

Ética, jornalismo e nova mídia

Uma moral provisória

Caio Túlio Costa

Esse livro não apresenta um manual com listas de certo e errado nem oferece lições de conduta para os profissionais da mídia. Longe disso, o objetivo é investigar como o jornalismo tem sido praticado do ponto de vista da moralidade – desde seu surgimento até os dias de hoje, marcados por um intenso fogo cruzado de novos meios de comunicação, a nova mídia.

A pedra fundamental da reflexão sobre a imprensa foi lançada em 1690, quando o alemão Tobias Peucer defendeu uma pioneira tese de doutorado sobre o tema. Em poucas páginas, ele já apontava questões que continuam na ordem do dia e são abordadas com impressionante senso crítico nesse **Ética, jornalismo e nova mídia**.

Entre elas destacam-se as contradições do jornalismo como “negócio” e, ao mesmo tempo, atividade de interesse público; os limites da objetividade e da imparcialidade (seriam um mito?); a busca da precisão num cotidiano premido pela urgência; os ideais de verdade, justiça e credibilidade.

O grande desafio do jornalismo no século XXI é manter sua identidade em uma rede saturada de informações emitidas pelos mais diversos meios. Nessa rede intrincada, nunca foram tão tensas as relações entre “fonte”, jornalista, empresa de comunicação e público – não por acaso, ética e antiética têm andado assustadoramente próximas.

Ao relacionar filosofia, dramaturgia e literatura, estabelecendo surpreendentes ligações entre eventos distintos – como o julgamento de Sócrates, na Antigüidade, e recentes atentados promovidos em São Paulo pelo crime organizado –, Caio Túlio Costa sustenta que, apesar de todas as novidades na mídia, o modo de fazer jornalismo não mudou.

O que tem mudado é a forma de comunicação e o grau de importância atribuído ao jornalista, já que agora qualquer indivíduo pode criar e veicular produtos noticiosos, atingindo online milhões de pessoas. Essa possibilidade sim é inédita e espantosa. Mais do que nunca, portanto, é oportuno manter em pauta uma discussão aprofundada sobre ética, jornalismo e novas mídias.

CAIO TÚLIO COSTA, jornalista, doutor em ciências da comunicação pela USP, é professor de ética na Faculdade Cásper Líbero (SP) e executivo na área de comunicação. Ex-presidente do Internet Group (iG) e ex-diretor geral do UOL, que ajudou a fundar, foi também o primeiro ombudsman da imprensa brasileira, na *Folha de S.Paulo*. Entre seus livros estão *Cale-se* e *Ombudsman: O relógio de Pascal*.



288pp