

Sociedade da Informação e Jornalismo: campos de interação e intervenção

Debora Cristina Lopez¹

RESUMO

A reconfiguração de uma sociedade através do desenvolvimento tecnológico, econômico e social prevê adaptação de seus valores. Os processos comunicacionais, mediados ou não, apresentam-se como fundamentais no cotidiano do homem. A sociedade da informação, originária de um processo de reestruturação social, reconfigura o fazer jornalístico e seus valores fundamentais, como moral e ética, tomados como parâmetros neste artigo.

PALAVRAS-CHAVE: Sociedade da Informação, Ética, Capitalismo.

INTRODUÇÃO

Para discutir a sociedade da informação e a prática jornalística neste novo ambiente social, é determinante compreendermos, anteriormente, como se desenvolve a prática jornalística. Dessa forma, propomos, neste ensaio, uma discussão sobre as características do jornalismo e do fazer jornalismo on line relacionando-o com as evoluções sociais e das teorias do jornalismo. A proposta culmina, posteriormente, com uma discussão dos novos valores do jornalismo e da sociedade da informação, assim como em uma breve relativização desses valores e da visão utópica apresentada por alguns autores em relação a eles.

As conexões entre a evolução da comunicação e da sociedade, sempre pensando na perspectiva das alterações geradas no jornalismo também são observados nessa pesquisa. Além disso, buscamos apontar e discutir as características do jornalismo na sociedade da informação, com suas especificidades e abordagens. Os novos *media* e a comunicação trazem uma nova concepção para o jornalismo, que passa a ser pensado como um campo de interação e proximidade com o interlocutor.

Observamos, também, não somente as características dessa nova mídia, como algumas de suas conseqüências. A reconfiguração de alguns elementos o jornalismo e a responsabilidade com a verificação dos fatos no jornalismo da sociedade da informação são também contemplados,

¹ Debora Cristina Lopez é mestre em Letras pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná. Graduada em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Estadual de Ponta Grossa. É docente dos cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda do Centro Universitário FIB, em Salvador, Bahia. E-mail: derbynha@yahoo.com.br

embora de maneira mais breve nesta proposta. Pretendemos, dessa forma, apresentar e discutir as características e mudanças principais do jornalismo em seu novo ambiente social.

As discussões acerca da Sociedade da Informação e do fazer jornalístico nesse novo ambiente pressupõem a compreensão ou, ao menos, a consideração de uma série de elementos contextuais – econômicos, políticos e sociais – que a apontam como subjugada e regida pelas leis de mercado.

Um segundo momento do presente artigo versa sobre uma discussão filosófica. Trata-se de um estudo inicial sobre como, na Sociedade da Informação, os conceitos de ética e moral (já tidos como sedimentados filosoficamente), podem se alterar devido a uma série de fatores sociais, históricos, individuais, de categoria, econômicos e políticos.

Para que possamos relativizar essas conceituações, buscamos pensar a ética e a moral como uma representação, e não como uma identidade do sujeito. Devido a essa diferenciação, e ao fato de pensarmos na ambiência da Sociedade da Informação, trazemos, neste projeto, estas duas discussões como fundamentais. A proposta teórica presente neste texto concerne não só à relação entre os conceitos filosóficos e a sociedade, mas também ao jornalismo, elemento central do segundo momento de observação e análise da presente pesquisa.

Como contexto a essa base teórica, discussões de Pierre Bourdieu acerca da sociedade capitalista (ambiente econômico-social da Sociedade da Informação) e de suas relações com as questões midiológicas, sociológicas, e, em certa medida filosóficas, são apresentadas neste projeto e devem ser ampliadas no seguimento do estudo.

A partir dessas estratégias metodológicas pretende-se questionar e discutir se, efetivamente, como se crê, existe hoje uma remissão e um resgate dos conceitos de moral e ética que regiam a sociedade no final do século XIX ou se, como apresentamos como hipótese de pesquisa, está remissão se apresenta somente como uma máscara, um falseamento para uma realidade diferenciada e ainda não compreendida – ou não aceita moralmente. Dessa forma, acreditamos, antes da realização dessa pesquisa, que a moral e a ética configuram-se, na sociedade contemporânea, mais como uma representação, uma imagem a ser conservada e utilizada nas relações sociais do indivíduo do que efetivamente a sua identidade – supostamente o ambiente em que deveria estar inseridos estes conceitos.

ESPECIFICIDADES DO JORNALISMO

Para que se compreenda as relações estabelecidas pelos meios de comunicação de massa, é importante compreender, também, e inicialmente, como eles se relacionam e intervêm nos grupos em que estão inseridos. A interação social é uma das principais características da mídia, que é vista como refletora da sociedade por alguns e como interventora por outros. As teorias do jornalismo apresentam discussões e embates sobre o papel dos *media* na sociedade. As teorias dos efeitos dos meios jornalísticos têm intensa variedade e contraditoriedade:

podemos intuir que a comunicação jornalística é um elemento importante na organização da vida quotidiana. De alguma forma, as notícias, entre múltiplas outras funções, participam na definição de uma noção partilhada do que é atual e importante e do que não o é, proporcionam pontos de vista sobre a realidade, possibilitam gratificações pelo seu consumo, podem gerar conhecimento e também sugerir, direta ou indiretamente, respostas para os problemas que quotidianamente os cidadãos enfrentam. As notícias, ao surgirem no tecido social por ação dos meios jornalísticos, participam da realidade social existente, configuram referentes coletivos e geram determinados processos modificadores dessa mesma realidade (SOUSA, 2002:119).

O fazer jornalístico lida com fragmentos da realidade, que nem sempre são recompostos segundo seu contexto. Ao lidar com fragmentos do cotidiano social, o comunicador constrói também a informação de maneira fragmentada: “Os jornalistas vêem os acontecimentos como ‘estórias’ e as notícias são construídas como ‘estórias’, como narrativas, que não estão isoladas de ‘estórias’ e narrativas passadas” (TRAQUINA, 2004:21). Desta forma, os efeitos de sentido que um discurso jornalístico pode assumir em um momento histórico varia, não somente de acordo com o conhecimento de mundo do próprio comunicador e de seus co-enunciadores, mas também das ambiências históricas e informacionais em que os sujeitos e objetos do processo comunicacional se inserem. Como define Traquina (2004), o jornalista pode ser considerado um moderno contador de ‘estórias’, que lida com fatos representados fragmentariamente e, depois, a partir da remissão aos fragmentos históricos, compor o todo e assumir efeitos variados de sentido.

A prática do jornalismo é múltipla, multiconceitual, variada. Quando se pensa ou se discute jornalismo, é preciso levar em conta estas especificidades que cada produção, cada sujeito e cada ambiente comunicacional apresenta: “há a considerar que no mundo existem vários

conceitos de jornalismo, que possuem uma natureza simultaneamente social, ideológica e cultural” (SOUSA, 2002:28).

O jornalismo é, por característica, mediador, assim, por extensão, o é também seu discurso. Ele trabalha, em sua essência, com relações sociais; do mesmo modo que a pesquisa e o pesquisador, como explica Triviños (1987), não são passíveis de objetividade, isenção e não-interação, por trabalharem com processos sociais e sujeitos, também não o são o discurso e o jornalismo. Se a notícia não é o fato, mas a sua narração, não é possível que o jornalismo seja observado como uma ciência objetiva e isenta de interferências subjetivas e individuais: “O jornalismo, além de construir uma realidade social diversa da realidade vivenciada cotidianamente, constrói, ainda, futuros” (LIMA, 2002:10). O sujeito, ao pensar a elaboração do discurso, está em contato com o contexto em que se inserem os fatos e esta característica interfere no processo de elaboração e de construção da mensagem (BRANDÃO, 2002). A observação realizada no que diz respeito aos estudos de discurso aplica-se também às discussões do fazer jornalístico. O comunicador apresenta uma relação sociológica com os acontecimentos, agindo sobre eles e não somente retratando-os. O jornalista representa os fatos através da comunicação². Para tanto, apresenta, aliadas – e muitas vezes indissociadas – a eles, suas impressões e avaliações. A cada dia mais observa-se uma complexificação das relações sociais e, como consequência, da atuação do jornalismo na sociedade (LAGO, 2000). Alguns direcionamentos de pesquisa no campo da comunicação apontam para esta tendência: “Um sintoma da percepção crescente dessa complexidade é o incremento das pesquisas sobre o newsmaking³ e agenda setting⁴” (LAGO, 2000:2). A pesquisadora segue ainda destacando que, neste jogo de

² Na produção jornalística, a mensagem sofre alterações em variados níveis, um deles o do co-enunciador. Entre os níveis de intervenção na informação apresentados por Sousa (2002), estão as tecnologias utilizadas na produção, a ideologia, as interferências individuais do jornalista, o contexto histórico e as ações culturais e sociais. O autor destaca que o sentido que uma informação jornalística terá só estará determinada, como acontece nos estudos de análise do discurso, a partir do momento em que o sujeito tiver acesso a ela através de uma determinada manifestação midiático-discursiva [comentário nosso].

³ Na produção jornalística, a mensagem sofre alterações em variados níveis, um deles o do co-enunciador. Entre os níveis de intervenção na informação apresentados por Sousa (2002), estão as tecnologias utilizadas na produção, a ideologia, as interferências individuais do jornalista, o contexto histórico e as ações culturais e sociais. O autor destaca que o sentido que uma informação jornalística terá só estará determinada, como acontece nos estudos de análise do discurso, a partir do momento em que o sujeito tiver acesso a ela através de uma determinada manifestação midiático-discursiva [comentário nosso].

⁴ A hipótese do agenda setting discute como os meios de comunicação pautam as discussões da sociedade, no que se denomina de agenda pública de discussões (BARROS FILHO, 1995). Esta agenda pública seria constituída por informações às quais, a princípio, todos os co-enunciadores teriam acesso através da mídia, o que permitiria que houvesse uma interação, uma troca de informações.

negociaciones e de impressões sobre os acontecimentos e seus desdobramentos, está representado o caráter da comunicação como instrumento que supera a simples reprodução dos fatos, assumindo a identidade de atuante em um processo comunicativo que considera múltiplas variáveis. “[...] julgo que o fator tempo afeta o *news judgement*, logo até por estabelecer um conceito de atualidade. E, afetando o julgamento noticioso, afetará igualmente o processo global de *newsmaking*, nomeadamente ao nível da seleção (*gatekeeper*)” (SOUSA, 2002:47). A multiplicidade de efeitos de sentido assumida pela informação veiculada em um meio de comunicação se dá não somente a partir do repórter e/ou redator da matéria, mas se expande também para novos campos e momentos: “O poder do editor sobre o repórter, assim como o do diretor sobre o editor, realmente gera uma tendência na maneira de redigir as notícias” (DARNTON, 1995:77). Não são somente as relações internas nas redações que interferem no cotidiano social ou na informação a ser apresentada pelo meio de comunicação. O contexto das informações transmitidas também afeta a sua compreensão. A não-apresentação do contexto informacional histórico dos fatos pode aumentar os efeitos de sentido possíveis de serem assumidos pelo discurso. “Os jornais de agora parecem não ter mais pesquisa, nem memória. Busca-se loucamente o novo, a matéria de fácil apuração, com algum charme, se possível, e para rápido consumo. Nenhuma responsabilidade com a história” (COTTA, 1997:34).

Ao analisar o fazer jornalístico, seus instrumentais de produção e seu contexto, é determinante observarmos o momento histórico-econômico em que ele se insere. A comunicação brasileira ambienta-se em uma sociedade capitalista, característica que, por si, já gera alterações tecnológico-estruturais em seu perfil. Ao pensar o capitalismo como movimento social de relevância, precisamos considerar suas etapas para, a partir do enquadramento do processo de produção em questão em uma delas, passar a conhecer suas especificidades. O capitalismo apresenta, segundo Libâneo, Oliveira e Toschi (2003), quatro etapas: o concorrencial (séc. XIII ao início do séc XIX); o monopolista (séc. XIX e início do séc. XX); o monopolista de Estado (séc XX) e o concorrencial global (a partir da década de 80 do séc. XX). Duas destas etapas são determinantes para as mudanças no perfil dos processos comunicacionais instaurados nas sociedades ocidentais. A etapa monopolista, inserida na chamada segunda revolução industrial, marca o período de concentração de capital em monopólios e o início de duas ações fundamentais para as negociações de trabalho e para as redes de trocas: a intensificação da intervenção do Estado e a organização sindical, iniciando o processo de negociações coletivas. Entretanto, a

característica desta fase do capitalismo que apresenta intervenções mais diretas no fazer jornalístico é o Fordismo. Com o seu surgimento, os processos de produção e consumo em massa passam a integrar o cotidiano dos cidadãos, o que acaba gerando uma desqualificação do trabalho e um domínio da tecnologia (LIBÂNEO, OLIVEIRA E TOSCHI, 2003). Esta especificidade dos processos industriais estende-se aos comunicacionais, convertendo a informação, aos poucos, em um bem de consumo necessário e padronizado, homogeneizado.

Outra etapa determinante, na qual se enquadra a produção do jornalismo on line, é o capitalismo concorrencial global. Esta fase é considerada o ambiente da terceira revolução industrial. Trata-se do momento em que o sistema financeiro se flexibiliza – como é caro ao neoliberalismo – através da desregulação e das privatizações cada vez mais intensas. A fase concorrencial global apresenta, como características fortemente marcadas, a velocidade das alterações técnico-científicas e a valorização do conhecimento e da educação (LIBÂNEO, OLIVEIRA E TOSCHI, 2003). É o momento em que a sociedade ocidental passa a integrar a chamada Sociedade da Informação, em que o conhecimento é o bem de maior valor e que integra com mais intensidade o sistema de trocas simbólicas (BOURDIEU, 1999).

As etapas de seleção da informação envolvem os critérios de noticiabilidade (WOLF, 2003; SOUSA, 2002), os sujeitos enunciadore, locutores e co-enunciadore⁵ da notícia. Desta forma, apresentam alterações para cada uma destas figuras e a partir das opções realizadas por cada uma delas. “A ‘distorção involuntária’, que faz parte das rotinas de produção e dos valores profissionais, reproduz-se em cadeia em todas as fases do trabalho” (WOLF, 2003:202).

O jornalista, segundo os pressupostos das discussões mais atuais das teorias do jornalismo⁶, abandonaria a função de mediador, se é que em algum momento conseguiu exercê-la, tendo o discurso como estratégia para sua atuação profissional.

⁵ “Termo introduzido pelo lingüista A. Culioli, substituindo *destinatário*, para destacar que a enunciação é, de fato, uma *co-enunciação*, que os dois parceiros desempenham aí um papel ativo. Quando o enunciador fala, o *co-enunciador* comunica também: ele se esforça para pôr-se em seu lugar para interpretar os enunciados e influencia-o constantemente através de suas reações. Além disso, todo enunciador é também seu próprio *co-enunciador*, que controla e, eventualmente, corrige o que diz. A noção de *co-enunciador* inscreve-se perfeitamente na concepção interacional da linguagem” (MAINGUENEAU, 2000:22)

⁶ Já há alguns anos as discussões acerca das teorias da comunicação não observam mais a possibilidade do jornalista, durante todo o processo de fazer jornalístico, assumir a postura da propalada objetividade. Como dito, a interferência faz-se presente em distintos momentos no processo de construção da informação. Os pressupostos teóricos das teorias da comunicação na contemporaneidade, até pelo caráter interdisciplinar que a cada dia se tornam mais

Ainda assim, mantêm-se as discussões no campo da teoria. O jornalista é considerado, por excelência, mediador e/ou interventor nos processos de interação social. Sousa (2002) apresenta as diferenciações entre estas vertentes teóricas. Entretanto, duas das principais linhas da pesquisa em jornalismo, da mediação e da interação, defendem uma atuação do comunicador no processo social, no registro e/ou desenvolvimento de uma dada comunidade.

Quando pensamos em construção discursiva e variedades de postura do comunicador, deve-se levar em conta a amplitude do contexto em que este se insere. Observa-se, então, a relação de troca e interação estabelecida entre o jornalismo e a sociedade. Ambos, para que sobrevivam e sejam compreendidos, necessitam um do outro. A constante e gradual complexificação da sociedade em termos antropológicos e tecnológicos fez com que o jornalismo e a comunicação de maneira mais ampla se sedimentassem como peças chave nas próprias relações estabelecidas entre os sujeitos⁷. Hoje a sociedade é, em grande parte, virtual. O volume de informações apresentadas aos sujeitos é a cada dia maior. A informação está entre os elementos de maior valor nas relações sociais.

Entretanto, o cotidiano do jornalista não se vê alterado somente pela tecnologização social. O computador requis e facilitou a convergência tecnológica com as telecomunicações e com a micro-eletrônica, permitindo a transmissão de dados quase instantânea entre todas as regiões do planeta. Estes instrumentos são a base da Sociedade da Informação. Uma dupla via se estabelece, quando se pensa nas tecnologias como instrumento de construção e disseminação da informação e nas tecnologias como contexto em que se inserem. São diversas as alterações sofridas no fazer jornalístico pelas tecnologias usadas por um meio de comunicação. Este contexto não engloba unicamente os instrumentais utilizados pelo jornalista ao coletar e transmitir sua informação, mas também a realidade da atualmente denominada Sociedade da Informação, ou, como caracteriza Rubim (In BARROS FILHO, 2002:47), a Idade Mídia⁸, um período em que a sociedade é “transbordante de comunicação e de informação”. O autor enumera tópicos que caracterizam a contemporaneidade e que confirmam a sua conceituação, lembrando

evidentes nos estudos de comunicação, têm sido geridos pelas relações ideológicas identificadas entre os meios de comunicação e seus desdobramentos (POLITCHUK, TRINTA, 2003; SOUSA, 2002).

⁷ Estabelece-se aqui uma relação com o agenda setting e com os estudos que trabalham uma das possíveis tendências da tecnologização e da sociedade global: o rompimento de barreiras de isolamento social e fronteiras territoriais através dos meios de comunicação.

⁸ Rubim apresenta a Idade Mídia como “uma sociabilidade estruturada e ambientada pela comunicação, especialmente em sua versão mediatizada” (In: BARROS FILHO, 2002:47).

ainda que a atual sociedade da informação, ou Idade Mídia, com sua potencialização, evidencia, através das relações que presencia, um aumento nas influências geradas pelos *media* nos grupos sociais e vice-versa. Alguns dos tópicos apresentados pelo autor têm extrema relevância, quando se discute a relação mídia e sociedade: a expansão quantitativa da comunicação, assim como a diversidade das modalidades midiáticas; a mídia como elemento evidenciador da sua supremacia sobre outros grupos sociais. Na sociedade contemporânea, sistematicamente o volume de informações tem crescido, assim como a exigência dos sujeitos por uma complexidade e um desenvolvimento mais detalhado das notícias. As fontes de informação têm se multiplicado, permitindo, desta maneira, que o acesso aos fatos seja facilitado e que, na mesma proporção em que a verificação da veracidade destas informações seja questionada, a disseminação de inverdades e a distorção da compreensão dos fatos por uma saturação, um dilúvio informacional (SERVA, 2001), também cresça: “O jornal tem acompanhado intimamente, repito, os processos de desenvolvimento industrial, político e social de cada país, assumindo mesmo função construtiva da identidade nacional” (SOARES, 2003:75).

Entre as alterações centrais impostas pela tecnologização da produção jornalística, está a velocidade das informações – tanto no que concerne à rapidez com que os fatos acontecem, quanto no que se refere à transmissão das notícias pelos meios de comunicação de massa.

A urgência constitutiva da informação jornalística [...] indica uma forma de compreensão do mundo, própria à cultura ocidentalizada, que também faz parte do projeto moderno, que o reafirma constantemente, e que ajuda a compor a própria imagem da atualização tecnológica como algo não apenas necessário, mas até mesmo compulsório, inexorável (SOARES, 2003:69).

Estas alterações impostas pela Idade Mídia refletem-se no discurso absorvido e apresentado pelos meios de comunicação de massa brasileiros. Se a linguagem é a matéria-prima da comunicação e parte determinante da essência do jornalismo. São contextos sociais, culturais, políticos, econômicos, informacionais, tecnológicos e comunicacionais variados, que, entretanto, só podem seguir mantendo as estratégias de linguagem como elementos centrais na construção da informação. Os fatos, então, não são, em sua manifestação jornalística, uma literal representação da realidade, mas um reflexo de um jogo de interferências no qual age com intensidade a figura do comunicador e todo o seu conhecimento de mundo, que direciona sua avaliação – mesmo que

inconsciente – dos elementos intervenientes na informação (SOUSA, 2002).

JORNALISMO NA SI: NOVOS VALORES

A reconfiguração do fazer jornalístico na Sociedade da Informação gerou uma crítica à comunicação e ao seu contexto. Os valores sociais, assim como os valores individuais, sofrem alterações quando apresentados em novos ambientes e em relações a cada momento mais intermediadas por processos tecnológicos. Dessa forma, a relação dos comunicadores e da comunicação com a informação e com a sociedade também se reconfigura. Os interesses comerciais têm se tornado, a cada dia, mais presente nas redações dos meios de comunicação, sobrepujando, em certa medida os valores jornalísticos, despertando nos comunicadores ações como censura e auto-censura (BUCCI, 2000). O jornalismo acaba por converter-se em um plano de interesses e seus conflitos, o que acaba por eliminar ou, ao menos, minimizar o seu valor essencial: o compromisso com a verdade (HUDEC, 1980).

Rosenstiel e Kovach (2004) lembram que as normatizações do jornalismo advém justamente da observação dessa ruptura entre os limites dos interesses comerciais e das relações editoriais. Para os autores, é determinante que se visualize a necessidade e a fragilidade da independência dos jornalistas nos meios de comunicação da sociedade da informação. Em sua obra, os autores apontam novos elementos do jornalismo, necessários à configuração social em que os processos comunicacionais se inserem atualmente.

1. A primeira obrigação do jornalismo é com a verdade.
2. Sua primeira lealdade é com os cidadãos.
3. Sua essência é a disciplina da verificação.
4. Seus praticantes devem manter independência daqueles a quem cobrem.
5. O jornalismo deve ser um monitor independente do poder.
6. O jornalismo deve abrir espaço para a crítica e o compromisso com o público.
7. O jornalismo deve empenhar-se para apresentar o que é significativo de forma interessante e relevante.
8. O jornalismo deve apresentar as notícias de forma compreensível e proporcional.
9. Os jornalistas devem ser livres para trabalhar de acordo com sua consciência.
(ROSENSTIEL & KOVACH, 2004, pp. 22-23).

Os elementos do jornalismo apontados pelos autores têm estreita relação, praticamente um implicando o outro. Mas o que pretendemos ressaltar nesse momento é a potencialização, pela Sociedade da Informação, da preocupação com a verdade e da necessidade de verificação no jornalismo em todos os suportes tecnológicos. Embora seja determinante considerar que a

Sociedade da Informação, ambiente em que esta releitura realizada pelos autores está inserida, possui, como já dito, um perfil mercantilista, em que o valor de troca que a informação assume é o que lhe atribui também um valor em uma perspectiva subjetiva. Esta realidade faz com que, em grande medida, seja questionado o suposto compromisso com a verdade que Rosenstiel e Kovach (2004) propõem. Não existe, no fazer jornalístico da Sociedade da Informação, um desejo benevolente, uma ansiedade pura em informar e cumprir com a discutida função social do jornalismo. A quase totalidade dos provedores de informação localizados na quarta fase do capitalismo está enquadrada no espírito mercantilista e dominador do neoliberalismo. Passa a existir, então, uma reconfiguração da ação de informar: ela deixa de ser eminentemente social para converter-se em uma atividade econômica (TREMBLAY, 1995). Desta forma, comunicadores buscam por estratégias de exploração da informação, que passa a ser vista, na Idade Mídia, como matéria-prima para a elaboração de novos bens. Essa é a perspectiva adotada pela quarta fase do capitalismo e que tem como fundamento o uso do capital intelectual (WEBSTER, 2003). O valor da informação passa então a ser medido a partir da perda que teria o sujeito caso ele não tivesse acesso a ela. Até porque os sujeitos que vendem a informação não a perdem, mas a reproduzem e, ao uni-las a demais informações agregadas e racionalizá-las, passa a convertê-las em conhecimento.

A questão da verdade das informações e do valor que ela assume perante os grupos sociais ainda é, entretanto, discutido. Remete-se, aqui, novamente às questões do tempo e da saturação da informação. O jornalismo, que sempre teve na verificação das informações e no compromisso com a verdade – acima da veracidade – uma de suas mais intensas características, tem sido relegado ao jornalismo de informação, à prática da obtenção da informação em fonte única e da especulação das notícias. A interpretação pura, mesmo que sem verificação ou apuração mais detalhada, tem assumido, no cotidiano jornalístico, valor de verdade. “Nesta era de notícias 24 horas, os jornalistas agora passam mais tempo procurando alguma coisa para acrescentar as suas matérias, geralmente interpretação, em lugar de tentar descobrir e checar, de forma independente, novos fatos” (ROSENSTIEL & KOVACH, 2004, p. 119). O jornalismo declaratório, que se utiliza das falas como fatos, é a cada dia mais presente na mídia.

Ainda entre as conseqüências geradas pela tecnologia dos processos comunicacionais à informação e à sua verificação, aliada à pressão do tempo, está a exigência da sociedade atual de fornecimento de alto volume de informações. “Enquanto gastam mais tempo tentando

sintetizar a enorme massa de informação que tiram dos portais da Internet, os jornalistas correm o risco de se tornarem mais passivos” (ROSENSTIEL & KOVACH, 2004, p. 120). Com o acréscimo de informações a cada dia mais constante e a exigência maior de contextualização ampla (mesmo que não reflexiva e/ou verificada), além da necessidade de transmitir as informações rapidamente, para que sejam consumidas imediatamente, na perspectiva do tempo real, muitas vezes a verdade das informações passa a ser vista fragmentada e fragilizadamente. A informação transmitida ao vivo exige mais responsabilidade e articulação do jornalista. Transmissões, por exemplo, emitidas do palco dos acontecimentos, o que Meditsch (2001) classifica como vivo de quarto grau, demandam uma preocupação com verificação e contexto valorativo das informações.

É necessário, entretanto, relativizar esta compreensão da verdade nos processos comunicacionais da Sociedade da Informação. Valores tidos como sedimentados até há pouco tempo, hoje são indefinidos e, em grande proporção, desconhecidos. Lançar um olhar sobre a sociedade e suas relações, atualmente, exige do pesquisador uma multiplicidade de compreensões cada vez maior. Para que consiga pensar um processo social ou cultural, é necessário ter em mente suas manifestações e representações perante a um cotidiano de fatos e eventos que direcionam suas rotinas e as retinas dos agentes sociais e pesquisadores, que constroem perspectivas diversas sobre aquele ambiente social. As representações sociais e políticas intervêm e também são afetadas por estas novas moral e ética. Buscamos, assim, compreender como a moral e a ética são representadas em uma sociedade reconfigurada, em que a informação, a imagem e o individualismo se apresentam como elementos sociais fundamentais. Este valor individualizante, característico do capitalismo, pode ser apresentado como um dos elementos componentes do novo referencial de verdade e moral da sociedade. “Penso no que foi chamado de “retorno do individualismo”, espécie de profecia auto-realizante que tende a destruir os fundamentos filosóficos do *welfare state* e, em particular, a noção de responsabilidade coletiva” (BOURDIEU, 1998: 15-16). A sociologia e a economia política nos permitem compreender a filosofia. “A globalização não é uma homogeneização, mas, ao contrário, é a extensão do domínio de um pequeno número de nações dominantes sobre o conjunto das praças financeiras nacionais” (BOURDIEU, 1998:54). As mudanças ocorridas nas relações de trabalho e de trocas econômicas refletem nas trocas simbólicas e nos permitem a relativização de conceitos até então sedimentados.

Tomamos, como hipótese central, a idéia de que, ao contrário do que defendem alguns autores, hoje não há uma simples apropriação dos conceitos de moral e ética filosóficos, marcadamente discutidos no final do século XIX, mas sim, existe uma reconfiguração desses conceitos, que são apresentados simplesmente como uma imagem, como uma representação de um ideal, e não como a identidade efetiva da população e, extensivamente, do jornalista. As relações entre ética e moral filosóficas, presentes no século XIX, são vistas como apropriadas pela Sociedade da Informação. Entretanto, essa retomada pode ser relativizada como tendo sido realizada como uma reação às conseqüências da industrialização e do capitalismo. Assim, ela se daria muito mais no campo da especulação teórica e menos do cotidiano e das realizações sociais atuais.

Muito desta reconfiguração refere-se ao abandono das preocupações com o desenvolvimento sociais em prol do progresso, em uma perspectiva eminentemente econômica (BUARQUE, 1993). Nos anos 80, década de marca a passagem do sistema capitalista para o concorrencial global, a sociedade estava transitando de um modelo centralista, com intensa intervenção do Estado e centralizado nas necessidades sociais para um modelo mais focado no desenvolvimento, centralizado nas necessidades do mercado e estabelecendo com ele uma relação de intercâmbio que acabava por estabelecer uma interdependência. Trata-se de uma mudança gerada pelo abandono de modelos de gestão estatais e com o estabelecimento do neoliberalismo como base social e política. Neste momento, há uma conversão de uma política de valorização da sociedade para uma preocupação com o indivíduo e uma desvalorização da coletividade (TREMBLAY, 1995). Essa individualização, em muitos momentos exacerbada, potencializada pelo sistema capitalista, descarta, conscientemente ou não, muitas das crenças subjetivas agentes determinantes da moral. “Todos esse semi-habilitados em matéria de economia evitam, evidentemente, levar em conta os custos reais, a curto e sobretudo a longo prazo, da miséria material e moral” (BOURDIEU, 1998:14).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Observamos, na busca por esta identidade social e sua representação anteriormente apresentadas, apontar e relativizar novas concepções de ética e moral na Sociedade da Informação. Seguindo os pressupostos multidisciplinares a que nos propomos – e na tentativa de

evitar lançar um olhar reducionista ou de senso comum sobre essa questão – optamos por tomar, como centrais, discussões filosóficas e sociais sobre os pressupostos morais e éticos da sociedade, além de conhecer e considerar na análise realizada as características e especificidades dos processos comunicacionais regidos pela e focados na informação.

Procuramos, desta maneira, integrar discussões que, em muitos momentos, são vistas como corriqueiras e, por isso mesmo, simplistas, tais como a relação entre moral e ética – crucial para o desenvolvimento deste estudo. Se, como lembrou Renato Ortiz⁹ em sua fala na Cátedra Andrés Bello, muitas das discussões realizadas hoje acerca desses conceitos remontam aos estudos filosóficos do final do século XIX, é preciso relativizar o contexto em que o uso destes conceitos se inserem, a representação e a identidade que assumem perante a uma sociedade que apresenta características econômicas, políticas e sociais distintas, conforme discutiremos adiante.

Os estudos acadêmicos que envolvem e discutem comunicação e sociedade, na perspectiva ética, raras vezes relativizam o contexto em que se insere a prática do jornalismo. Isso acaba por gerar uma distorção na compreensão dos conteúdos, além do discutido distanciamento entre as perspectivas teóricas da ética jornalística e o cotidiano dos jornalistas nas redações. Trata-se de uma discussão necessária, tanto para desmistificar a imagem de que a nova ética e a nova moral da sociedade da informação são uma mera recorrência a conceitos antigos, sem revê-los, quanto para aproximar as discussões nesse campo dos comunicadores e estudantes de comunicação que, através de uma discussão e relativização dos conceitos filosóficos, podem minimizar a barreira existente entre as discussões éticas e as implicações éticas da atuação do jornalista.

⁹ ORTIZ, Renato. “Cultura, Mundo Globalizado e o Lugar da América Latina”. Palestra de abertura da Cátedra Andrés Bello 2005. Núcleo de Estudos de Cultura e Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade da Universidade Federal da Bahia. 04 de julho de 2005.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARROS FILHO, Clóvis de (org.). **Comunicação na Polis**: ensaios sobre mídia e política. Petrópolis: Vozes, 2002.

_____. **Ética na comunicação**: da informação ao receptor. São Paulo, Moderna:1995.

BOURDIEU, Pierre. **A Economia das Trocas Simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 1999.

_____. **Contrafogos**: táticas para enfrentar a invasão neoliberal. São Paulo: Jorge Zahar, 1998.

BRANDÃO, Helena H. Nagamine. **Introdução à Análise do Discurso**. Campinas: EdUnicamp, 2002.

BUARQUE, Cristovam. **A desordem do progresso**. 4ª ed. São Paulo:Paz e Terra, 1993.

BUCCI, Eugênio. **Sobre Ética e Imprensa**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

COTTA, Pedro. **Calandra**: o sufoco da imprensa nos anos de chumbo. São Paulo: Bertrand Brasil, 1997.

DARNTON, Robert. **O beijo de Lamourette**. São Paulo: Cia. das Letras, 1995.

FERREIRA, Giovandro. Contribuições da Análise do Discurso para os Estudos em Jornalismo. In: FRANÇA, Vera, WEBER, Maria Helena PAIVA, Raquel, e SOVIK, Liv (orgs.). **Livro do XI Compós 2002**: estudos de comunicação ensaios de complexidade 2. Porto Alegre: Sulina, 2003.

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

HUDEC, Vladimir. **O que é o jornalismo?** Lisboa: Editorial Caminho, 1980.

LAGO, Cláudia. **O romântico no jornalismo**: uma proposta para análise do campo jornalístico. Trabalho apresentado no XXIII Intercom, Manaus, 2000.

LIBÂNEO, José Carlos; OLIVEIRA, João Ferreira; TOSCHI, Mirza Seabra. As transformações técnico-científicas, econômicas e políticas. IN: **A educação escolar**: políticas, estrutura e organização. São Paulo: Cortez, 2003.

LIMA, Marcus Vinicius Assis. **Jornalismo e “Construção de Futuros”**. Trabalho apresentado no Congresso da Asociación Latinoamericana de Investigadores en Comunicación (ALAI), 2002, Bolívia.

MAINGUENEAU, Dominique. **Termos-Chave em Análise do Discurso**. Belo Horizonte, MG: Ed. UFMG, 2000.

MEDITSCH, Eduardo. **Radio na era da informacao**: teoria e tecnica do novo radiojornalismo. Florianopolis: Insular, 2001.

POLISTCHUK, Ilana; TRINTA, Aluizio Ramos. **Teorias da comunicação**: o pensamento e a prática da comunicação social. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

ROSENSTIEL, Tom; KOVACH, Bill. **Os elementos do jornalismo**: o que os jornalistas devem saber e o público exigir. 2ª edição. São Paulo: Geração Editorial, 2004.

SERVA, Leão. *Jornalismo e desinformação*. São Paulo: SENAC, 2001.

SOARES, Luiz Felipe Guimarães. A Serviço da Deusa Urgência. **Revista Fronteiras** – estudos midiáticos. Vol. V. n° 2. Dezembro de 2003. São Leopoldo, RS: Unisinos.

SOUSA, Jorge Pedro. **Teorias da Notícia e do Jornalismo**. Chapecó: Argos, 2002.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**. Vol I – Porque as notícias são como são. Florianópolis, SC:Insular, 2004.

TREMBLAY, Gaetan. **The Information Society**: from Fordismo to Gatesism. Canadian Journal of Communication, vol. 20, n.4, 1995.

TRIVIÑOS, Augusto N.S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1987.

WEBSTER, Frank. The Information Society Revisted. In: LIEVROUW, L. e LIVINGSTONE, S. (orgs.) **The Handbook of New Media**. Londres: Sage, 2003.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Presença, 2003.