



## **Aproximações e distanciamentos dos discursos do manual de jornalismo da EBC e dos princípios editoriais das organizações Globo<sup>1</sup>**

Iluska Coutinho<sup>2</sup> e Caio Cardoso de Queiroz<sup>3</sup>

**Resumo:** O recente lançamento do documento ‘Somente a verdade – Manual de jornalismo da Empresa Brasil de Comunicação (EBC)’, colocou a discussão sobre critérios da rotina de produção do jornalismo em destaque. Em alguma medida essas discussões sobre os parâmetros que guiam a prática jornalística também haviam sido publicizadas, e adquirido relativo destaque, em 2011 quando as Organizações Globo anunciaram a publicação de um documento com os ‘Princípios Editoriais’ do grupo de empresas de comunicação que compõem o grupo. Apesar de terem objetivos diferentes, os dois documentos partem da mesma base: a rotina de trabalho dos jornalistas. A proposta do texto é analisar esses fazeres jornalísticos, ou discursos das organizações de mídia sobre eles, e compreender quais são as características que aproximam e distanciam as orientações e perspectivas normativas das duas empresas, distintas em sua origem e atuação, mas que declaram ter como finalidade o serviço público.

**Palavras-chave:** Jornalismo, Rotinas Profissionais, Ética, Princípios Editoriais, Serviço Público.

### **1. Introdução**

A rotina de produção jornalística é regida, em todo o tempo, por conflitos e tensionamentos de ordem prática como a seleção da pauta, tempo de construção da notícia, escolha das fontes e até mesmo o suporte no qual este material será veiculado. Porém estas escolhas não seguem um padrão de consequências obrigatórias, dado que os fatos motivadores da notícia, que estão na ponta da produção jornalística, podem variar imensamente. Isso condiciona o profissional a lidar com diferentes caminhos de processamento dessa realidade para que se alcance, por meio da “objetividade jornalística”, o foco de informar o público com qualidade.

Esses diferentes caminhos que podem ser adotados na busca pela notícia são permeados por uma série de questões relativas ao relacionamento do jornalista com os agentes da notícia, com os colegas de profissão, com o veículo e também com o público

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na DT1 - Jornalismo, no XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste - Bauru, SP

<sup>2</sup> Jornalista, mestre em Comunicação e Cultura (UnB) e doutora em Comunicação (Umesp/ Columbia University). Professora do departamento de Jornalismo e do mestrado em Comunicação da UFJF. Bolsista produtividade 2 (CNPq), desenvolve pesquisa sobre o telejornalismo público. [iluskac@globocom](mailto:iluskac@globocom)

<sup>3</sup> Bolsista do PET-Facom, é aluno do curso de Jornalismo da UFJF e integra o grupo de pesquisa Jornalismo, Imagem e Representação (CNPq-UFJF). [caiocardosode@yahoo.com.br](mailto:caiocardosode@yahoo.com.br)



em geral. Questionamentos da ordem de valores pessoais, da divisão entre o que é bom ou não, das coisas que podem ou não ser feitas na cobertura de algum fato passam a ter efeito forte sobre a atuação destes jornalistas, dentro e fora das redações.

As regras que determinam os limites da atuação dos jornalistas na construção da notícia podem ser vistas como advindas de parâmetros éticos, nos quais as reflexões entre “bom” e “mau” jornalismo será preponderante nas escolhas. Estes parâmetros constam de códigos deontológicos, que determinam, por consenso, o que “se faz” e o que “não se faz” na atividade profissional.

Claudio Abramo (1988, p.167) afirma que “[...] o jornal tem um programa, um projeto. Esse projeto pode estar impresso, escrito, falado, entendido ou subentendido entre o chefe da redação, o dono do jornal e o pessoal da redação”. Geralmente, as empresas ou instituições representativas das classes formalizam esses preceitos em diretrizes e por meio de cartas de deveres para os jornalistas, sendo que a principal temática abordada é o compromisso com o interesse público com informações de qualidade.

É a partir da análise de publicações das Organizações Globo e da Empresa Brasil de Comunicação sobre a prática profissional dos jornalistas que realizamos o presente trabalho. Ambos os documentos tratam, da formalização de princípios que regem a produção do material jornalístico por eles veiculado em todos os meios de comunicação. Os documentos guardam uma série de diferenças e semelhanças entre si, primeiramente em função da intenção do lançamento de cada um dos “códigos” e também de seu formato e organização. O que justifica sua análise é a necessidade de compreensão sobre o que as organizações manifestam ser seu pensamento sobre a atividade jornalística, o papel de seus profissionais e as relações que se constroem, por meio da notícia, na mediação entre veículo e público.

## **2. A formalização de regras e preceitos da prática jornalística**

Os códigos deontológicos que se dedicam às determinações do mundo de trabalho do jornalista têm uma intenção de atuar com caráter consultivo interno dos profissionais no âmbito das redações, podendo ser utilizados para balizar as avaliações e/ou questionamentos sobre o trabalho destes. Podemos entender ainda que códigos de ética acabam por se manifestar não somente de maneira formal e explícita, mas também



com base nos hábitos já consagrados destes profissionais, como um discurso oculto, subjacente à atividade jornalística numa ação consensual do que se pode ou não fazer.

Phillip Meyer (1989) coloca que há pelo menos duas formas de códigos de ética atuando de maneira conjunta na formação do *ethos* profissional dos jornalistas. Ele destaca que, se por um lado a utilização dos códigos expressos traz consigo uma consolidação das formas ideais, que os jornalistas pensam ser a melhor forma de ação, por outro lado há também a existência de um código “oculto”, mais ligado à consciência de atuação dos jornalistas, sendo ele mais intuitivo e mais forte como guia nas ações para solucionar dilemas.

Dilemas éticos são ponto de destaque na formação deste *ethos* jornalístico, na medida em que esta formação de identidade das práticas profissionais são atravessadas pelos conflitos diariamente colocados. Meyer (1989) lembra que as responsabilidades éticas e as formas legais nem sempre estão em consonância e se pergunta desde quando os jornais se colocam como portadores do direito de passar as formas legais em defesa de uma responsabilidade ética? E como caracterizar jornais que ignoram seu papel social e moral por observar as normas e brechas legais de atuação.

Traquina (2002) trata este o *ethos* jornalístico atualmente por meio de um pensamento no qual o jornalismo praticado é o próprio veículo de comunicação no qual ele se veicula, para equipar os cidadãos com instrumentos vitais para o exercício dos seus direitos e a expressão de suas preocupações. Olhando desta maneira, na qual o jornalismo se confunde com o veículo, temos que as práticas jornalísticas se ligam muito fortemente às práticas da empresa para a qual ele trabalha, por mais que esta empresa se coloque como guardiã e fiscalizadora dos direitos do seu público.

Desta maneira, procuramos aqui analisar quais são as diferenciações entre os documentos normativos e deontológicos das Organizações Globo e da EBC, tendo como ponto de partida alguns textos chaves no estudo do jornalismo e os documentos publicados pelas empresas. É exatamente por meio da análise comparativa para o entendimento dos pontos básicos e mais consolidados em torno da prática jornalística nestes veículos buscamos uma compreensão das ações dos profissionais e dos itens que podem influenciar de alguma maneira a identidade profissional da categoria.

Quando analisa a ética profissional do jornalista, ABRAMO (1988, p, 109) ressalta que “A ética do jornalista é a ética do cidadão. O que é ruim para o cidadão, é ruim para o jornalista”, seguindo de perto a lógica de que o jornalismo tem um serviço cujo principal caráter é o interesse público. Porém, logo depois ele destaca que



“Evidentemente, a empresa tem a sua ética, que é a dos donos. Pode variar de jornal para jornal, mas o que os jornalistas deveriam exigir seria um tratamento mais ético da empresa com relação a eles e a seus colegas” (ABRAMO 1988, p.109).

Em razão desta defesa da função social da prática jornalística, dos deveres morais e éticos envolvidos na prática profissional, diversos organismos internacionais passaram a elaborar códigos de ética para os jornalistas, evitando que a prática jornalística seja mais intuitiva e dando um caráter mais delimitado às ações. Francisco Karam em seus trabalhos recupera o código de ética para a profissão criado em 1910, em Kansas (EUA) e cita também o Código de ética dos Jornalistas Franceses, datado de 1918. No contexto brasileiro, o autor lembra o Código de ética dos jornalistas brasileiros, editado pela primeira vez em 1985 e o código de ética da Associação Nacional de Jornais, de 1991.

Na maior parte dos casos citados acima, os códigos são documentos editados por entidades representativas de classes dos trabalhadores em jornalismo ou de empresas, mas essa prática de formalização das diretrizes pode ser feita também dentro de cada empresa para além da padronização do “manual de redação”. Nos dois documentos que baseiam a análise do presente trabalho, a intenção da empresa é dar um aspecto de transparência às práticas e rotinas de atuação dos jornalistas na produção da notícia, mando-se aí uma diferença para os códigos de ética já existentes, que tem característica normativa de consulta interna dos profissionais. Neste caso, além da explicitação da linha de trabalho da empresa, há uma perspectiva muito mais forte de diálogo com o público.

É pautado neste diálogo constante do profissional com o público que Phillip Meyer (1989) afirma que os códigos de ética da profissão se expressam por meio de duas linhas básicas da prática profissional: a do comportamento ético e da aparência ética de atuação. Segundo ele, o trabalho jornalístico tanto deve ser ético quanto deve parecer ético, pois é se assim ele não parecer, a confiança do público com o jornalista fica abalada, não atendendo ao preceito básico da credibilidade à informação. Tanto os Princípios Editoriais das Organizações Globo quanto o Manual de Jornalismo da EBC tratam a produção jornalística nestes dois âmbitos de maneira clara.

Os Princípios Editoriais das Organizações Globo foram publicados em Agosto de 2011 nos sites do Grupo e devidamente anunciados em todos os programas jornalísticos da Rede Globo, como parte de uma explicitação e prestação de contas das empresas para com o público. O documento é composto por uma introdução assinada



pelos presidentes das Organizações Globo, por uma “Breve definição de jornalismo” e outras três seções, a primeira trata de esmiuçar “Os atributos da informação de qualidade”, subdividido entre isenção e correção jornalísticas, além de agilidade como caráter inerente à prática de produção de notícias. A segunda seção aborda “Como o jornalista deve proceder diante do público, dos colegas e do veículo para o qual trabalha”, muito dentro desta perspectiva de normatização da postura profissional para garantia da credibilidade do trabalho. A terceira seção sintetiza “Os valores cuja defesa é um imperativo do jornalismo”, onde a empresa reafirma uma postura imparcial e afastada, cujo compromisso público é de produzir jornalismo com vistas a um primeiro conhecimento sobre os fatos.

Vale destacar que o documento o tempo todo se coloca como um reforço na relação de confiança entre a empresa e o público, partindo de uma relativização das ideias de ‘verdade’ e ‘objetividade’ jornalística. Apesar de dar clareza ao que a empresa chama de “princípios editoriais”, em todos os momentos o texto trata muito mais da transparência das práticas jornalísticas e da reafirmação de uma postura distanciada e vigilante com relação ao poder estabelecido na sociedade do que da explicação de sua postura editorial. O documento tem uma breve reafirmação da sua posição de vigilante constante e isento, se dedicando mais a explicitar as normas de construção do trabalho.

Esta publicação tem, também, uma base de diálogo muito forte e clara com alguns dos princípios observados no ‘Código de ética dos jornalistas brasileiros’, da Federação Nacional dos Jornalistas – FENAJ. Até mesmo a organização temática de direitos e deveres dos jornalistas no que se refere à isenção e correção jornalísticas e à postura profissional têm um diálogo forte com este código, ainda que não use as palavras ‘Ética’ ou ‘Deontologia’ nenhuma vez sequer durante todas as 26 páginas de texto.

Com características diferentes, de um documento que se pretende mais extenso e, portanto, mais dedicado a esmiuçar as características do trabalho e se consolidar como um guia de ações do jornalismo público foi lançado, em 2013, o manual de jornalismo da EBC, chamado ‘Somente a verdade’.

Dentro de uma lógica de apresentação do documento, o manual também se inicia com um texto sobre o que é o jornalismo e seus principais deveres, disserta também sobre o processo de construção deste documento nas instâncias da Empresa Brasil de Comunicação. Até aí as publicações guardam semelhanças de estrutura, mas depois o Manual da EBC se divide em oito diferentes partes, se dirigindo de maneira mais detalhada e direta à produção de jornalismo da EBC.



O texto é dividido em: 1) Princípios, valores, objetivos e diretrizes, onde se colocam os princípios básicos do jornalismo praticado pela empresa e regras iniciais que guiam toda a profissão. 2) Práticas jornalísticas – Referenciais e procedimentos, onde se discute mais detalhadamente o foco da produção jornalística e alguns meios para se construir esta prática. 3) Orientações Jornalísticas e Relações Estratégicas tem pontos de aproximação e outros de distanciamento claros com os preceitos das Organizações Globo sobre a postura do profissional perante a fonte, ao público e mesmo das formas de apuração. 4) Parâmetros para a prática jornalística, onde se detalha profundamente, da pauta à edição de materiais, quais são as prática bem-vindas para o jornalismo da EBC; 5) Orientações para temas e situações específicas é uma seção destinada a temáticas recorrentes e que demandam atenção especial, como coberturas política e outras editoriais prioritárias na formação da crítica do público; 6) Ética é a menor das seções do manual, mas atravessa de maneira clara todas as outras subdivisões do texto e serve para marcar posição de uma forma de construção jornalística; 7) Estratégias para a Qualidade dá atalhos para que o jornalista e qualquer outra pessoa que leia o documento entenda o funcionamento da empresa e como agir, por dentro, construindo esse jornalismo de qualidade; a última parte, é constituída de anexos, como o código de ética dos jornalistas, a constituição Federal, a Declaração de Direitos Humanos e outros documentos que norteiam o jornalismo.

Com um trabalho claramente mais detalhado e de uma defesa marcada não somente do interesse público, mas também de minorias e tratamento de áreas prioritárias para o crescimento do Brasil, a EBC lança um manual de jornalismo claramente mais engajado, com um foco diferente daquele que se coloca como fiscalizador dos direitos do consumidor, mas também como agente (público) de mudanças e participação.

### **3. Manual de jornalismo da EBC & Princípios editoriais das Organizações**

#### **Globo: como se evidenciam as regras da rotina jornalística?**

As bases desta análise são os documentos publicados pela EBC e pelas Organizações Globo como sendo os preceitos fundamentais para o exercício jornalístico nestas empresas. Ambos tratam a atividade jornalística como responsável por traduzir uma dada realidade a um público determinado por meio da prática correta dos



profissionais do jornalismo, base da credibilidade não somente da mensagem (notícia) transmitida, mas também do próprio jornalista, do veículo perante seu público.

Todo o manual de jornalismo da EBC é voltado para a determinação de práticas que são recomendáveis aos jornalistas da empresa em sua rotina produtiva. O texto se apresenta como algo maior do que o conjunto de regras e normas de comportamentos voltados para a prática jornalística, mas engloba um “compromisso social da empresa e seus jornalistas com a busca da verdade, com a precisão, com a clareza, com o respeito aos fatos e aos direitos humanos, com o combate aos preconceitos, com a democracia e com a diversidade de opiniões e de pontos de vista” (EBC, 2013).

É importante que a empresa destaque cada uma dessas colocações que pautam, de alguma maneira, a atuação da empresa, pois deixa claro que há uma tomada de posição em favor destas situações em casos de conflito. Além disso, quando expõe-se o processo de produção do manual, fica claro que o estudo de experiências nacionais e internacionais da prática do jornalismo público, “o grupo percebeu uma deontologia transversal presente nos mais diversos manuais – especialmente ao tratar da busca da verdade, da fidelidade aos interesses da sociedade, do respeito aos direitos humanos e à democracia” (EBC, 2013). Relevante notar que o norte da produção deste documento é de fato calcado nas recomendações em torno das práticas e da rotina jornalística dos meios de comunicação.

Sobre a caracterização dos objetivos e motivações no jornalismo praticado pela EBC, alguns temas são recorrentes também nos Princípios das Organizações Globo, como empenho pela qualidade jornalística e técnica, apartidarismo, impessoalidade e mesmo a objetividade, tratada pela EBC de maneira bem mais direta. Enquanto as Organizações Globo passaram ainda por uma aproximação de pensamento entre ‘verdade’ e ‘objetividade’ jornalística como ideais profissionais inalcançáveis, o manual da EBC foi mais direto, colocando que “Entende-se como objetividade o relato determinado pelos limites dos fatos em si. Opõe-se, portanto, à subjetividade. As análises e opiniões devem ser seccionadas e identificadas como tal.” (EBC, 2013, p.29-30).

Importante ressaltar que durante todo o texto do manual de jornalismo a EBC as preocupações com as ações jornalísticas se voltam para uma atuação ética do profissional com vistas a se formar a consciência crítica dos cidadãos que são público dos produtos advindos dos veículos da empresa. Outro ponto interessante a ser observado é o estabelecimento de vias de participação efetiva de pessoas que estão de fora do jornalismo por meio de pautas colaborativas, por exemplo. A regra da atuação



dos profissionais da EBC é, segundo lembra o tempo todo o manual, a defesa dos valores de Direitos Humanos e da ética para com o cidadão que terá acesso à informação por eles veiculada.

O conceito da autoria sobre o produto jornalístico em ambos os documentos é próxima, caracterizando-o como construção coletiva da equipe de trabalho. Esta aproximação de discursos é uma consolidação do trabalho em grandes equipes e acaba por deixar de fora uma das defesas do código de ética dos jornalistas, sobre a responsabilidade do profissional sobre o que é publicado. Quando os créditos do trabalho são dados à equipe de execução, a responsabilidade pela publicação passa ser da equipe também, amenizando o conteúdo do artigo 8º do Código de ética dos jornalistas brasileiros, que determina que “o jornalista é responsável por toda informação que divulga, desde que o seu trabalho não tenha sido alterado por terceiros, caso em que a responsabilidade pela alteração será de seu autor”. (FENAJ, 2005)

Direcionando o olhar para os Princípios Editoriais das Organizações Globo, a produção jornalística está voltada completamente para o a prática profissional como formação inicial de conhecimento e apreensão de uma dada realidade. Para além desta função, o jornalismo seria mais como uma documentação histórica daquele contexto que somente seria totalmente apreendido e julgado por ferramentas historiográficas. Desta maneira, o jornalismo fica entendido como a prática de noticiar os acontecimentos imediatos, com rapidez e a maior fidedignidade possível aos acontecimentos de interesse público. Segundo o documento, quaisquer indicações de posicionamento neste tipo de material noticioso se convertem em propaganda, porque tem a função de ganhar adeptos a uma causa ou opinião.

Esta produção de conhecimento e as reflexões sobre a rotina de produção fica restrita às ações que buscam se estabelecer num espectro determinado isenção, correção e agilidade. “Porque só tem valor a informação jornalística que seja isenta, correta e prestada com rapidez, os seus três atributos de qualidade” (GLOBO, 2011), segundo o próprio manual. A partir de então o texto dos princípios editoriais da Globo passam a listar uma série de posturas que devem ser adotadas por seus profissionais em serviço, posturas que estão contempladas no ‘Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros’ de maneira ampla e que servem, neste caso, para que se alcance a isenção e a qualidade das empresas do grupo. Temas como direito ao contraditório no material jornalístico, independência governamental, laicidade, compromisso com o público entre outras características já lembradas no documento da classe jornalística.





O que se acrescenta, neste caso, é o item da agilidade como característica fundamental ao jornalismo. O documento postula que a rapidez na divulgação das notícias não deve se sobrepor à checagem correta de todos os dados contidos no material a ser veiculado. A novidade neste caso se coloca também quando são feitas determinações sobre os investimentos em tecnologias que venham a dar mais celeridade ao trabalho jornalístico e mesmo à burocratização do trabalho dos profissionais, que nunca devem servir de entrave à produção jornalística ágil. Além disso, fica expressa a prioridade em não se reter informações apuradas, salvo em situações de irrelevância do material apurado.

Ao tratar do posicionamento do jornalista da Globo, os princípios da empresa mais uma vez os termos se voltam para considerações muito próximas às do Código de ética da Fenaj. Esta segunda seção do documento se dedica às práticas profissionais e às relações desses jornalistas, haveria espaço para recomendações a conflitos éticos de modo explícito, mas esta escolha não é feita. Destaca-se então o compromisso com a fonte e o bom relacionamento com ela, mas acima de tudo com a notícia, além da necessidade de uma relação transparente entre as partes também em compromissos de não se revelar os nomes, caso seja necessário.

Na relação do jornalista com os colegas de profissão, os Princípios editoriais da Globo não tratam essas relações entre jornalistas da empresa com os profissionais das demais empresas. “De jornalistas de um mesmo veículo das Organizações Globo, espera-se espírito de colaboração. Todos numa redação têm de cooperar entre si, para que o trabalho seja o melhor possível” (GLOBO 2011). As demais recomendações seguem os parâmetros técnicos para correção, revisão e crítica do trabalho jornalístico que são capazes de garantir a qualidade e a isenção do que é produzido. As situações de contato e que exijam cooperação e colaboração entre profissionais de diferentes veículos, como casos de grandes coberturas esportivas, coletivas de imprensa e mesmo grandes casos de investigação e acompanhamento contínuo não são abordadas no documento.

A relação do jornalista com o veículo é a que menos tangencia as práticas da rotina produtiva, em suas descrições pormenorizadas. Aborda-se o sigilo da fonte como algo inviolável para o público, mas que o profissional pode e deve fazê-lo perante ao veículo. Além disso, cabe ressaltar uma diferença muito grande da formação do vínculo do profissional com o veículo para o qual trabalha nos documentos analisados, pois enquanto os ‘Princípios editoriais da Globo’ explicitam uma necessidade de fidelidade



do profissional com a empresa e normatização específica para a presença de jornalistas em plataformas na internet, blogs e perfis em redes sociais, o Manual de Jornalismo da EBC trata este aspecto de maneira menos determinada, colocando limite a essas participações somente em casos nos quais as opiniões dos veículos da EBC possam se confundir com os do profissional. Eles mantêm um mesmo fundo de ação, para que um profissional que dê sua opinião em blogs ou crítico em redes sociais não passe a falar em nome da empresa em que trabalham.

### **3.1 A quem se dirige o jornalismo dessas empresas?**

É na relação com o público que os códigos das duas empresas guardam maiores diferenciações entre si. Saltou aos nossos olhos as diferenças das relações que se constroem entre os jornalistas e o público claramente entre a concepção dos Princípios Editoriais da Globo e o Manual de Jornalismo da EBC.

Quando tratam das relações que os profissionais mantêm com o público, o Manual de Jornalismo da EBC abordam as questões relativas à rotina de produção do jornalista que tenham contato direto com o público e também as questões éticas da mediação da notícia, que será feita por este jornalista. O trato com o público que as Organizações Globo postulam como sendo de maior qualidade inclui “respeito, consideração e cortesia, em todas as formas de interação com os jornalistas e seus veículos: seja como consumidor da informação publicada, seja como fonte dela”;

Neste ponto começam a surgir as primeiras divergências, pois ambos tratam da questão ética da transmissão do material noticioso, das questões que podem agredir de uma maneira ou de outra a seu público, grosso modo tratando de sensacionalismo. Porém o tipo de relação que se estabelece em todo o documento é que pode ser melhor vista quando explicitada nesta seção, quando se percebe qual é a visão da Empresa sobre seu público. Todo o aspecto de auxílio á formação crítica da opinião por meio do jornalismo, indo além da defesa do interesse público somente, agindo como um ator social capaz de influir nas mudanças é muito mais presente no manual da EBC. Por outro lado, esta defesa do interesse público, do aspecto fiscalizador da imprensa e uma visão de prestação de serviços está muito mais intimamente ligado à prática do jornalismo comercial.

Percebe-se que a função social da atividade jornalística muda para cada um dos veículos e com isso há também uma variação na maneira com a qual o veículo se insere nesta realidade a ser noticiada. A relação entre jornalistas e veículos com o público se



mostram construídas de maneiras diversas quando a intenção de uma empresa é atender o interesse público e fiscalizá-lo, pois isso pode ser visto e pensado por um meio comercial e onde o público pode se inserir como fonte, público-alvo e como consumidor da notícia. Por outro lado, há uma preocupação em estabelecer bases para a formação das práticas de um jornalismo público (até então restrito no país), que demonstram olhar para o público com um aspecto mais formativo, buscando enxergar cidadãos em formação, por meio dos fatos, e também agentes sociais que, por vezes são excluídos dos grandes debates públicos. Se a visão do público como alvo consumidor a ser alcançado traz seus problemas, o olhar excessivamente educativo também evoca algumas situações perigosas até mesmo para a participação deste público. São intenções que precisam ser medidas constantemente na rotina de produção para que estas características não se sobreponham ao interesse público.

A defesa destes documentos como bases para a atuação do jornalismo de qualidade e que cumpram seu dever social é o caráter aglutinador de ambos os códigos. As diferenças entre eles, porém, se colocam como aquelas capazes de nos fornecer a leitura crítica de quais são as funções que o jornalismo de cada uma dessas empresas está se dispondo a fazer, seguindo os ideais expostos. É a partir de documentos assim que se buscarão compreender formações diferenciadas da identidade dos profissionais de jornalismo no Brasil, não somente buscando as críticas a estes documentos, mas também relacionando-os com uma série de regras que não são por eles expostas, mas que convivem nas redações diariamente.

#### **4. Considerações finais**

O lançamento de documentos com códigos deste tipo para os jornalistas e para as empresas são momentos importantes, pois demonstram abertura da prática e dos profissionais para o acesso de todas as pessoas não somente ao material jornalístico em si, mas também às formas de produção das quais ele decorre e que nele influem. A busca, no caso dos dois códigos analisados, é por uma maior clareza para com o público e outros veículos ou jornalistas sobre os métodos empregados na construção do jornalismo.

Os ‘Princípios Editoriais das Organizações Globo’ foram lançados em 2011, e se dedicam fortemente a rebater críticas sobre um posicionamento antigovernista dos veículos do grupo, especialmente a TV Globo e o jornal O Globo. Reafirmando o



caráter independente e fiscalizador dos veículos jornalísticos da empresa, o código procura estabelecer as regras básicas de atuação profissional dos jornalistas para manter de alguma forma a relação de confiança do público com o veículo.

O ‘Manual de Jornalismo da EBC’ decorre de um outro fluxo de críticas, semelhantes em sua essência, na medida em que acusa-se a empresa pública de Comunicação por algum grau de partidarismo, governismo ou falta de crítica às ações do governo. Em 2013 se lança este manual justamente na intenção de marcar uma diferenciação do tipo de jornalismo produzido na medida em que se trabalha detalhadamente os aspectos da produção sob um viés de serviço público estatal e não governamental.

As diferenciações entre os documentos se fazem textualmente, assim como algumas aproximações. O código da Globo se estabelece como cristalização de uma prática de longo tempo, que se consolida formalmente enquanto norma a ser trilhada pelos profissionais, enquanto o Manual da EBC se diz produto de discussões plurais, nas quais os profissionais estiveram presentes, e que busca trazer novas possibilidades de pensamentos e ações para os produtos jornalísticos das empresas.

É curioso, por exemplo, que os princípios das organizações Globo não incluam a ética profissional mesmo se dedicando a estabelecer as regras de funcionamento de seu jornalismo, mas a aproximação de suas regras às regras já estabelecidas em preceitos éticos dos profissionais é uma indicação de internalização deste pensamento ético. Por outro lado, a escolha por um detalhamento maior no Manual da EBC pode indicar que a Empresa busca se distanciar das dúvidas sobre o papel que esta tem a desempenhar enquanto agente de imprensa e, reduzindo as dúvidas sobre seu trabalho, invistam mais também na necessidade de credibilidade na construção do trabalho.

A busca pelo entendimento da construção da cultura ética jornalística atravessa o tempo todo estas determinações deontológicas na rotina produtiva. É por meio dessas relações entre os códigos de ética expressos e aqueles que não se formalizam, mas que se consolidaram como aspectos do discurso profissional, que podemos começar a compreender quais são os parâmetros éticos que se levantam nas narrativas dos próprios jornalistas sobre seus trabalhos. É com essa análise também que pode-se vislumbrar os impactos diretos ou indiretos que esta narrativa sobre ética traz, voluntária ou involuntariamente, às próprias condições de trabalho e ao produto jornalístico de qualidade.



## 6. Referências Bibliográficas

- ABRAMO, Claudio. **A regra do jogo: o jornalismo e a ética do marceneiro**. São Paulo: Companhia das Letras, 1988
- BUCCI, Eugênio. **Sobre ética e Imprensa**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.
- CÓDIGO de Ética dos Jornalistas brasileiros. Federação Nacional dos Jornalistas, 2005. Vitória – ES. Disponível em: <[http://www.fenaj.org.br/Leis/Codigo de Etica.html](http://www.fenaj.org.br/Leis/Codigo_de_Etica.html)>
- DALMONTE, Edson Fernando. **É preciso ordenar a comunicação? Questionamentos acerca da necessidade de instâncias mediadoras entre a mídia e o público**. Estudos em Jornalismo e Mídia, Vol. 8, n. 1, 2011, p.21-39. Disponível: <[www.periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2010v8n1p21](http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2010v8n1p21)>.
- KARAM, Francisco José. **Jornalismo, ética e liberdade**. São Paulo, Summus, 1997
- MEYER, Philip. **A Ética no Jornalismo**. 1987 - ed.bras. Rio de Janeiro: Forense, 1989.
- Princípios editoriais das Organizações Globo, 2011. Rio de Janeiro – RJ. Disponível em: <<http://g1.globo.com/principios-editoriais-das-organizacoes-globo.pdf>>
- TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo**. Lisboa: Quimera, 2002.
- Somente a verdade – Manual de Jornalismo da EBC. Brasília: EBC, 2013