atuais governos em cada parte do mundo, em que, na sua análise, tem a necessidade da intervenção da sua igreja e dos seus inúmeros movimentos sociais.

Cardoso destaca que, além da Igreja Católica, predominantemente a religião que há mais de 40 anos desenvolve atividades junto ao MST, os evangélicos também passaram a integrar as frentes de resistência desse movimento social, dividindo-se entre a militância social e as atividades religiosas e de pregação.⁹⁹

Esse movimento social, que teve início com as formações sociais através da Pastoral da Terra, entidade pertencente à Igreja Católica, agora passa a ter lideranças oriundas dos evangélicos, em especial os pentecostais. Cardoso mostra que muitos dos evangélicos passam por formação política e de militância para, em pouco tempo, estarem com o *status* de líderes frente aos grupos de ocupação, em especial no interior do nordeste brasileiro.¹⁰⁰

As lições recebidas da bíblia estão sendo trazidas para a realidade social, concretizando os aspectos de que atualmente existe uma formação voltada à cidadania com forte influência socialista dentro da Igreja Evangélica. Cardoso (2014) aponta, ainda, levantamento do IBGE que afirma o crescimento nove vezes maior de evangélicos na zona rural do que há dez anos. Com isso, seriam 4,4 milhões de evangélicos vivendo na zona rural, o que fortaleceu o movimento e integrou boa parte desses fiéis nas questões sociais por terra, em especial ao movimento dos sem-terra.¹⁰¹ Para o professor Agnaldo Portugal, do departamento de filosofia da Universidade de Brasília (UnB), a fé dos evangélicos e a ideia de que a luta é um

⁹⁸ MEDEIROS, 2015, p. 2.

⁹⁹ CARDOSO, Rodrigo. Os evangélicos ocupam o MST. **ISTOÉ**, São Paulo, 19 set. 2014. p. 1. Disponível em: https://istoe.com.br/383339_OS+EVANGELICOS+OCUPAM+O+MST/. Acesso em: 18 jan. 2019.

¹⁰⁰ CARDOSO, 2014, p. 1.

¹⁰¹ CARDOSO, 2014, p. 2.

chamado de Deus fortalecem o movimento e o torna perseverante junto aos fiéis da igreja.¹⁰²

A formação cidadã com intervenção da igreja se faz presente, ainda, nos meios de comunicação, sejam eles rádios, televisão, redes sociais, jornais, revistas, entre outros. Dentre esses veículos de comunicação, destaca-se, com grande ênfase, a Comunidade Canção Nova, que teve como fundador o Monsenhor Jonas Abib, sendo esta uma comunidade carismática católica. A comunidade tem compromisso com uma formação cidadã mais voltada para o respeito à família, que é responsável por manter a qualidade do comportamento desde o nascimento do indivíduo.¹⁰³

Para o padre Anderson Marçal, membro da Canção Nova desde o ano 2000, é dever dos pais, dos educadores e da Igreja preparar os jovens para a geração vindoura, dando o treinamento necessário para alcançá-la com o devido e necessário êxito.¹⁰⁴

Outro exemplo da formação cidadã através dos meios de comunicação é a preocupação de igrejas em preparar pessoas para utilizarem esses meios como ferramenta para atingir os objetivos. Para tanto, a Igreja Católica possui várias escolas de formação de agentes de pastoral, que ficam aptos a utilizarem os meios de comunicação para o desenvolvimento dos trabalhos, como é o caso da cidade de Marília, no interior de São Paulo, que possui a Escola de Comunicação Paulo Apóstolo, pertencente à diocese daquela cidade.

Nos cursos ofertados, os alunos têm disciplinas variadas como: Pastoral e Comunicação, Produção de texto, Igreja e redes sociais, Fotografia, Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil e Marketing Católico e Produção de Conteúdo. Com isso, fica claro que a intervenção da igreja no processo de formação cidadã se fortalece a cada dia em todos os lugares desse país, através não apenas dos movimentos sociais, mas pela força que as igrejas possuem nas transformações sociais através da fé.¹⁰⁵

¹⁰² PORTUGAL, 2014 *apud* CARDOSO, 2014, p. 4.

¹⁰³ CANÇÃO NOVA. Quem somos. **Canção Nova**, São Paulo, c2019. p. 1. Disponível em: <https://comunidade.cancaonova.com/quem-somos/>. Acesso em: 18 jan. 2018.

¹⁰⁴ MARÇAL, Anderson. Formar bons cristãos e honestos cidadãos. **Canção Nova**, São Paulo, c2019. p. 2. Disponível em: <https://formacao.cancaonova.com/igreja/catequese/formar-bons-cristaos-e-honestos-cidadaos/>. Acesso em: 18 jan. 2019.

¹⁰⁵ CONFERÊNCIA NACIONAL DOS BISPOS DO BRASIL. Diocese de Marília inicia Escola de Comunicação. **CNBB**, Brasília, DF, 21 fev. 2017. p. 1. Disponível em: <http://www.cnbb.org.br/diocese-de-marilia-inicia-escola-de-comunicacao/>. Acesso em: 28 abr. 2019.

Além dos movimentos sociais, a formação cidadã se faz pelo envolvimento político dos cidadãos de um país, expressando suas ideias, combatendo o falso discurso, construindo alternativas para aquilo que ele entenda estar em desacordo com o que de fato deveria ocorrer em cada comunidade.

É através dessa análise que as igrejas passaram a exercer uma forte influência política nos dias atuais, em que muitos dos seus membros, além de militarem em opiniões e partidos políticos, têm oferecido os seus nomes para que sejam apreciados pelos eleitores. Participar do processo político nada mais é do que contribuir para a democracia e defesa de projetos que possam trazer desenvolvimento social, político e econômico, além de outras funções, sejam elas legislativas ou executivas.

A Cartilha Cidadã, elaborada pela Aliança Cristã Evangélica Brasileira, plataforma que relaciona igrejas e instituições evangélicas, destaca que, segundo o pastor Martin Luther King Jr.,

A igreja deve ser lembrada de que não é a mestra ou serva do estado, mas sim a sua consciência... Ela deve ser a guia e a crítica do estado, nunca sua ferramenta. Se a igreja não recuperar o seu fervor profético, ela se tornará um clube social irrelevante, sem autoridade moral ou espiritual.¹⁰⁶

Com essa afirmação, Luther King deixa claro que o papel da Igreja é muito além de evangelizar o cidadão, que deverá ser um responsável e transformador de realidades, fazendo parte do Estado, dentro do poder político que tem e representa, fugindo da mesmice e do comodismo por não se estar sendo incomodada com a realidade posta.

Na Cartilha Cidadã, Souza Jr., Santos e Amazonas destacam ainda que, em anos de eleições, há a necessidade da participação efetiva da comunidade evangélica, como forma de evidenciar a fé, repudiando, dessa forma, aqueles que utilizam cargos para certas manipulações.¹⁰⁷ Assim, ficou evidente, por exemplo, a interferência da religião que a eleição para presidente da república do Brasil teve no último pleito, em que se percebeu claramente o apoio evangélico ao atual presidente

¹⁰⁶ LUTHER KING JR., 1963 *apud* SOUZA JR., Daniel de Almeida e; SANTOS, Lyndon de Araújo; AMAZONAS, Maurício. **Os evangélicos e a transformação social**: cultura cidadã e democracia participativa. Campinas: Aliança Evangélica, 2014. p. 3. Disponível em: <https://www.aliancaevangelica.org.br/recursos/cartilhas-e-guias-de-estudo/155-cartilha-cidada>. Acesso em: 18 jan. 2019.

¹⁰⁷ SOUZA JR.; SANTOS; AMAZONAS, 2014, p. 5.

eleito, tendo como principal justificativa a manutenção do poder familiar, da preservação dos conceitos cristãos e contra, segundo eles, o ataque aberto aos princípios da família e dos cristãos.

Em artigo escrito por Ricardo Mariano, Professor do Departamento de Sociologia da Universidade de São Paulo (USP), que estuda o ativismo político-partidário e eleitoral evangélico, no *Folha de S.Paulo*, destacou-se que o apoio dos evangélicos à chapa que tinha à frente o Presidente eleito Jair Bolsonaro tinha como principal motivo rejeitar a possibilidade de que a esquerda adotasse um modelo político que implantassem o Comunismo, a exemplo da antiga União Soviética, ou da Venezuela, país vizinho ao Brasil, mas também evitar a destruição da família, possibilitar aos pais a educação dos seus filhos e reorientar a sexualidade das crianças.¹⁰⁸

Dessa forma, o discurso foi vencedor, mostrando a todos que as igrejas possuem uma força imensa na formação cultural do cidadão e, por conseguinte, mobilizando e criando uma formação social predominante dentro dos padrões que ela elegeu como os mais corretos para aquele momento, ou seja, inquestionavelmente é necessário admitir que a Igreja tem sido intervencionista na formação cidadã.

É mister destacar que, para Boff, ao analisarmos a história, é possível identificar que, desde os primórdios, a razão e as igrejas são as duas fontes principais de orientação ética e moral para as sociedades.¹⁰⁹ Assim, mais uma vez, percebemos através de Boff a importância da religião para a construção da formação cidadã na sociedade. Ele ainda ressalta que não é somente a ideologia política ou o interesse econômico que são importantes para as pessoas, mas, sim, as convicções religiosas, a família e o credo.

Dessa forma, as igrejas têm um destaque importante, pois, como base também de formação familiar, certamente têm condições de desenvolver um papel fundamental na formação cidadã do indivíduo.

Diante disso, percebe-se uma forte intervenção religiosa frente aos movimentos sociais que se constroem dia a dia. Na realidade, com os diversos movimentos sociais existentes no Brasil, a exemplo do MST, criou-se a oportunidade

¹⁰⁸ MARIANO, Ricardo. Por que os evangélicos conservadores votam em Jair Bolsonaro? **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 16 out. 2018. p. 1. Disponível em: <https://facesdaviolencia.blogfolha.uol.com.br/2018/10/16/por-que-os-evangelicos-conservadores-votam-em-jair-bolsonaro/>. Acesso em: 18 jan. 2019.

¹⁰⁹ BOFF, Leonardo. **Ética e Moral**: a busca dos fundamentos. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2003. p. 28.

de se formar um cidadão mais consciente, questionador, incomodado com as realidades sociais e as suas problematizações cotidianas existentes.

Esses movimentos, em razão da carência de contribuição para as suas existências, mobilizações e continuidade, criaram a oportunidade do envolvimento de igrejas desde a sua concepção, fomentando em regiões até então distantes e sem acesso, muitas vezes, a escolas de qualidade a formação que, nesse momento, percebemos tão presente em cada caminhar no qual esses movimentos sociais se fazem presentes com as suas lideranças.

A intervenção religiosa na formação cidadã se torna clara se observarmos o relatório do projeto denominado MOM BRASIL (Media Ownership Monitor), que é uma parceria do Intervozes e da ONG Repórteres sem Fronteiras; nele, os dados apresentados destacam grande relação de lideranças religiosas com os proprietários das mídias no Brasil.¹¹⁰

Para Olaf Steenfadt, coordenador global do projeto MOM, essa relação entre os veículos de comunicação e as igrejas é uma característica marcante e típica do Brasil, pois, segundo ele, dos dez países que a organização havia investigado, nenhum possui uma relação tão intensa. Ele destacou ainda que “O que vemos de particular neste cenário brasileiro é a triangulação entre igrejas, política e negócios, em que a Igreja também tem influência em outras áreas como a educação, por exemplo”.¹¹¹

Assim, concluímos que a igreja de fato exerce muita influência em vários setores no Brasil, o que contribui para o seu papel atuante na formação cidadã que aqui ressaltamos. Quando a Igreja utiliza os meios de comunicação, o que é fundamental para essa formação cidadã, passa a ter um poder bem maior sobre os demais entes responsáveis por essa mesma formação.

3.2 O comportamento da mídia frente aos valores éticos e morais

A programação construída para transmissão em mídia, seja através de rádio, TV, internet, redes sociais, entre outros meios, tem sido frequentemente discutida nas

¹¹⁰ OLIVEIRA, Marina. RSF e Intervozes lançam relatório “Quem Controla a Mídia no Brasil”. **Portal IMPRENSA**, São Paulo, 1 nov. 2017. p. 3. Disponível em: <http://portalimprensa.com.br/noticias/brasil/79822/rsf+e+intervozes+lancam+relatorio+quem+controla+a+mídia+no+brasil>. Acesso em: 19 jan. 2019.

¹¹¹ STEENFADT, 2017 *apud* OLIVEIRA, 2017, p. 3.

mais variadas esferas sociais. Para alguns, existe uma grande preocupação com a exibição de programação de acesso às crianças em horário que acreditam ser inconveniente; para outros, programas exibidos que agridem os valores éticos e morais da família. A necessidade de se instalar e defender os interesses da grande mídia e de seus patrocinadores tem, de fato, desprezado os padrões éticos e morais, que deveriam estar vigentes e protegendo os cidadãos. Esse comportamento tem destruído, muitas vezes, os padrões até então tidos como referência para as famílias na educação dos filhos e na condução de seus ideais sociais de laços familiares.

Para Boff, a falta de um comportamento ético gera grandes tensões nos relacionamentos sociais, com isso, essas relações passam a existir sempre de uma forma a ter os interesses pessoais como o foco maior de suas ações, renegando, dessa forma, a opção pelo direito e pela justiça.¹¹² Esses últimos são, certamente, conceitos que devem permear toda e qualquer relação entre as pessoas e, de forma essencial, entre uma instituição e o cidadão cômico do seu direito de agir e de pensar.

A ausência do caráter ético na construção, por exemplo, de uma programação de mídia ou do conteúdo existente em uma informação necessária à sociedade pode trazer um prejuízo de imensidão muitas vezes incalculável. Fato desse tipo é relatado por Plaisance se referindo ao caso de Eason Jordan, da rede de televisão CNN (*Cable News Network*), e Sadam Hussein, ditador totalitário do Iraque, que, na década de 1990, a referida televisão procurou ser a “rede oficial” de transmissão internacional de alguns países.¹¹³ Na época, o editor-chefe de jornalismo Jordan teria feito diversas viagens ao Iraque para pactuar com o ditador daquele país a realização de cobertura jornalística de formato oficial, sem que necessariamente realizasse reportagens sobre o que de fato ocorria em relação ao regime opressor, perseguidor e sanguinário do ditador.

Plaisance destaca que Jordan omitiu aos seus telespectadores a verdade real dos fatos, cometendo, na análise de inúmeros críticos da mídia, um grave erro e se comportando totalmente distante dos padrões éticos necessários para a construção da notícia para o seu público, mascarando a realidade vivida naquele país.¹¹⁴

Para Plaisance, a ética pode ser entendida como algo que procura encontrar a solução melhor para as várias opções as quais, no caso, o jornalista teria que adotar,

¹¹² BOFF, 2003, p. 27.

¹¹³ PLAISANCE, 2011, p. 48-49.

¹¹⁴ PLAISANCE, 2011, p. 50.

mas enfatiza que esses procedimentos éticos passarão por juízo de valor, que ocorre seja em assuntos que possuem maior relevância, seja nos que possuem menor.¹¹⁵

Embora possamos avaliar que, mesmo ocultando fatos que ocorriam naquele país, algumas reportagens eram feitas retratando outros assuntos que não fossem a perseguição e a violência contra os opositores, uma vez que os que faziam reportagens sobre o tema proibido eram perseguidos, expulsos ou mortos pelo regime ditatorial. Muitos críticos repudiaram a ação da CNN, acusando-a de comportamento com extrema falha moral, o que não se podia permitir, uma vez que a verdadeira face da realidade não estaria sendo mostrada para o mundo, que tinha informações de outras fontes sobre as ocorrências graves em andamento naquele país.

Para Plaisance, estaria em jogo a credibilidade jornalística, uma vez que a comunicação possui cinco princípios indissociáveis, quais sejam: senso de responsabilidade com os consumidores e com os interesses da comunidade e sociedade; o segundo baseado na decência, honestidade e verdade; o terceiro na rejeição da informação falsa e em relação à fraude; o senso de concorrência justa e, por último, a proteção e a promoção da reputação do setor de publicidade.¹¹⁶

Fica claro, assim, que a ética dentro do sistema de comunicação possui a sua definição baseada justamente nesses princípios destacados pelo autor, que, infelizmente, não foram considerados pela CNN, que agiu sem atender os princípios éticos necessários ao bom comportamento de um meio de comunicação que tem compromisso com o seu público, com a formação moral e ética do cidadão que ela, através das suas transmissões, conseguiu atingir.

Um fator de grande importância para o equilíbrio entre a informação e a sua contextualização nos padrões éticos e morais na mídia reside na necessidade de transparência na informação prestada à sociedade. A transparência tem sido a todo o momento exigida continuamente por aqueles que são os receptores das informações, o público-alvo da notícia.

Dentre as informações perseguidas por esse público estão perguntas como: A quem pertence a emissora? Quais os seus reais objetivos? Quem a financia? Quem ela pretende proteger? Foi com o objetivo de ocupar essa lacuna no Brasil que, em 29 de junho de 2017, na cidade de São Paulo, foi lançado um projeto com parceria

¹¹⁵ PLAISANCE, 2011, p. 50.

¹¹⁶ PLAISANCE, 2011, p. 52.

entre a ONG Repórteres sem Fronteiras e o Intervozes, que é um coletivo de comunicação social do Brasil.¹¹⁷

O projeto MOM BRASIL tem como principal objetivo mapear os grupos controladores de mídia e os seus interesses econômicos, políticos, além do uso de verba governamental para a sua manutenção. Esse projeto já possui atividades em outros países do mundo, com os mesmos objetivos e metas. Para o coletivo Intervozes, o pluralismo e a diversidade de opiniões são fundamentais para o exercício da mídia livre e ética, condição essencial para garantir os pressupostos da democracia.¹¹⁸

Além de atender a expectativa da sociedade quanto às dúvidas da verdadeira missão dos meios de comunicação e a quem interessa sua atuação, o projeto prevê ainda o conhecimento das regras às quais essas empresas estão condicionadas, a legislação que versa sobre a atuação, a concentração de mercado e a forma como se regulamenta a utilização das verbas públicas junto aos meios de comunicação.

A metodologia utilizada se refere à análise de dados com indicadores pré-determinados, desenvolvidos pelo Instituto Universitário Europeu de Florença, na Itália, bem como dados fornecidos pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco), sendo importante destacar que esses dados, por serem universais, podem ser comparados com os de outros países onde o projeto é desenvolvido. Esse projeto tem financiamento realizado pelo governo da Alemanha, mas, ao ser instalado em um país, precisa de parceria com instituições não governamentais, como ocorreu no Brasil através do coletivo de comunicação Intervozes.

Após a análise dos dados colhidos no projeto, o Intervozes e a ONG Repórteres sem Fronteiras divulgaram em 31 de outubro de 2017 o resultado do primeiro levantamento realizado.¹¹⁹ Segundo os responsáveis pelo projeto, para a realização da pesquisa, o país foi dividido em quatro grupos distintos de comunicação, quais sejam: televisão, rádio, impresso e *on-line*; sendo 11 redes de TV (aberta e por assinatura), 12 redes de rádio, 17 veículos de mídia impressa (jornais de circulação diária e revistas de circulação semanal) e 10 veículos *on-line* (portais de notícias), dos

¹¹⁷ INTERVOZES. Projeto voltado à transparência da mídia é lançado no Brasil. **Intervozes**, São Paulo, 20 jun. 2017. p. 1. Disponível em: <http://intervozes.org.br/projeto-voltado-a-transparencia-da-midia-e-lancado-no-brasil/>. Acesso em: 19 jan. 2019.

¹¹⁸ INTERVOZES, 2017, p. 1.

¹¹⁹ OLIVEIRA, 2017, p. 1.

quais 26 são controlados por grupos econômicos, nove são do Grupo Globo, cinco do Grupo Bandeirantes, cinco administrados pelo bispo Edir Macedo, quatro da RBS (afiliada à Rede Globo do Estado do Rio Grande do Sul), e três do Grupo Folha de São Paulo. Em relação aos grupos Estado, Abril e Editorial Sempre Editora/SADA, estes controlam, cada um, dois dos veículos de maior audiência.¹²⁰

A metodologia da pesquisa possibilitou identificar que 73% dos grupos têm sede na Região Metropolitana de São Paulo, sendo que 80% se localizam nas regiões Sul e Sudeste do Brasil. Em relação às redes de televisão, a conclusão foi de que as quatro maiores possuem a seguinte audiência: a emissora Globo possui 36,9% da audiência, o SBT segue com 14,9%, a Record registra 14,7% e a Rede Bandeirantes com 4,1% do total.¹²¹

Outro dado de grande importância verificado pelo projeto é a presença de deputados federais e senadores no controle, mesmo que indireto, dos meios de comunicação. A pesquisa apontou que 32 deputados federais e oito senadores controlam meios de comunicação.

Além disso, foi verificada a participação considerável de igrejas com domínio de meios de comunicação. Os responsáveis pelo projeto ressaltaram que, dos dez países avaliados e pesquisados, o Brasil é o que apresenta maior influência da Igreja nos meios de comunicação em todas as esferas.

A figura a seguir mostra os indicadores de riscos que podem contribuir para prejuízos à transparência das ações dos meios de comunicação. Ressalte-se que, dos dez indicadores apresentados, oito representam risco médio e alto para a transparência da imprensa no Brasil.

¹²⁰ OLIVEIRA, 2017, p. 1.

¹²¹ OLIVEIRA, 2017, p. 1.

Figura 1 — Indicadores de riscos à pluralidade na mídia no Brasil



Fonte: MOM BRASIL.¹²²

Para os responsáveis pelo projeto MOM BRASIL, essa situação é preocupante, uma vez que o país ficou com os dados mais negativos referentes à transparência entre os 11 países pesquisados. Isso nos leva a entender e acreditar que o papel da mídia tem sido de fato imensamente prejudicado no que se refere aos seus valores éticos e morais, uma vez que, pelos dados apresentados, não há, pelo menos em uma análise bibliográfica, um comprometimento com os anseios sociais da sociedade, mas, sim, o vínculo de servir aos grandes grupos econômicos, aos interesses políticos e particulares.

É nesse sentido que destacamos a importância da existência das rádios comunitárias e educativas, uma vez que elas possuem, na sua seara organizacional, a participação dos membros da comunidade e não aceitam o gerenciamento de suas ações e atividades através de poder econômico ou político. Certamente, o comprometimento das grandes mídias com o poder dominante é de grande preocupação para a sociedade, visto que esses meios de comunicação de massa passam a deter em suas mãos grande influência popular nos mais diversos assuntos que são de interesse da sociedade e dos seus membros.

¹²² MOM BRASIL, 2017 *apud* OLIVEIRA, 2017, p. 3.

3.3 Os meios de comunicação e os desafios na construção da cidadania

A construção da cidadania tem sido um desafio para as escolas, igrejas, instituições com vínculos aos processos educacionais, entre outros meios que, por saberem a importância desse processo para um povo, despendem esforços para que possam alcançar os objetivos almejados.

Em uma nação ainda com grandes dificuldades na alfabetização, em manter os alunos na escola e ainda imersa em uma grave crise econômica, com 13,1% da população desempregada,¹²³ questionamo-nos qual tem sido o papel dos meios de comunicação, importante instrumento de formação social, na contribuição da formação dos nossos jovens. Quais são os desafios a serem enfrentados, quais as missões e o verdadeiro comprometimento com esses desafios.

No campo da comunicação, ainda existe, por parte dos receptores das informações, uma grande desconfiança sobre o que se divulga, as veracidades contidas nos conteúdos informativos e quais os verdadeiros compromissos desses veículos de informação. Na pauta dessa formação, não poderemos abrir mão do compromisso ético, caminho indispensável pelo qual devem caminhar os que possuem compromisso de enfrentar os desafios propostos para a mídia, como fonte de formação cidadã e responsável por criar um ambiente de discussão de valor, voltado ao compromisso social da sociedade.

É sabido que a mídia, por ter na sua direção executivos ligados a grupos políticos, ou até ser de propriedade de políticos, trabalha na contramão dos interesses da sociedade, maculando informações, evitando fazer coberturas ou ampliar reportagens que venham a esclarecer falcatruas, desvios de verbas públicas, entre outros de conduta moral e ética, que infelizmente continuam permeando o ambiente dos meios de comunicação em nosso país.

Para Humberg, a sociedade ainda tem pouca preocupação com a ética em suas discussões; muitas vezes, faz-se de conta que as irregularidades não existem.¹²⁴ Atrelado a isso, o sistema político privilegia a corrupção e os interesses corporativos. Dentro desse aspecto destacado por Humberg, a mídia possui um papel fundamental na conscientização da sociedade, sendo, assim, um formador de opinião, criando a discussão e a orientação necessária para que possa ser construída uma formação

¹²³ ABDALA, 2018, p. 1.

¹²⁴ HUMBERG, 2002, p. 109.

cidadã concreta, com o compromisso de vencer os desafios que ainda enfrentamos nessa construção.

É certo que o cidadão bem informado possui argumentos para participar da discussão e levantar questionamentos vários, como ocorre com as lideranças do MST, que incomodam e fortalecem os acampamentos através da formação de lideranças em estratégias políticas e de enfrentamento dos discursos que insistem em manter as ideias dos mais poderosos em desfavor dos mais humildes.

Para Martino e Marques, em relação à comunicação e ao direito à cidadania, é importante destacar que o objetivo é lutar para manter nossas ascensões individuais, direitos como uma conquista e a sua preservação, todavia a sociedade terá sempre o desafio de apontar quais caminhos devemos seguir para a construção da identidade individual e coletiva, evitando a crítica que não oportuniza a construção, ao mesmo tempo em que se ressalta a necessidade do papel da comunicação de moldar os argumentos subjetivos de um único indivíduo, para que possa ter a compreensão de todos, através da fomentação da discussão em sociedade, criando os espaços para que esse tipo de discussão ocorra.¹²⁵

Em relação à construção da cidadania, a televisão possui um papel de grande importância nessa construção, pois é ela que tem levado grande parte das informações para a população em vários recantos do país. Mesmo com o advento da internet, a televisão ainda continua sendo um meio de comunicação de grande abrangência nas casas dos brasileiros.

Para Franco, uma das principais características de uma democracia instalada é o respeito aos direitos de cada cidadão e o cumprimento dos deveres. Para ele, os responsáveis pelas programações nos meios de comunicação têm arbitrado o que querem mostrar, discutir e falar nessas programações, num total desrespeito aos princípios constitucionais de cada cidadão que utiliza esse meio de comunicação.¹²⁶ O mais grave é que, segundo ele, o brasileiro ocupa a grande maioria do seu tempo de lazer nas programações televisivas, sendo bombardeado com as informações que as emissoras definem como mais apropriadas, interessantes e importantes de divulgar em seus programas diários.

¹²⁵ MARTINO; MARQUES, 2018, p. 92.

¹²⁶ FRANCO, 1996, p. 126.

Em setembro de 2014, a Revista Exame publicou reportagem na qual abordava assunto referente ao papel da comunicação em relação à cidadania.¹²⁷ Para Sérgio Amadeu, integrante do Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br), “é preciso garantir que a comunicação seja pensada do ponto de vista da cidadania”,¹²⁸ segundo ele, essa garantia viria da aprovação do Marco Civil da Internet através da Lei nº 12.965/2014, que, entre outras garantias, prevê a manutenção dos direitos humanos, o desenvolvimento da personalidade e o exercício da cidadania em meios digitais; a pluralidade e a diversidade, a livre iniciativa, a livre concorrência, a defesa do consumidor e a finalidade social da rede.¹²⁹

Segundo a jornalista Bia Barbosa, Integrante do Coletivo Interozes e Executiva do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), a agenda da comunicação no Brasil ainda é do século passado, referindo-se ao fato de que os meios de comunicação pertencem a grupos políticos e econômicos. Segundo ela, seria um dos desafios da comunicação quebrar a concentração da propriedade do setor.¹³⁰

Assim, o marco civil da utilização da internet cria uma ferramenta que, como já citamos, entre outros objetivos, busca proteger os direitos humanos, o desenvolvimento da personalidade e o exercício da cidadania. Com isso, os desafios apontados por Bia certamente irão enfrentar a socialização da informação através desse canal independente.

Em nossa análise sobre o posicionamento de Bia, seria necessária a realização de uma “reforma agrária do ar”, onde haveria a necessidade de permitir o acesso de todos à informação, criando, dessa forma, uma socialização da internet através de canais próprios e devidamente regulamentados, mas que possam ser utilizados sem a necessidade de vinculação à grupos econômicos ou políticos, ou ainda sem o seu expresso controle.

Para Marcelo Casal Jr., da Agência Brasil, ouvido também na reportagem da Revista Exame, outro desafio da comunicação é o acesso à internet e a garantia do

¹²⁷ MARTINS, Helena. Democratização e cidadania é o desafio na comunicação. **Exame**, Brasília, DF, 16 set. 2014. p. 1. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/brasil/democratizacao-e-cidadania-e-o-desafio-na-comunicacao/>. Acesso em: 19 jan. 2019.

¹²⁸ AMADEU, 2014 *apud* MARTINS, 2014, p. 1.

¹²⁹ BRASIL. Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014. Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**: seção 1, Brasília, DF, p. 1, 24 abr. 2014. p. 1. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm. Acesso em: 19 jan. 2019.

¹³⁰ BARBOSA, 2014 *apud* MARTINS, 2014, p. 1.

financiamento para as mídias públicas. Mais uma vez somos encaminhados à constatação de que, para os grandes especialistas e jornalistas, o fato de as mídias se encontrarem à disposição e a serviço dos grandes grupos econômicos e políticos se desenham como um dos grandes obstáculos ao desenvolvimento da cidadania em nosso país, o que poderia ser melhorado com a reforma que sinalizamos no parágrafo anterior.

Para Cademartori e Menezes Neto,

Não é possível falar em efetiva liberdade de expressão e comunicação em sistemas que permitem a concentração, invisibilidade e incontrolabilidade dos poderes midiáticos. Muito pelo contrário: o controle deixa de ser exercido sobre as *media* e passa a ser exercido por elas sobre a opinião pública num verdadeiro simulacro da esfera pública política.¹³¹

A afirmação dos autores ressalta justamente o poder concentrado da mídia que atualmente temos no Brasil, conforme identificado pelo projeto MOM BRASIL. A mídia através dos meios de comunicação nunca esteve e não estará a serviço do desenvolvimento social, mas, sim, representando, como já dissemos, os grupos políticos e econômicos que ditam as regras em nosso país há anos.

Para o professor aposentado da UnB, Venício Lima, a própria constituição tem se configurado como um desafio para os meios de comunicação. Para ele, algumas leis precisam ser melhoradas, além de criticar a constituição por acreditar que ela precisa ter vários artigos sobre o tema devidamente regulamentados para um melhor funcionamento e, dessa forma, as ações serem bem mais fáceis de ser desenvolvidas.¹³²

Na contramão da análise realizada por Venício Lima e Bia, encontra-se a Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert). Para o presidente dessa entidade, Daniel Slaviero, não existe concentração de propriedade dada a existência da multiplicidade de tecnologia. Segundo ele, no país existem mais de 10 mil rádios comerciais e comunitárias e 14 redes de televisão de programação nacional, evidenciando, dessa forma, uma grande diversidade no setor de comunicação.¹³³

¹³¹ CADEMARTORI, Daniela Mesquita Leutchuk de; MENEZES NETO, Elias Jacob de. Poder, meios de comunicação de massas e esfera pública na democracia constitucional. **Seqüência**: estudos jurídicos e políticos, Florianópolis, v. 34, n. 66, p. 187-212, jul. 2013. p. 189, grifo dos autores. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/sequencia/article/view/2177-7055.2013v34n66p187/25225>. Acesso em: 20 jan. 2019.

¹³² MARTINS, 2014, p. 1.

¹³³ MARTINS, 2014, p. 1.

Os dados apresentados pela Abert em 2014, época da reportagem da Revista Exame, não condizem com os dados apresentados pela MOM BRASIL em 2017, evidenciando, dessa forma, que, dentre os desafios dos meios de comunicação frente à construção da cidadania, encontram-se diversas barreiras, como: a necessidade de inclusão de um discurso ético voltado para as programações das emissoras, sejam elas televisões, rádios, *blogs* e demais mídias sociais; ampliação do acesso à internet em todas as camadas sociais do país; cobertura de todos os recantos do país com sinal de internet, televisão e rádio; socialização das mídias, interrompendo os processos de concessões apenas a grandes grupos econômicos e políticos; elaboração de uma programação voltada para a discussão entre os indivíduos, possibilitando a interação nas mais variadas camadas sociais, entre os formadores de opinião, entre outros de igual e relevante importância, que possam contribuir para o desenvolvimento social do nosso país.

Nos últimos anos, os meios de comunicação, em especial os canais de televisão, têm mudado a sua agenda social, mirando para a responsabilidade social. Para Peruzzo, falar de responsabilidade social virou moda, dessa forma, as empresas vêm desenvolvendo estratégias de *marketing* e realizando projetos nas comunidades, seja na área de sustentabilidade, seja de promoção nas diversas atividades sociais, tentando imprimir um papel ético nas suas ações.¹³⁴ Como exemplo dessas ações, podemos destacar em diversos canais projetos sociais como Criança Esperança, Associação de Assistência à Criança Deficiente (AACD), entre outros, em que são escolhidas instituições para serem beneficiadas com uma programação de promoção social exclusiva. Além disso, vários programas, também com a finalidade de expandir a ideia de sustentabilidade, têm entrado na programação das emissoras com temas ligados à natureza, ecologia, alimentação saudável, etc.

Peruzzo destaca que, em 1997, o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (Ibase) lançou uma proposta para que as empresas aderissem a um formulário do balanço social, que se tornaria público no que se refere às ações sociais desenvolvidas por aquelas empresas participantes.¹³⁵

Segundo Sucupira,

¹³⁴ PERUZZO, 1999, p. 89.

¹³⁵ PERUZZO, 1999, p. 89.

Balanço social é um documento publicado anualmente reunindo um conjunto de informações sobre as atividades desenvolvidas por uma empresa, em promoção humana e social, dirigida a seus empregados e à comunidade que está inserida. Através dele a empresa mostra o que faz pelos seus empregados, dependentes e pela população que recebe sua influência direta.¹³⁶

O balanço social, dessa forma, vem ao encontro das diretrizes sociais que as empresas adotaram como o seu *marketing* social, sendo, assim, uma importante ferramenta na divulgação dessas ações que desejam implantar para que a empresa possa se apresentar socialmente correta aos olhos das organizações sociais que têm cobrado esse papel, seja para com seus funcionários, seja para o bem coletivo.

¹³⁶ SUCUPIRA, 1999 *apud* PERUZZO, 1999, p. 58.

4 MEIOS DE COMUNICAÇÃO E OPINIÃO PÚBLICA

Os meios de comunicação, como já discorremos neste trabalho, remetem-nos aos equipamentos de mídias existentes em nosso país com o propósito de difundir informações, conteúdos e fomentar a formação da sociedade através de ações previamente organizadas, que visem, sobretudo, a formação moral da sociedade, contribuindo para as discussões sobre os mais variados temas e assuntos abordados cotidianamente em todos os recantos do Brasil.

A opinião pública se constitui como as discussões geradas dentro do meio social referentes a vários temas, como política, economia, saúde, entre outros de igual relevância, que nos levam a analisar sob diversos aspectos e ângulos a necessidade de nos aprofundar nos referidos temas, visando a sua discussão e, até mesmo, a sua problematização, que contribui para a construção de um pensar coletivo social, destacando que a opinião pública não é um fato novo, sendo constituída desde os remotos tempos da Grécia, quando o centro das discussões era denominada “pólis” ou praça onde as multidões se reuniam.

Para Karam, a palavra é um direito social à informação e universalidade, ele enfatiza que “a defesa do direito social à informação implica argumentar que esta, ao construir simbolicamente o mundo, deve expressar a diversidade conceitual com que ele se forma cotidianamente”.¹³⁷ Destaca ainda que, para isso, é imprescindível que estejam contidas na informação a variedade das concepções das versões e culturas, bem como o comportamento social.

Entendemos, portanto, que os meios de comunicação e a opinião pública devem convergir para um espaço único, em que suas ações precisam conversar entre si, adornar os seus princípios e, sobretudo, caminhar juntos. O surgimento da Mídia Ninja foi, na realidade, uma reação ao poder comunicativo de se divulgar ou construir os conteúdos de reportagens em cima do que a grande mídia considerava importante, seja para ela ou para os grupos que a dominavam, sem que fosse levado a efeito a importância que essa informação poderia e deveria representar para a comunidade.

O papel dos meios de comunicação no mundo globalizado atual perpassa os limites do papel de formular e divulgar a notícia, muito além disso o seu papel ficou mais amplo e mais importante, precisando ser a cada dia melhorado, com o intuito de

¹³⁷ KARAM, 2014, p. 18.

construir a informação com credibilidade, a ocupação do seu espaço como construtora do formador de opinião, da inserção do indivíduo na sociedade com a sua ideia moral subjetiva, para que possa fortalecer as colunas dessa mesma ideia dentro dos princípios éticos pertinentes.

A formação da opinião pública tem a necessidade do debate plural e da liberdade para se expressar diante daquilo que não se concorda. Para Cademartori e Menezes Neto, é necessária a defesa da liberdade na comunicação, além da importância de se construir a possibilidade de que ocorra uma maior participação plural na propriedade dos meios de comunicação, evitando o que ocorre atualmente, em que poucas pessoas são proprietárias de quase todos os meios de comunicação de massa.¹³⁸

Para esses autores, é extremamente perigoso deixar os meios de comunicação nas mãos de poucos grupos econômicos e políticos, pois esses jamais permitirão o levante de opiniões dissidentes daquilo que não condizem com as suas ideias ou que vá no embate ao pensamento dos grandes grupos políticos e econômicos do país.

A opinião pública, por sua vez, necessita dessa interação dos meios de comunicação para se fortalecer através das informações, com conteúdos produzidos com responsabilidade e que reflitam fatos verdadeiros, que possam fomentar a discussão entre os seus pares na sociedade, contribuindo para a interação dentro das comunidades.

É preciso, ainda, contribuir no debate social, para que possam ser soltas as amarras do poder e dos grupos dominantes deste país, sendo responsável pela cobrança de transparência nos veículos de comunicação, como têm feito o projeto MOM BRASIL e o coletivo Intervozes, que, juntos e em parceria, têm colocado o quadro midiático para toda a sociedade, tirando as máscaras que cada um procura usar para se esconder do povo brasileiro. Esse projeto, além de ter como objetivo mostrar a realidade do domínio dos meios de comunicação em nosso país, de certa forma, cria o debate sobre a necessidade de que os licenciamentos para funcionamento de emissoras, sejam elas de rádio, sejam de televisão, possam atender não apenas os poderosos grupos econômicos ou políticos.

¹³⁸ CADEMARTORI; MENEZES NETO, 2013, p. 200-201.

Manter os meios de comunicação nas mãos apenas desse tipo de sociedade não é bom para o desenvolvimento do país, em especial na criação e no apoio de projetos diversos existentes em várias localidades. Além disso, o pensar social precisa da intervenção dos meios de comunicação e da sua contribuição para que se possa criar o ambiente de discussão entre os membros da comunidade e com a própria comunidade onde estes habitam.

4.1 O compromisso moral e ético dos meios de comunicação com a sociedade na construção da informação

A mídia, nos seus mais diversos veículos, tem se transformado, no contexto globalizado atual, na principal ferramenta de acesso às informações para a sociedade, em razão da sua celeridade e fácil acesso. Há décadas, quando ainda se restringia apenas aos jornais televisivos, jornais e revistas, já se consolidava com essa característica entre as mais variadas camadas sociais. Com o advento da tecnologia, viu-se chegar a internet e, com ela, a possibilidade de inserção nessa seara da mídia digital e, ainda, o reforço das redes sociais. Certamente, todo esse processo, que levou anos para ser alcançado, expandiu-se com uma velocidade que não se imaginava e nem estávamos preparados.

Em dados de 2016 do IBGE, indicou-se que o Brasil possui 116 milhões de pessoas conectadas à internet, representando 64,7% de toda a população brasileira.¹³⁹ Parece ainda pouco, mas, se considerarmos a população levando em conta as crianças ainda em formação inicial e as pessoas que, em razão da idade, não possuem conhecimento de internet, temos praticamente quase a totalidade da população conectada à rede mundial de computadores.

Ao mesmo tempo em que essa informação é de grande valor para o desenvolvimento social, pode ser também um desafio atual para os padrões morais e éticos das mídias e dos internautas. Até 2014, o Brasil não possuía uma legislação que regulasse a utilização da internet, vindo a ser aprovado nesse ano o marco regulatório para o seu uso e o desdobramento que sua utilização pode acarretar.¹⁴⁰

¹³⁹ GOMES, Helton Simões. Brasil tem 116 milhões de pessoas conectadas à internet, diz IBGE. **G1**, [S./], 21 fev. 2018. p. 1. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/brasil-tem-116-milhoes-de-pessoas-conectadas-a-internet-diz-ibge.ghtml>. Acesso em: 19 jan. 2019.

¹⁴⁰ BRASIL, 2014, p. 1.

Certamente foi um grande avanço, embora a cada dia possamos ter a necessidade de aprimorar a legislação e criar caminhos que ofereçam segurança aos seus usuários, além de outros desafios que tendem a ocorrer, como as chamadas *fake news*.

Para o professor e pesquisador da Escola Superior de Mídias de Stuttgart, na Alemanha, o filósofo uruguaio Rafael Capurro, a internet criou novas formas de se comunicar e isso tem sido realizado em todos os âmbitos da sociedade, sendo que as novas regras e valores, em algumas vezes, têm entrado em conflito com os sistemas morais anteriores a essa era da grande rede.¹⁴¹ Com isso, é necessária uma readaptação ou realinhamento dessas regras aos padrões já existentes, evitando, dessa forma, um conflito moral que poderá ocorrer continuamente.

O marco regulatório veio justamente para absorver essas demandas, construindo novos paradigmas que alinhem as realidades que ora estão em confronto. A internet possibilitou, ainda, o acesso indiscriminado de qualquer pessoa aos seus conteúdos, sem nenhuma censura, como ocorre nos programas televisivos, o que certamente é de grande preocupação, principalmente entre os pais. O compromisso moral e ético ao qual nos reportamos aqui neste capítulo, traz justamente a preocupação com esse tipo de situação. Mesmo com o marco regulatório, esse tipo de problema ainda não foi solucionado, o que demanda ainda uma grande preocupação por parte das famílias. A rede mundial de computadores levou os saberes e as informações para todos os recantos, disponível em qualquer computador com o devido acesso, ou celular, que toda criança alfabetizada tem acesso totalmente sem controle, salvo quando os pais regram esse acesso.

É dentro de uma análise dos aspectos aqui percorridos, que urge a necessidade de se construir a informação dentro de um compromisso voltado a atender os princípios éticos e morais, que a sociedade precisa para o fortalecimento de suas bases sociais. O desenvolvimento do trabalho na agenda midiática deverá ser capaz de construir conteúdos comprometidos com a veracidade dos fatos, isenção nos conteúdos divulgados e comportamento que dignifiquem a profissão do jornalista. Este, por sua vez, deverá ser capaz de contribuir com a formação de uma sociedade

¹⁴¹ CAPURRO, Rafael. Ética e informação. [Entrevista cedida a] Bruno Lara. **Observatório da Imprensa**, São Paulo, ed. 820, 14 out. 2014. p. 1. Disponível em: http://observatoriodaimprensa.com.br/interesse-%20publico/_ed820_etica_e_informacao/. Acesso em: 19 jan. 2019.

discursiva e preparada para interagir diante dos conteúdos midiáticos variados postos no âmbito social, que certamente deverão contribuir para a sua formação moral e ética.

Para Martino e Marques (2018), a ética, além de regras para a vida social, define também valores para o indivíduo como cidadão.¹⁴² Assim, podemos concluir que, ao se revestir da ética, o jornalista não apenas contribuirá para a formação social de qualidade dentro da sociedade, que, por sua vez, transcenderá esse padrão com as demais comunidades e instituições com as quais dialoga; esse processo também contemplará a sua própria formação como indivíduo enquanto jornalista, ficando claro que haverá ganhos mútuos entre as partes. Ele ressalta, ainda, que a ética não está voltada apenas para os profissionais da mídia, mas, sobretudo, tem o objetivo de preparar a comunidade para atividades cotidianas nos seus mais variados componentes, como a conversação interna e externa da comunidade, suas relações institucionais, a troca de ideias e, ainda, a construção do discurso voltado à cidadania dos seus membros, dando a oportunidade de nos colocarmos no lugar do outro, não apenas como uma exigência moral, mas contribuindo para o reconhecimento das identidades e diferenças.

Martino e Marques destacam ainda, em relação aos conteúdos de redes sociais, que os jornalistas continuam representando a sociedade, visto que, atrás de cada postagem, reportagem, entre outras, existe a pessoa humana que, no mundo real, interage socialmente e, por isso, deverá sempre levar essas interações não como máquina, mas como seres humanos para a comunicação digital.¹⁴³ É nesses momentos que o jornalista deverá manter firme a ética e a sua moral, visto que, pela importância das redes sociais no processo comunicativo, ele sempre terá um papel de desenvolver o fortalecimento desse compromisso, lembrando que a sua interação é importante para sua própria formação ética.

A liberdade para a construção da informação é algo que não se pode abrir mão. É justamente essa liberdade de escrever e divulgar aquilo que, na avaliação do jornalista, é verídico e possui importância ao domínio público, certamente figurará como um compromisso moral diante dos fatos observados e transcritos, seja pela lente do fotógrafo jornalístico, seja do editor do jornal ou revista, entre outros que tão bem representam a classe.

¹⁴² MARTINO; MARQUES, 2018, p. 24-25.

¹⁴³ MARTINO; MARQUES, 2018, p. 220.

Para Pedroso, a criação de grandes grupos detentores da mídia em nosso país forçou a extinção das pequenas empresas da área, como pequenos jornais, rádios, revistas, entre outros meios que, mesmo diante de todas as dificuldades encontradas, ainda conviviam no meio empresarial midiático nacional. Muitos desses veículos eram condutores de matérias éticas, fomentadas por profissionais sérios e comprometidos com a verdadeira notícia.¹⁴⁴

Com a extinção desses veículos e o aumento e fortalecimento desses grupos midiáticos, Pedroso destaca que o jornalismo diário impresso, por exemplo, tornou-se muito mais uma atividade empresarial de domínio dos grupos econômicos e políticos mais fortes.¹⁴⁵ Assim, fica claro que o verdadeiro processo que eticamente deveria existir como empresa de comunicação responsável, por exemplo, pela formação cidadã, preservação dos conceitos éticos e morais, além de servir de laboratório para qualificação daqueles que chegam ao mercado jornalístico, muitos oriundos dos bancos das universidades, foi jogado de lado frente aos interesses dos grandes grupos influentes em nossa nação, como sendo agora os verdadeiros motivos de existência e crescimento das grandes empresas de comunicação de massa voltadas para atender ao capitalismo devidamente instalado nessas empresas, que até pouco tempo tinham outro objetivo.

Com isso, Pedroso destaca que, além de o discurso midiático deixar de ter o compromisso com a ética e a moral, passa a ser fortemente informativo publicitário, para atender o apelo dos grupos econômicos patrocinadores e dominantes, dentro do aspecto já destacado sobre o fato de a mídia ter um papel mais capitalista, trazendo na sua programação a dinâmica da difusão de ideias de consumo de produtos, tecnologias, influenciando nos comportamentos sociais, organizando e hierarquizando, para as camadas socialmente menos privilegiadas, o discurso da classe dominante daquilo que tem que ser comercialmente adotado.¹⁴⁶

Assim, percebe-se claramente que os meios de comunicação há tempos abandonaram os princípios morais e éticos na construção da informação frente à sociedade. Esses meios têm ditado por quais caminhos a sociedade precisa caminhar,

¹⁴⁴ PEDROSO, Rosa Nívea, Elementos para conhecer algumas das condições de construção do discurso jornalístico. **Comunicação & Sociedade**, São Bernardo do Campo, ano 23, n. 36, p. 33-52, 2 sem. 2001. p. 35. Disponível em: <https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO/article/view/4245/3944>. Acesso em: 1 fev. 2019.

¹⁴⁵ PEDROSO, 2001, p. 35.

¹⁴⁶ PEDROSO, 2001, p. 39.

quais são as metas que eles precisam cumprir para que possam atender ao capitalismo cego de grandes empresas e grupos econômicos e políticos que estão por trás da sua fachada.

A comunicação carece de um comportamento voltado aos interesses da sociedade, do compromisso com as verdades e ideologias voltadas ao bem social, condição para que possa desenvolver o seu verdadeiro papel, que é o compromisso com a sociedade, fomentando-a com informações sérias e pautadas no crescimento social, afastando-se dos poderes desnorteadores da justiça e do valor moral de cada cidadão.

4.2 A missão do jornalista na construção da informação de qualidade

A informação transmitida ao público com ética, coerência e, sobretudo, pautada na independência, certamente será sempre um parâmetro para qualificar o jornalista autor da matéria. Para realizar um trabalho sério e voltado ao interesse da sociedade, o profissional não poderá se afastar dos princípios que regem o seu código de conduta, muito menos se afastar dos interesses relacionados ao bem comum social.

Para Franco, “Uma matéria não é informação apenas por ter sido elaborada por um jornalista, ter sido difundida por um meio de comunicação ou ter a aparência externa de informação”.¹⁴⁷ Ele destaca que é necessário que esse conteúdo possua qualidade técnica e seja construído dentro dos padrões necessários para a qualidade dessa informação a ser transmitida ao público, tendo este a figura principal desse momento.

Essa avaliação de Franco nos leva a destacar que o público é o avaliador da ação jornalística; é ele que decretará o sucesso ou não daquele profissional. Para este autor, vários fatores, como a paixão em desvendar a verdade dos fatos, o respeito à dignidade humana, a contrariedade ao jornalismo sensacionalista, além dos fatores éticos, são determinantes para o sucesso no caminhar do profissional do jornalismo. Ele destaca ainda que, para alguns, o caminhar ético dentro do processo da informação poderá ser uma forma de podar o avanço das empresas de comunicação e informação, o que, na sua visão, jamais poderá corresponder à verdade dos fatos,

¹⁴⁷ FRANCO, 1996, p. 28.

visto que o que se precisa entender é a verdadeira missão da ética no processo informativo, que possibilita a construção da informação com qualidade, independente e sem compromissos com ideais políticos, ou grupos dominantes, sendo, portanto, um fator de sucesso e engrandecimento desses meios.¹⁴⁸

Como destacamos no trabalho presente, as rádios educativas e comunitárias possuem um importante e extenso trabalho com compromisso social e a informação imparcial, evitando que sofram intervenções, seja por grupos econômicos, seja por políticos, no local de atuação delas. Essa característica torna essas emissoras de rádio independentes e com atuação de destaque dentro das comunidades onde desenvolvem suas ações cotidianas.

É importante destacar e alertar também que esses meios de comunicação não podem construir sua programação sem que possa possibilitar um debate com agentes que discordem de algumas ações desenvolvidas por esses canais. Embora possuam um desenho ético importante, necessário e de destaque, é essencial que a sua estrutura não seja voltada a atender cegamente aos que se confrontam com os meios mantidos pela grande mídia, evitando o partidarismo midiático entre essas duas configurações de modelo na conjuntura da comunicação.

Uma reportagem do Folha de S.Paulo, de 2017, destacou que deputados federais e senadores estão repassando as suas cotas de emissoras de rádio e televisão para parentes. As concessões foram realizadas em nome dos parlamentares e o Ministério Público Federal moveu ações em 2015 contra esses parlamentares, visto que, segundo a Constituição Federal,¹⁴⁹ eles não podem ser concessionários de serviços públicos. Isso demonstra que o poder que os mesmos possuem serve de canal para a aquisição dessas concessões até então constitucionalmente ilegais.¹⁵⁰

Ainda no ano de 2008, o *site* Intervozes destacou a farra das concessões de emissoras de rádio e televisão pelo governo. Segundo o informativo *on-line*,

Dados apurados recentemente pelo Instituto de Estudos e Pesquisas em Comunicação (Epcom) revelam que 271 políticos brasileiros – contrariando o texto constitucional (artigo nº 54, capítulo I) – são sócios ou diretores de 348 emissoras de radiodifusão (rádio e TV). Desses, 147 são prefeitos (54,24%), 48 (17,71%) são deputados federais; 20 (7,38%) são senadores; 55 (20,3%)

¹⁴⁸ FRANCO, 1996, p. 33.

¹⁴⁹ BRASIL, 1988, p. 45.

¹⁵⁰ PESSOA, Gabriela Sá; PITOMBO, João Pedro. Políticos repassam concessões de rádio e TV para parentes. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 27 jul. 2017. p. 1. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2017/07/1904653-politicos-repassam-concessoes-de-radio-e-tv-para-parentes.shtml>. Acesso em: 9 abr. 2019.

são deputados estaduais e um é governador. Esses números, porém, correspondem apenas aos políticos que possuem vínculo direto e oficial com os meios – não estão contabilizadas as relações informais e indiretas (por meio de parentes e laranjas), que caracterizam boa parte das ligações entre os políticos e os meios de comunicação no País.¹⁵¹

O resultado dessa situação é o desvirtuamento do papel dos meios de comunicação, que impacta diretamente na missão do jornalista frente à sociedade na construção da informação de qualidade e verdadeira, ocasionando o jornalismo político voltado para os anseios dos concessionários da emissora, seja de rádio, seja de televisão.

Um exemplo do resultado desse tipo de situação ocasionado pelas concessões políticas é o que ocorre na cidade de Iguatu-CE, que também possui rádios educativas e comunitárias desenvolvendo excelente trabalho para a população. Nessa cidade existem três rádios que operam programas em horário de grande audiência voltados para a divulgação das ações políticas dos seus concessionários — o prefeito e dois deputados estaduais, publicamente tidos como inimigos entre si.

Além de os profissionais trabalharem com o objetivo de melhorar a imagem do seu político patrão, aproveitam o espaço para, em diversas vezes, abandonarem a ética e o comportamento moral, tão necessários ao perfil do profissional jornalista, e destilarem acusações e reportagens que têm como objetivo principal denegrir a imagem política e até pessoal do opositor. O mais grave é que, por diversas vezes, esse mesmo profissional, ao se sentir decepcionado por alguma ação do seu patrão político, acaba indo para a outra emissora para utilizar da mesma tática “jornalística”, só que contra o antigo patrão. Com isso, a sua imagem e reputação profissional ficam desgastadas e sem credibilidade perante a sociedade, em especial para as pessoas que não possuem vínculo com o ambiente político da cidade. Dessa forma a missão do jornalismo ético se contrapõe ao ambiente político instalado na grande maioria dos meios de comunicação existentes em nosso país.

Entender o processo comunicativo como uma forma de criar no público-alvo o sentimento de confiança naquilo que se recebe em relação à notícia/informação nada mais é que a forma de criar a possibilidade de abranger e qualificar o espaço das empresas de mídias sociais. É justamente nesse ponto que talvez a qualificação

¹⁵¹ INTERVOZES. Cresce número de políticos donos de emissoras de rádio e TV. **Intervozes**, São Paulo, 21 mar. 2008. p. 1. Disponível em: <http://www.intervozes.org.br/direitoacomunicacao/?p=20741>. Acesso em: 14 abr. 2019.

universitária, através de um aprofundamento das lições dos grandes mestres dos processos éticos, venha fazer falta no processo de absorver essas necessidades. Certamente, para alguns dos profissionais beneficiados com a extinção da obrigatoriedade do diploma acadêmico, essa não é a concepção a se perceber nesse processo. Para eles, comunicar se restringe ao bom hábito oral de interagir com o público, ser uma espécie de um bom instrumento capaz de impulsionar a propaganda que o patrocinador quer enxergar, o que, é preciso esclarecer, não é verdade absoluta.

Atualmente, as informações socializadas, sobre os mais variados temas, têm sido motivo de leitura por grande parte da população. O mundo teve grandes modificações e, com elas, veio o acesso fácil e rápido da internet, responsável, atualmente, pela grande parte das notícias que são veiculadas nesse momento na sociedade.

Para Mamou, o uso de uma frase que possa não ser entendida, por exemplo, dentro de uma empresa, poderá fazer um grande estrago, mesmo que não seja essa a ideia do seu autor. Isso nos leva a entender que o papel do jornalista, responsável pelas informações a serem distribuídas, precisa ser entendido como de grande relevância, dado os processos que podem se originar de suas informações.¹⁵² Dentro desse aspecto, é importante destacar a chamada “crise de informação”, que seria a transformação do boato em uma possível verdade real, caso esse venha a ser compartilhado por profissionais que possuam a credibilidade do seu público.

Em um processo dessa natureza, os profissionais que balizam as suas ações dentro dos princípios éticos, certamente, evitariam que esse fato viesse a ocorrer, o que, agindo de uma forma diferente, traria imensos prejuízos para o seu público.

Para Mamou, “Ao redor de cada crise, múltiplos atores se agitam. E, entre eles, os jornalistas. Quanto mais cresce a impossibilidade de decidir ou de elaborar um discurso claro, mas a desordem se amplifica”.¹⁵³ Essa consideração do autor é fato na sociedade atual; as chamadas *fake news* são, na realidade, os boatos da modernidade, criados, muitas vezes, por falsos jornalistas, que possuem um objetivo específico para a prática. Com a rapidez que a informação passou a ter com os adventos da informática, a sua proliferação gera uma grande dificuldade em seguida

¹⁵² MAMOU, Yves. “**A culpa é da imprensa!**”: ensaio sobre a fabricação da informação. São Paulo: Marco Zero, 1992. p. 57.

¹⁵³ MAMOU, 1992, p. 57.

para ser retomada a verdadeira informação com as devidas correções e esclarecimentos necessários para que o caos instalado volte ao seu estado anterior.

Para a construção da informação de qualidade, é essencial que esta seja realizada com liberdade e de forma democrática. Santos afirma que, para que esse fato ocorra, é essencial que a informação seja norteadada pelos valores éticos, que deverão vir expressos na confiabilidade das fontes responsáveis pela elaboração da informação, além da forma como o leitor ou ouvinte irá interpretá-la.¹⁵⁴

Santos ressalta que a divulgação da verdade jornalística não será por si só a responsável pela conscientização dos receptores, passando esse processo pela necessidade da problematização do que é divulgado para que a autonomia do pensamento seja acionada, sendo dessa forma que será possível juntos aos membros da comunidade as transformações sociais necessárias para, de fato, a informação contenha a qualidade que acreditamos ser transformadora.¹⁵⁵

Para Karam,

O jornalista é simultaneamente gerador de informação e produtor de conhecimento. Gerador porque dissemina massiva, pública e imediatamente fatos e versões sobre fatos e interpretações sobre o presente que são referências para as pessoas. Ao levar informações de diferentes áreas (da biotecnia ao comportamento individual, da economia à política parlamentar), permite conhecer mais o entorno por meio de fontes que conhecem ou deveria conhecer porque estudam e se envolvem suas áreas.¹⁵⁶

Karam, com essa colocação, deixa claro que o jornalista não é apenas um divulgador de notícias, mas, sim, um ser que transita entre todas as áreas, tem conhecimento para poder desenvolver as suas ideias sobre os assuntos que chegam até ele no decorrer de suas atividades, construindo, dessa forma, os melhores parâmetros para a produção de uma informação de qualidade, que será norteadora de tantas outras pessoas que a ela terão acesso.¹⁵⁷

Para Karam, na sua atividade jornalística não poderá deixar de ter a legitimidade, a credibilidade e a liberdade de se construir a informação. São esses

¹⁵⁴ SANTOS, Diego Luz. **Democracia da informação no jornalismo em Salvador**: ética do cuidado nos programas sensacionalistas da televisão e sua influência na opinião pública. Orientador: Wilhelm Wachholz. 2011. 56 f. Dissertação (Mestrado em Teologia) — Faculdades EST, Salvador, 2011. p. 49. Disponível em: http://dspace.est.edu.br:8080/jspui/bitstream/BR-SIFE/296/1/santos_dl_tmp184.pdf. Acesso em: 1 fev. 2019.

¹⁵⁵ SANTOS, 2011, p. 49.

¹⁵⁶ KARAM, 2014, p. 167.

¹⁵⁷ KARAM, 2014, p. 167.

valores que devem nortear as ações do profissional, para que possa produzir de forma ética e com os devidos valores morais necessários essa construção informativa.¹⁵⁸

Assim, construir a informação de qualidade é investir o jornalista de todo o seu poder ético e moral, mesmo diante de todos os desafios que deverá enfrentar em uma sociedade politicamente guiada por um sistema político e econômico de favorecimento aos mais influentes, que veem na mídia séria e comprometida com a sociedade e o seu pluralismo de opiniões um obstáculo a ser enfrentado para a manutenção de suas prerrogativas de benefícios cada vez mais abrangentes.

Nesse desafio de construção dessa informação, o profissional deverá zelar pelo seu código de ética, transpondo, muitas vezes, o assédio moral nos locais em que desenvolve suas atividades jornalísticas, sobrepondo-se ao desrespeito constante das mais diversas pessoas, inclusive as autoridades constituídas, que, pela representatividade que possuem outorgadas pelo povo, deveriam ser defensores de uma mídia séria e comprometida com os valores sociais, essenciais à formação do caráter e da moral do indivíduo, que mais tarde será o responsável pelo fortalecimento daquela mesma sociedade que o colocou revestido da autoridade que ora possui.

Somente através de jornalistas devidamente comprometidos com a formação de uma cidadania, a sociedade conseguirá de forma completa acreditar nos meios de comunicação, que, infelizmente, na atual conjuntura, apenas têm direcionado as suas ações para atender aos mais poderosos, que dominam o país, sem apresentar nenhuma preocupação com a situação social do seu povo.

4.3 A ética jornalística como o principal caminho para a construção da opinião pública

O papel dos agentes da mídia tem uma grande influência na preparação da sociedade para o fortalecimento da opinião pública. Para Bispal, a educação e os meios de comunicação de massa possuem uma função de mediação, mesmo entendendo que eles, muitas vezes, não respondem aos objetivos para os quais foram criados, embora sejam responsáveis pela construção da sociedade. Para ele, se considerarmos o papel de mediadores culturais que, na sua visão, eles exercem, entenderemos o processo que eles introduzem na formação social, na construção dos

¹⁵⁸ KARAM, 2014, p. 171.

saberes e, sobretudo, na construção da sociabilidade. Ele ressalta que a construção é cadenciada, ou seja, primeiro há a construção do indivíduo participante de um grupo, logo em seguida aquele grupo deverá absorver essa sociabilidade e, em seguida, a comunidade é contemplada.¹⁵⁹

Para que possamos ter a realização desse processo, conforme o próprio Bispal destacou, os meios de comunicação de massa deverão ser parte integrante e de interação com a situação.¹⁶⁰ Dessa forma, é essencial que, para ocorrer a educação como processo de formação educacional e em relação a esse processo, é importante entendê-lo como aquele que atende aos princípios éticos, o que também deverá ocorrer quanto ao integrante do meio de comunicação de massa, no caso, o jornalista. O papel desse profissional é decisivo para que ocorra a mediação, sendo necessário um mergulho nos princípios éticos, para que possamos ter sucesso na formação do indivíduo, garantindo o desenvolvimento do seu caráter moral, que o levará a participar e fomentar o grupo ao qual é integrante, passando, a partir dele, a construir a opinião pública da sociedade em que vive.

Quando destacamos a ética jornalista como uma saída na construção da opinião pública, entendemos que não se pode construir opinião sem o devido debate necessário para qualquer maturação de uma discussão a ser abordada sobre o tema em destaque. Os meios de comunicação, pela sua mobilidade social, são capazes de produzir esse debate e inserir o indivíduo nessa discussão, que entendemos ser necessária e obrigatória.

Martino e Marques estabelecem que a ética é responsável por discutir as regras para a vivência em comunidade e definir os valores para o indivíduo desta comunidade como um cidadão. Sobre esse tema, destacam ainda que, além dos problemas ligados diretamente à mídia e suas particularidades, os meios de comunicação auxiliam de maneira decisiva para o relacionamento dentro da comunidade, seja no diálogo, seja no compartilhamento de opiniões e lançando mão do discurso que ele contribuiu para a formação, a partir da premissa de que fomentam a cidadania.¹⁶¹ Portanto, os discursos midiáticos, conforme defende os autores, podem promover o debate, que oportuniza o entendimento e, sendo possível a

¹⁵⁹ BISPAL, Marcelino. A relação “educação-comunicação”: idéias para recolocar uma reflexão. **Comunicação & Sociedade**, São Bernardo do Campo, n. 26, p. 121-135, 1996. p. 124.

¹⁶⁰ BISPAL, 1996, p. 124.

¹⁶¹ MARTINO; MARQUES, 2018, p. 24-25.

aproximação das discussões, oportuniza fatores essenciais para que a ética esteja presente na formação da opinião pública de qualidade e em defesa dos ideais da sociedade em que o indivíduo vive.

Karam destaca que a ética jornalística que surge do seu documento de constituição ética, seu estatuto, é possuidora de um irrecusável e indesmentível papel para o processo de universalidade e liberdade da humanidade. Essa observação de Karam é, na realidade, o que de fato é defendido pelos jornalistas, ou seja, construir a informação partindo sempre dos padrões éticos vigentes, em que essa construção da informação sempre passará por esse caminho da ética.¹⁶²

Plaisance destaca que, mesmo que estejamos em uma nova era, na qual a tecnologia tem sido o divisor de águas em várias situações, inclusive nos meios de comunicação, em que aplicativos de criação de vídeos em tempo real, envio de mensagens instantâneas e ainda a possibilidade de compartilharmos os mais diversos arquivos com grande facilidade, não poderemos abandonar os padrões éticos necessários ao bom relacionamento, e que, embora há tempos instituídos, encontram-se totalmente atuais e em validade.¹⁶³

Para Plaisance, as novas tecnologias podem propor manifestações novas de preocupações éticas surgidas há tempos, mas destaca que essas tecnologias não são capazes de apresentar questões atuais sobre essas situações. Ele destaca ainda a necessidade de se atribuir transparência ao relacionamento comunicativo, que pressupõe existência de um processo ético, não pelo conteúdo do que se insere nas mensagens, mas, sobretudo, com a forma de interação entre os indivíduos, ou seja, não devemos nos preocupar apenas com o que dizemos às pessoas, mas por que dizemos e como falamos sobre alguma coisa.¹⁶⁴

Faz-se importante ressaltar que a opinião pública não é necessariamente construída através de uma cartilha, com códigos, ensinamentos antecipadamente construídos por uma equipe pedagógica em uma sala de aula. A opinião pública sempre será desenvolvida a partir das formações morais, das discussões em comunidade, através do que se assiste e ouve nos meios de comunicação como fomentadores dessa prática, por isso a sua imensa importância nesse processo social.

¹⁶² KARAM, 2014, p. 193.

¹⁶³ PLAISANCE, 2011, p. 67.

¹⁶⁴ PLAISANCE, 2011, p. 70-71.

Dentro dessa visão de fomentar a discussão dos mais variados temas que são discutidos no contexto jornalístico e que chegam a cada cidadão, quaisquer que sejam os meios de comunicação existentes em nosso país, é que a Fundação Perseu Abramo (FPA) realiza cotidianamente uma breve análise das notícias divulgadas pelos principais veículos de comunicação jornalística do Brasil.

Na sua análise em 25/02/2019 sobre a situação dos sindicatos em relação à nova política instalada pelo governo, a reforma da presidência, a crise no partido do presidente, Partido Social Liberal (PSL), em razão das candidaturas laranja e ainda o pacote econômico do ministro da justiça Sérgio Moro foram assuntos tratados pelos Jornais de veiculação nacional como O Globo, Folha de S.Paulo, Estadão e Valor Econômico.

Por serem de grande importância e os seus conteúdos acompanhados diariamente, exercem uma grande influência na formação de opinião e contextualização daquilo que se transmite junto à sociedade. Assim, ao acompanhar e analisar os seus conteúdos, à luz da responsabilidade com quem os absorve, a FPA exerce um papel de grande importância no sentido de contribuir com a possibilidade de o leitor fazer a sua análise tendo como parâmetro as análises da FPA, dado ao fato de que, mesmo ligada a um partido político, possui independência jurídica e administrativa, conforme a sua própria constituição:

A natureza da Fundação, como instituição de direito privado, instituída pelo Partido dos Trabalhadores mas com autonomia jurídica e administrativa, com sede em São Paulo, mas de âmbito nacional, "tendo como fins a pesquisa, a elaboração doutrinária e a contribuição para a educação política dos filiados do Partido dos Trabalhadores e do povo trabalhador brasileiro".¹⁶⁵

Pode ser feita uma analogia dessas análises feitas pela FPA com o que se faz no programa MAIS DEBATE, da rádio educativa MAIS FM da cidade de Iguatu-CE, no qual os principais temas de cunho nacional, que de uma forma ou de outra se vinculam ao dia a dia do cidadão nas suas mais variadas classes sociais, são debatidos e discutidos por integrantes de clubes de serviços, entidade sindicais, jornalistas, autoridades, entre outros de igual relevância. Esses debates e análise são de grande importância, pois inserem o indivíduo em uma discussão na qual ele deve estar presente, seja por estar sendo atingido de alguma forma com os seus resultados,

¹⁶⁵ FUNDAÇÃO PERSEU ABRAMO. História. **Fundação Perseu Abramo**, São Paulo, c2019. p. 1. Disponível em: <https://fpabramo.org.br/fundacao-perseu-abramo/>. Acesso em: 25 fev. 2019.

seja pelo fato de ser ele um agente de transformação social e por isso carece ser participante das discussões.

Construir a opinião pública é muito mais que ler livros, aprender normas de convivência social, é participar das interações que o mundo nos envolve, ser integrante permanente do processo de construção da própria cidadania e, sobretudo, ser membro de uma ação que não pode parar, que se encontra em permanente evolução, em discussão, em aprimoramento; é participar ativamente do processo social da comunidade e interagir em toda a sua fase de consolidação.

5 CONCLUSÃO

Diante da análise realizada na presente pesquisa sobre **O desafio da ética nos meios de comunicação e sua influência na formação da opinião pública**, concluímos que a ética é condição fundamental para que possamos construir a formação de uma opinião pública consolidada. É através dos princípios éticos que a informação será norteadada para o seu principal objetivo: instruir o indivíduo a ser agente de transformação social, influenciando através da sua formação política cidadã a sociedade em que se encontra inserido e sendo responsável pelas modificações que desta espera poder desfrutar.

Acreditamos que o objetivo geral do presente trabalho foi alcançado, uma vez que realizamos a investigação do papel dos meios de comunicação e a sua importância na formação cidadã dentro do contexto social, analisando os princípios éticos na construção necessária dos valores morais entre as instituições de comunicação e o seu público, que tem o papel de construir através da informação de qualidade ações no sentido de fomentar dentro do seu grupo social os padrões éticos e morais para a análise social necessária, no sentido de oportunizar as transformações sociais imperativas dentro da sua formação política.

O trabalho em tela foi dividido em três capítulos, nos quais pudemos abordar os assuntos pertinentes ao objetivo geral, destacando temas de relevante importância para a consecução dos objetivos a serem alcançados como resultado desta pesquisa.

No primeiro capítulo, ressaltamos o papel da ética dentro do contexto dos meios de comunicação, notabilizando a sua importância para a qualidade e formação do seu papel junto à sociedade, além dos desafios que estão presentes nos ambientes de desenvolvimento das atividades dos profissionais da mídia, seja com relação ao código de ética profissional, seja nos mais diversos fatores que interferem na ética dos profissionais durante o exercício de sua profissão nos mais variados locais.

No segundo capítulo foi abordada a importância da ética na formação cidadã, sendo destacado o papel da intervenção religiosa nos canais midiáticos voltado à construção da cidadania, além do comportamento da mídia frente aos valores éticos e morais como desafio para a construção da cidadania. Nesse capítulo, apresentamos aspectos e dados pertinentes ao poder religioso nos meios de comunicação, além do seu crescimento nos mais diversos canais, como televisões, rádios, internet, entre outros de igual importância.

Por último, no terceiro capítulo, destacamos o papel dos meios de comunicação em relação à formação da opinião pública, através do compromisso destes com a construção da informação de qualidade, além da utilização de um jornalismo ético, comprometido com o papel social da imprensa na formação da opinião pública em nosso país. Também destacamos a mídia da cidade de Iguatu-CE, em que, embora tenhamos grande influência de grupos políticos nas mídias locais, como ocorre a nível nacional, na qual poderosos grupos políticos dominam esses veículos de informações, ainda temos emissoras de rádio, como é o caso da Rádio MAIS FM, que tem compromisso direcionado para uma formação cidadã baseada nos princípios éticos e morais, com intensa programação social e comprometida com os anseios da sociedade e do indivíduo que a compõem.

Por fim, concluímos que este trabalho traz uma contribuição de considerável valor científico, uma vez que fica clara a importância do papel midiático na construção da sociedade brasileira, a partir da preparação através do compromisso ético de seus membros sociais, como agente modificador em cada comunidade na qual esteja inserido.

A informação comprometida com a verdade e com a formação cidadã se constitui, diante de todo o conteúdo aqui apresentado, como uma forma sólida de se construir uma sociedade preparada para discutir, construir e planejar as ações sociais e políticas necessárias para que se possa formar pessoas para enfrentar as mudanças e os caminhos que o país precisa adotar, diante dos desafios postos a cada dia na nossa sociedade que, até então, apresenta-se de forma manipulada pelos meios de comunicação de massa, que, como ressaltamos durante a pesquisa, ainda se encontra dominada por grupos políticos e empresariais com interesses particulares.

REFERÊNCIAS

- ABDALA, Vitor. Taxa de desemprego sobe para 13,1%, diz pesquisa do IBGE. **Agência Brasil**, Brasília, DF, 2018. Disponível em: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2018-04/taxa-de-desemprego-sobe-para-131-diz-pesquisa-do-ibge>. Acesso em: 16 jan. 2018.
- ADORNO, Theodor Wiesengrund. **Televisão e formação**. Tradução de Wolfgang Leo Maar. [S.l.: s.n.: 2010]. Disponível em: <https://bibliotecasocialvirtual.files.wordpress.com/2010/06/adorno-televisao-e-formacao.pdf>. Acesso em: 11 jan. 2019.
- ALVES, André Luis Centofante; CAMPANHOL, Edna Maria. **Terceiro Setor, empreendedorismo social e ética: a contradição entre a filosofia e a prática no financiamento dos empreendimentos sociais no Brasil**. Franca: [s.n.], 2012. Disponível em: <https://docplayer.com.br/7704160-Terceiro-setor-empreendedorismo-social-e-etica-a-contradicao-entre-a-filosofia-e-a-pratica-no-financiamento-dos-empreendimentos-sociais-no-brasil.html>. Acesso em: 2 fev. 2019.
- AS 21 melhores faculdades de Jornalismo do Brasil – 2017. **Guia da Carreira**, [S.l.], 2017. Disponível em: <https://www.guiadacarreira.com.br/cursos/melhores-faculdades-de-jornalismo/>. Acesso em: 23 jan. 2019.
- AVELAR, Liara. O Rádio Educativo no Brasil: de Roquette-Pinto a Luiz Inácio Lula da Silva. In: ENCONTRO NACIONAL DA REDE ALFREDO DE CARVALHO, 2., 2004, Florianópolis. **Anais** [...]. Florianópolis: [s.n.], 2004. Disponível em: encurtador.com.br/dlHX4. Acesso em: 25 abr. 2019.
- BISPAL, Marcelino. A relação “educação-comunicação”: idéias para recolocar uma reflexão. **Comunicação & Sociedade**, São Bernardo do Campo, n. 26, p. 121-135, 1996.
- BLANCHARD, Kenneth; PEALE, Norman Vicent. **O poder da administração ética**. 5. ed. Rio de Janeiro: Record, 2004.
- BOFF, Leonardo. **Ética e Moral: a busca dos fundamentos**. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2003.
- BORNHEIM, Gerd Alberto. **Dialética: teoria/práxis**. Porto Alegre: Globo, 1983.
- BRANCO, Alberto Manuel Vara. **A ética e a informação: o jornalista como profissional e o jornalista como pessoa**. [S.l.: s.n.: 2000?]. Disponível em: <http://www.ipv.pt/forumedia/6/9.pdf>. Acesso em: 11 jan. 2019.
- BRASIL. [Constituição (1988)]. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Poder Executivo, Brasília, DF, 5 out. 1988. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 20 jan. 2019.

BRASIL. Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014. Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**: seção 1, Brasília, DF, p. 1, 24 abr. 2014. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm. Acesso em: 19 jan. 2019.

BRASIL. Lei nº 9.612, de 19 de fevereiro de 1998. Institui o Serviço de Radiodifusão Comunitária e dá outras providências. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Poder Executivo, Brasília, DF, 20 fev. 1998. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9612.htm. Acesso em: 10 jan. 2019.

CADEMARTORI, Daniela Mesquita Leutchuk de; MENEZES NETO, Elias Jacob de. Poder, meios de comunicação de massas e esfera pública na democracia constitucional. **Seqüência**: estudos jurídicos e políticos, Florianópolis, v. 34, n. 66, p. 187-212, jul. 2013. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/sequencia/article/view/2177-7055.2013v34n66p187/25225>. Acesso em: 20 jan. 2019.

CAMARGO, Marculino. **Fundamentos de ética geral e profissional**. 10. ed. Petrópolis: Vozes, 2011.

CANÇÃO NOVA. Quem somos. **Canção Nova**, São Paulo, c2019. Disponível em: <https://comunidade.cancaonova.com/quem-somos/>. Acesso em: 18 jan. 2018.

CAPURRO, Rafael. Ética e informação. [Entrevista cedida a] Bruno Lara. **Observatório da Imprensa**, São Paulo, ed. 820, 14 out. 2014. Disponível em: http://observatoriodaimprensa.com.br/interesse-%20publico/_ed820_etica_e_informacao/. Acesso em: 19 jan. 2019.

CARDOSO, Rodrigo. Os evangélicos ocupam o MST. **ISTOÉ**, São Paulo, 19 set. 2014. Disponível em: https://istoe.com.br/383339_OS+EVANGELICOS+OCUPAM+O+MST/. Acesso em: 18 jan. 2019.

CARVALHO, Wesley Correia. **Manual de sobrevivência das rádios comunitárias**. São Paulo: Letras Jurídicas, 2015.

CONFERÊNCIA NACIONAL DOS BISPOS DO BRASIL. Diocese de Marília inicia Escola de Comunicação. **CNBB**, Brasília, DF, 21 fev. 2017. Disponível em: <http://www.cnbb.org.br/diocese-de-marilia-inicia-escola-de-comunicacao/>. Acesso em: 28 abr. 2019.

CONFERÊNCIA NACIONAL DOS BISPOS DO BRASIL. Raquel Dodge: “Campanha pede políticas públicas que ensejem vida digna para todos”. **CNBB**, Brasília, DF, 6 mar. 2019. Disponível em: <http://www.cnbb.org.br/dodge-campanha-pede-politicas-publicas-que-ensejem-vida-digna-para-todos/>. Acesso em: 25 abr. 2019.

DELLAGNEZZE, René. Filosofia do Direito - Ética e Moral. **Âmbito Jurídico**, Rio Grande, X, n. 41, maio 2007. Disponível em: <http://www.ambito->

juridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=1843. Acesso em: 6 dez. 2018.

FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS. **Código de ética dos jornalistas brasileiros**. Brasília, DF, 2007a. Disponível em: https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2014/06/04-codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf. Acesso em: 11 jan. 2019.

FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS. FENAJ disponibiliza texto atualizado do Código de Ética. **FENAJ**, Brasília, DF, 2007b. Disponível em: <http://fenaj.org.br/fenaj-disponibiliza-texto-atualizado-do-codigo-de-etica/>. Acesso em: 22 jan. 2019.

FRANCO, Carlos Alberto Di. **Jornalismo, ética e qualidade**. Petrópolis: Vozes, 1996.

FUNDAÇÃO PERSEU ABRAMO. História. **Fundação Perseu Abramo**, São Paulo, c2019. Disponível em: <https://fpabramo.org.br/fundacao-perseu-abramo/>. Acesso em: 25 fev. 2019.

GOMES, Helton Simões. Brasil tem 116 milhões de pessoas conectadas à internet, diz IBGE. **G1**, [S.l.], 21 fev. 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/brasil-tem-116-milhoes-de-pessoas-conectadas-a-internet-diz-ibge.ghtml>. Acesso em: 19 jan. 2019.

GONÇALVES, Maria Helena Barreto; WYSE, Nely. **Ética e trabalho**. Rio de Janeiro: Senac, 1997.

HUMBERG, Maria Ernesto. **Ética na política e na empresa**. São Paulo: CLA, 2002.

INTERVOZES. Cresce número de políticos donos de emissoras de rádio e TV. **Intervozes**, São Paulo, 21 mar. 2008. Disponível em: <http://www.intervozes.org.br/direitoacomunicacao/?p=20741>. Acesso em: 14 abr. 2019.

INTERVOZES. Projeto voltado à transparência da mídia é lançado no Brasil. **Intervozes**, São Paulo, 20 jun. 2017. Disponível em: <http://intervozes.org.br/projeto-voltado-a-transparencia-da-midia-e-lancado-no-brasil/>. Acesso em: 19 jan. 2019.

JAPIASSÚ, Hilton; MARCONDES, Danilo. **Dicionário básico de Filosofia**. 4. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.

JOÃO. O evangelho segundo João. *In*: BÍBLIA Sagrada: o Novo Testamento de nosso senhor Jesus Cristo. Tradutor: João Ferreira de Almeida. Campinas: Os Gideões Internacionais, 2011. p. 181-233.

KARAM, Francisco José Castilhos. **Jornalismo, ética e liberdade**. 4. ed. São Paulo: Summus Editorial, 2014.

MAMOU, Yves. “**A culpa é da imprensa!**”: ensaio sobre a fabricação da informação. São Paulo: Marco Zero, 1992.

MARÇAL, Anderson. Formar bons cristãos e honestos cidadãos. **Canção Nova**, São Paulo, c2019. Disponível em: <https://formacao.cancaonova.com/igreja/catequese/formar-bons-cristaos-e-honestos-cidadaos/>. Acesso em: 18 jan. 2019.

MARIANO, Ricardo. Por que os evangélicos conservadores votam em Jair Bolsonaro? **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 16 out. 2018. Disponível em: <https://facesdaviolencia.blogfolha.uol.com.br/2018/10/16/por-que-os-evangelicos-conservadores-votam-em-jair-bolsonaro/>. Acesso em: 18 jan. 2019.

MARTINO, Luís Mauro Sá; MARQUES, Ângela Cristina Salgueiro. **Ética, mídia e comunicação**: relações sociais em um mundo conectado. São Paulo: Summus Editorial, 2018.

MARTINS, Helena. Democratização e cidadania é o desafio na comunicação. **Exame**, Brasília, DF, 16 set. 2014. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/brasil/democratizacao-e-cidadania-e-o-desafio-na-comunicacao/>. Acesso em: 19 jan. 2019.

MAZOTTE, Natalia. Mídia NINJA: um fenômeno de jornalismo alternativo que emergiu dos protestos no Brasil. **Knight Center**, Austin, 25 jul. 2013. Disponível em: <https://knightcenter.utexas.edu/pt-br/blog/00-14113-midia-ninja-um-fenomeno-de-jornalismo-alternativo-que-emergiu-dos-protestos-no-rio-de->. Acesso em: 10 jan. 2019.

MEDEIROS, Catiana de. “Jamais percam sua fé revolucionária”, diz Papa Francisco aos movimentos populares. **MST**, [S.l.], 12 jul. 2015. Disponível em: <http://www.mst.org.br/2015/07/12/jamais-percam-sua-fe-revolucionaria-diz-papa-francisco-aos-movimentos-populares.html>. Acesso em: 18 jan. 2019.

MENEZES NETO, Antonio Julio. A Igreja Católica e os movimentos sociais do campo: a teologia da libertação e o movimento dos trabalhadores rurais sem terra. **Cad. CRH**, Salvador, v. 20, n. 50, p. 331-341, Maio/Ago. 2007. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ccrh/v20n50/v20n50a10.pdf>. Acesso em: 30 jan. 2019.

MÍDIA NINJA. Quem somos. **Mídia Ninja**, [S.l.], c2019. Disponível em: <https://knightcenter.utexas.edu/pt-br/blog/00-14113-midia-ninja-um-fenomeno-de-jornalismo-alternativo-que-emergiu-dos-protestos-no-rio-de->. Acesso em: 20 abr. 2019.

MINISTÉRIO das Comunicações atualiza lista com dados de emissoras. **Governo do Brasil**, [S.l.], 25 out. 2011. Disponível em: <http://www.brasil.gov.br/governo/2011/10/ministerio-das-comunicacoes-atualiza-lista-com-dados-de-emissoras>. Acesso em: 23 jan. 2019.

MODESTO, Cláudia Figueiredo. Rádio, poder e política. **Observatório da Imprensa**, São Paulo, ed. 538, 19 maio 2009. Disponível em:

http://observatoriodaimprensa.com.br/interesse-publico/radio_poder_e_politica/. Acesso em: 9 abr. 2019.

NOGUEIRA, Paulo. A morte das revistas semanais brasileiras. **DCM**, São Paulo, 3 out. 2015. Disponível em: <https://www.diariodocentrodomundo.com.br/a-morte-das-tres-revistas-semanais-brasileiras-por-paulo-nogueira/>. Acesso em: 11 jan. 2019.

OLIVEIRA, Marina. RSF e Intervezes lançam relatório “Quem Controla a Mídia no Brasil”. **Portal IMPRENSA**, São Paulo, 1 nov. 2017. Disponível em: <http://portalimprensa.com.br/noticias/brasil/79822/rsf+e+intervezes+lancam+relatorio+quem+controla+a+mídia+no+brasi>. Acesso em: 19 jan. 2019.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **A informação no Rádio**: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos. 5. ed. São Paulo: Summus Editorial, 1985.

OS 10 jornais impressos mais lidos no Brasil. **Maringá Post**, Maringá, 2016. Disponível em: <https://maringapost.com.br/ahduvido/maiores-jornais-impressos-brasil/>. Acesso em: 12 dez. 2018.

O QUE é Igreja Pentecostal. **Significados**, [S.l.], 14 jun. 2019. Disponível em: <https://www.significados.com.br/igreja-pentecostal/>. Acesso em: 31 jul. 2019.

PASSOS, José Davi. **A busca da excelência moral do homem**: o nascimento e desenvolvimento da ética na Antiguidade. Jundiaí: Paco, 2017.

PEDROSO, Rosa Nívea, Elementos para conhecer algumas das condições de construção do discurso jornalístico. **Comunicação & Sociedade**, São Bernardo do Campo, ano 23, n. 36, p. 33-52, 2 sem. 2001. Disponível em: <https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO/article/view/4245/3944>. Acesso em: 1 fev. 2019.

PERUZZO, Cicilia M. Krohling. Fundamentos teóricos das Relações Públicas e da Comunicação Organizacional no terceiro setor: perspectiva alternativa. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, v. 20, n. 1, p. 89-107, jan./abr. 2013. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/13641/9201>. Acesso em: 10 jan. 2019.

PERUZZO, Cicilia M. Krohling. Relações públicas com a comunidade: uma agenda para o século XXI. **Comunicação & Sociedade**, São Bernardo do Campo, ano 21, n. 32, p. 45-67, 2. sem. 1999.

PESSOA, Gabriela Sá; PITOMBO, João Pedro. Políticos repassam concessões de rádio e TV para parentes. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 27 jul. 2017. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2017/07/1904653-politicos-repassam-concessoes-de-radio-e-tv-para-parentes.shtml>. Acesso em: 9 abr. 2019.

PLAISANCE, Patrick Lee. **Ética na comunicação**: princípios para uma prática responsável. Tradução de Joice Elias Costa. Porto Alegre: Penso, 2011.

RODRIGUES, Marcelo Netto. Os filhos da Teologia da Libertação. **Brasil de Fato**, [S.l.], 6 out. 2010. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/node/4379/>. Acesso em: 25 abr. 2019.

RUBOO, TÁCILA. Dia do Jornalista: quais as principais dificuldades da profissão? **Portal Comunique-se**, São Paulo, 7 abr. 2017. Disponível em: <https://portal.comuniquese.com.br/dia-jornalista-quais-principais-dificuldades-da-profissao/>. Acesso em: 16 jan. 2019.

SÁ, Antonio Lopes de. **Ética profissional**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2015.

SANTOS, Diego Luz. **Democracia da informação no jornalismo em Salvador: ética do cuidado nos programas sensacionalistas da televisão e sua influência na opinião pública**. Orientador: Wilhelm Wachholz. 2011. 56 f. Dissertação (Mestrado em Teologia) — Faculdades EST, Salvador, 2011. Disponível em: http://dspace.est.edu.br:8080/jspui/bitstream/BR-SIFE/296/1/santos_dl_tmp184.pdf. Acesso em: 1 fev. 2019.

SASAKI, Fabio. A era da pós-verdade. **Oficina do Estudante**, Campinas, 2017. Disponível em: <http://oficinadoestudante.com.br/eventos.php/4184/A-era-da-pos-verdade.html>. Acesso em: 27 abr. 2019.

SEPTIÉN, Jaime. É possível o jornalismo ético na era da pós-verdade? **Aleteia**, São Paulo, 12 mar. 2017. Disponível em: <https://pt.aleteia.org/2017/03/12/e-possivel-o-jornalismo-etico-na-era-da-pos-verdade/>. Acesso em: 17 dez. 2018.

SOUZA JR., Daniel de Almeida e; SANTOS, Lyndon de Araújo; AMAZONAS, Maurício. **Os evangélicos e a transformação social: cultura cidadã e democracia participativa**. Campinas: Aliança Evangélica, 2014. Disponível em: <https://www.aliancaevangelica.org.br/recursos/cartilhas-e-guias-de-estudo/155-cartilha-cidada>. Acesso em: 18 jan. 2019.

SOUZA NETO, João Clemente de; SCHRAMM, Yara. A influência das representações religiosas no processo de aprendizagem do sujeito. **Cad. psicopedag.**, São Paulo, v. 6, n. 10, 2006. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/cap/v6n10/v6n10a06.pdf>. Acesso em: 30 jan. 2019.

TEMPESTA, Cardeal Orani João. Campanha da Fraternidade 2019. **CNBB**, Brasília, DF, 02 fev. 2019. Disponível em: <http://www.cnbb.org.br/campanha-da-fraternidade-2019-2/>. Acesso em: 25 abr. 2019.

VISMARI, Tayna. Fake News e os impactos que causam na sociedade. **Blog.FAPCOM**, São Paulo, 9 out. 2018. Disponível em: <https://www.fapcom.edu.br/blog/tecnologia/fake-news-e-os-impactos-que-causam-na-sociedade.html>. Acesso em: 23 jan. 2019.