



Tese n° (a ser preenchido pela organização/sistematização)

Tipo: avulsa

Título: A Ética no Jornalismo nas Mídias Sociais

Proponente: Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Município do Rio de Janeiro / Iara Cruz

Justificativa

O impacto tecnológico marcou profundamente a história do jornalismo afetando os processos de produção, circulação e consumo da notícia. Com isso, o jornalismo sofre constantes alterações a cada novo meio de comunicação que surge. Foi assim com o rádio, com a televisão e a internet, que abriu caminho para as mídias digitais, que permitiram que os usuários deixem de ser meros consumidores e passem a ser também produtores de informação. Os blogs e os sites de redes sociais, a exemplo do Twitter e do Facebook, estimulam a participação dos usuários na produção de conteúdo. Desta forma, circulam pela internet não apenas as informações veiculadas pela imprensa formal, mas também, o conteúdo produzido pelos usuários destas redes o que gera uma infinidade de informações no ciberespaço.

Há que se considerar, também, o WikiLeaks que, segundo o professor Rogério Christofolletti, é “o maior fator potencialmente transformador do jornalismo nos últimos anos”. Ele aponta as mudanças que vêm ocorrendo nas relações entre fontes e jornalistas, na técnica e na ética jornalística. Por tudo isso, o papel do jornalista é colocado em xeque e os valores jornalísticos como a credibilidade e a exatidão têm sua importância redobrada com a emergência das redes sociais na internet e das tecnologias digitais, uma vez que é preciso haver um “filtro” das notícias confiáveis.

Ao mesmo tempo, os mercados econômicos assistem à progressiva concentração de empresas nessa área, fato que tende a dar nova face à indústria com a convergência entre telecomunicações e mídia – sem falar no nascimento de empresas que inventam



novas maneiras de comunicar, criam nichos inéditos de mercados ou os abocanham das empresas tradicionais. As transformações edificam uma indústria diferente, uma nova mídia. Esse movimento exige a rediscussão da ética nas comunicações e no jornalismo. Exige, também, uma compreensão mais ampla desses fenômenos para entender, inclusive, como essas empresas tratam a ética. Obriga a um aprofundamento da questão moral na mídia. Em paralelo, sobrevive na formação do comunicador, do jornalista, um vácuo no que toca à ética e à moral na perspectiva da história do conhecimento, vácuo que necessita ser preenchido para um conhecimento abrangente da comunicação.

Assim, há que se considerar a importância desses valores jornalísticos a partir de notícias que circulam no ciberespaço, mais especificamente, nas redes sociais, promovendo ampla discussão da ética no jornalismo produzido e o mercado de trabalho para os jornalistas que atuam nas empresas que ‘vendem’ notícias nas mídias sociais. Considerando que há necessidade de refletir sobre as mudanças nas relações entre fontes, jornalistas e atores não propriamente jornalísticos.

No artigo “Jornalismo pós-wikileaks: Deontologia em Tempos de Vazamentos Globais de Informação”, os autores Rogério Cristofolletti e Cândida de Oliveira, (www.contemporanea.poscom.ufba.br), discutem a emergência de novas condições de operação para os jornalistas com o surgimento do Wikileaks como o maior fator potencialmente transformador do jornalismo nos últimos anos. Questionam os parentescos entre o WikiLeaks e o jornalismo e propõem uma reflexão sobre as mudanças nas relações entre fontes, jornalistas e atores não propriamente jornalísticos; sobre as mudanças na técnica e na ética jornalística; sobre provocações ético-profissionais que o WikiLeaks traz para o jornalismo. Sinalizam ainda que “o WikiLeaks – exemplo exuberante do cruzamento e conformação entre a ética hacker e a deontologia jornalística – inaugura uma tendência crescente e irreversível de parceiras que podem auxiliar no processo de desvendamento de informações de interesse público”.



Propostas:

1 - O SJPMRJ deve propor a Fenaj e aos demais sindicatos a formação de um Grupo de Trabalho para elaborar publicação/manual/ações/ferramentas de web e outras iniciativas de Ética no Jornalismo das Mídias Sociais, visando sistematizar e orientar a prática jornalística nas mídias sociais [uma vez que o atual Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, aprovado no Congresso Extraordinário dos Jornalistas, Vitória (ES), em 2007, não contempla as questões éticas referentes a atuação profissional dos jornalistas que atuam nas mídias sociais.] “Considerando que o atual Código de Ética segue a proposta do Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Município do Rio de Janeiro.”

2 - O Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Município do Rio de Janeiro deve propor que a Comissão Nacional de Ética motive as Comissões de Ética dos Sindicatos a realizarem Seminários sobre a Ética dos Jornalistas, com objetivo de promover amplo debate sobre a ética dos jornalistas que atuam nos meios digitais, ressaltando o papel do jornalista quanto a sua responsabilidade e seus valores, a credibilidade, a exatidão e a isenção nas novas mídias, entre outros. Os citados seminários municipais/estaduais devem subsidiar a realização de Seminário Nacional sobre a Ética dos Jornalistas Brasileiros a ser promovido pela Fenaj em parceria com os sindicatos dos jornalistas brasileiros.

3 - O Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Município do Rio de Janeiro deve propor que a Comissão Nacional de Ética e as Comissões de Ética dos sindicatos dos jornalistas brasileiros promovam palestras nas instituições de ensino do jornalismo para estudantes de jornalismo e professores para ressaltar a importância da ética no jornalismo, e promover a divulgação do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros e do Manual de Ética no Jornalismo das Mídias Sociais, ora proposto.