

**O *Ethos* da Alegria:
um debate sobre ética e a produção social de notícias positivas¹**

**The *Ethos* of Joy:
a debate on ethics and the social production of positive news**

Flávia Lopes Sales do NASCIMENTO²

Resumo

O modelo de pensamento ético jornalístico pode ser notado pelas notícias divulgadas diariamente nos meios de comunicação. Em uma análise de qualquer veículo notamos a supervalorização de uma ética negativista em que pautas de casos de violência, corrupção, caos, desastres e crises econômicas têm maior relevância nos periódicos. Mas, essa valorização negativa é realmente o recorte da realidade que mais merece destaque? Este artigo pretende levantar um debate sobre ética e jornalismo e propor um conceito de *ethos* da alegria, (embasado nas definições de afeto desenvolvidas pelo filósofo Espinosa) que pode ser notado nas notícias que destacam aspectos positivos nos jornais.

Palavras-chave: Jornalismo. Ética. Alegria. Notícias. Imaginário.

Abstract

The model of ethical journalistic thinking can be noticed by the news published daily in the media. In an analysis of any vehicle we note the overvaluation of a negativistic ethic in which case reports of violence, corruption, chaos, disasters and economic crises are more relevant in the newspapers. But is this negative value really the reality cut that deserves more attention? This article proposes to raise a debate about ethics and journalism and to propose a concept of *ethos* of joy (based on the definitions of affection developed by the philosopher Espinosa) that can be noticed in the news that highlight positive aspects in the newspapers.

Keywords: Journalism. Ethics. Joy. News. Imaginary.

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 29 de junho a 1 de julho de 2017.

² Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação – PPGC/UFPB.
E-mail: flavia.lopes.sn@gmail.com

Introdução

Quando se fala em ética do jornalismo, o senso comum tende a restringir o conceito no âmbito das normas instituídas para a profissão, nos deveres do jornalista, e nas discussões que envolvem honestidade. No entanto, o conceito de ética para o jornalismo não se fixa apenas no que está descrito no Código de Ética dos Jornalistas. O *ethos* jornalístico vai muito além disso.

No jornalismo, podemos perceber o *ethos* analisando o “aspecto ético ou moral que o enunciador deixa entrever em seu discurso” (MARTINS apud HOFFMANN; TEIXEIRA, 2011, p. 186). O modelo de ética jornalística apresentado pode ser notado pelas notícias divulgadas diariamente nos meios de comunicação.

Com os discursos enunciados nos textos e imagens, o jornalismo é capaz de nos oferecer uma ideia de mundo já enquadrada e com interpretações prontas, o que, em geral, nos apresenta uma imagem de mundo negativo, tomado pelo caos. São noções fragmentadas da percepção que temos do cotidiano, direcionada por uma noticiabilidade do medo.

Em uma análise de qualquer veículo notamos a supervalorização de uma ética negativista em que pautas de casos de violência, corrupção, desastres e crises econômicas são bem mais veiculadas em comparação com matérias jornalísticas que divulgam boas ações coletivas, atitudes ecológicas, iniciativas do bem. Mas, essa valorização negativa é o único recorte da realidade que merece destaque?

O jornalismo tem a potencialidade de afetar a sociedade com seus discursos midiáticos, e por isso é preciso repensar a ética que cria uma cultura do medo e apresenta o cotidiano de forma fragmentada.

Na obra o Tratado teológico-político, Espinosa afirma que faz parte da felicidade compartilhar com outros o verdadeiro bem e formar uma sociedade tal que a maioria possa chegar a ele facilmente. (CHAUÍ, 2011, p. 67). Os discursos jornalísticos não teriam então como uma de suas missões contribuir para essa formação social?

A proposta desta análise é pôr as notícias positivas em primeiro plano e analisar o *ethos* positivo impregnado nos conteúdos do jornalismo. O estudo procura embasamento nas teorias de Mídia, Cotidiano e Imaginário por entendermos a

potencialidade dos discursos midiáticos produzidos no cotidiano de interferir eticamente nas nossas percepções de mundo, influenciando no nosso imaginário.

Tomamos como pressuposto básico para entender esse outro lado da mídia o conceito do afeto da alegria, um afeto positivo, assim caracterizado por Espinosa, filósofo português, pensador racionalista que relaciona libertação ao conhecimento e que atribui aos afetos grande importância na influência do corpo e da alma.

Espinosa tinha na virtude uma das essências da vida e da própria ética. Ele reconhece que a prática virtuosa é reflexiva e vê a potência dos afetos. Além disso, para ele, a virtude é a própria beatitude, felicidade do desfrute da presença de Deus, que para Espinosa é a natureza e a existência em si. (Espinosa, *Ética IV*, prop. 24). De acordo com o filósofo, existem apenas três afetos originários: o desejo, a tristeza e a alegria, este último afeto sendo um dos mais fortes por ter a potência de fortalecer a existência de um ser.

Tendo como noção de notícias positivas relatos de fatos que tratem de boas ações, histórias de superação, iniciativas ecológicas, descobertas coletivas e científicas benéficas para a sociedade, analisaremos uma matéria publicada no site Curiosamente do Diário de Pernambuco, espaço que funciona como suplemento do jornal, apenas como demonstração de como podemos perceber os afetos manifestos no discurso jornalístico, percebendo assim o *ethos* de um discurso jornalístico.

Jornalismo e sua crise ética

Os produtos midiáticos, assim como o jornalismo, sejam em qualquer plataforma, podem ser considerados como filhos da pós-modernidade e, portanto, sujeitos à crítica à tecnologia que põe a ética em crise. Quando Bauman critica os valores da pós-modernidade ele afirma que o dever de qualquer ética é visualizar os efeitos de longo tempo do “empreendimento tecnológico”. Para ele, a ética não é simples prática para administração da crise dos valores da pós-modernidade, ela deve tratar do que ainda não aconteceu, de um futuro que é “reino de incerteza e campo de jogo de enredos conflitivos.” (BAUMAN, 1997, p. 251).

Consolidando sua crítica à pós-modernidade, Bauman cita o filósofo Hans Jonas, explicando que a tecnologia pós-moderna fez nascer objetos e consequências incapazes de serem contidos pelos valores éticos. “A tecnologia moderna introduziu ações, objetos e consequências de tão nova escala, que a moldura da ética anterior não pode mais contê-las”. (JONAS, 1974 apud BAUMAN, 1997, p. 248)

O conteúdo negativista dos cadernos de notícias propaga uma mentalidade negativa, fugindo assim da missão da ética ensinada por Espinosa, a ética dos valores afetivos de existência divina, dos afetos da alegria, da virtude e da beatitude. Quando o jornalismo e o conteúdo jornalístico foca apenas nos fatos negativos e mórbidos a serem noticiados nos cadernos jornalísticos, esta ética da virtude esvai-se junto com o imaginário de imagens e discursos positivos que poderiam ser compartilhados no espaço público da sociedade.

A veiculação de notícias negativas e mórbidas, além de ferir a ética da virtude, fere ainda princípios previstos no Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros. A alínea b do artigo 13º das normas éticas jornalísticas afirma que o jornalista deve evitar a divulgação de fatos de caráter mórbido e contrários aos valores humanos. Mesmo assim, esse preceito ainda não é respeitado.

A mídia sempre abusou da violência. Os jornais sensacionalistas, por exemplo, exploram imagens de sangue, utilizando-se da violência representada, aquela que agredi-nos através do que é noticiado no jornalismo com uma produção de sentidos da ordem do grotesco e do trágico, com discursos que muitas vezes chegam a ser agressivos.

Em busca da alegria

A função do *ethos* é conectar os imaginários no espaço público e um dos objetivos do jornalismo é retratar a sociedade e os fatos sociais contribuindo também para a formação desses imaginários. Sendo assim, não teria, então, o jornalismo a missão de também buscar essa ética do bem? Podemos assim dizer que a prática jornalística encontra-se na crise ética da pós-modernidade, dita por Bauman (1997, p. 24).

Bauman explica que “o que nós e outros fazemos tem ‘efeitos colaterais’, ‘consequências não-antecipadas’, que podem abafar quaisquer bons propósitos que se fazem e produzir desastres e sofrimento que nós e ninguém quisemos ou vislumbramos” (BAUMAN, 1997, p. 25). Quais seriam então os efeitos colaterais de uma mídia negativista que propaga diariamente matérias jornalísticas com cunho negativo? É claro que todas as notícias têm sua razão de existir, sejam elas de qualquer procedência (negativa ou positiva), a função é sempre informar a sociedade.

Mas, o efeito colateral do conteúdo divulgado nos textos, nas imagens e demais produtos midiáticos são diretamente proporcionais à carga de negatividade ou positividade assimilada pela sociedade, refletindo na relação do ser humano com o mundo, no seu imaginário. Com isso, o jornalismo não estaria então contribuindo para a construção de uma sociedade com mentalidade negativa? As notícias positivas sempre estiveram em segundo plano nos cadernos dos jornais em detrimento das notícias espetaculares que contam tragédias e mostram o horror do cotidiano.

Por conta de toda essa crise ética que se vê na mídia, e principalmente no jornalismo, é que se faz necessário um estudo de uma ética positiva. O caos já esteve em evidência por muito tempo, inclusive nos anais das pesquisas acadêmicas. As notícias positivas também estão em pauta, porém sempre colocadas em segundo plano.

Quando se faz uma breve pesquisa no Google Acadêmico, colocando as palavras “notícias positivas” ou “notícias do bem”, não aparece um artigo relacionado ao tema. Logo nessa visão macro percebe-se a posição coadjuvante, para não dizer invisível, das notícias com teores positivo. É clara a preferência acadêmica de também manter a crítica voltada para os efeitos e funções negativas da mídia e dos programas midiáticos, que sempre alienam, violentam e ferem o imaginário coletivo negativamente de alguma forma. Essa visão, porém, retrata apenas produtos e conteúdos referentes à ética negativista comentada desde o início deste artigo.

A desordem no cotidiano

Em Discursos das Mídias, Patrick Charaudeau explica que os aspectos mais salientes das notícias veiculadas pelas mídias são atrelados pelo trágico, o horror, o

misterioso, o inusitado, entre outros. Ele explica que esses fatores podem ser encaixados em dois estados de mundo: um estado de desordem e um estado de triunfo da ordem social.

O primeiro é fácil de achar, pois é mais claramente perceptível por seu caráter de ruptura com normas estabelecidas, de infração às regras constitutivas da experiência humana: as guerras, a exclusão, a doença, o desemprego e todas as manifestações de transgressão à ordem social (greves, assassinatos, revoluções etc.) É o que justifica o julgamento que se repete a respeito das mídias: “só sabem dar notícias ruins”. Além disso, “um cão que morde um homem” não é, a priori, digno de ser noticiado, mas “um homem que morde um cão”, isto sim, é novidade! (CHARAUDEAU, 2013, p. 141)

Já o segundo estado, o de triunfo, é o menos esperado. “É este que faz com que apareçam heróis que, através de combates e façanhas, conseguem triunfar dos malefícios e restabelecer um benefício”. (CHARAUDEAU, 2013, p. 141). Muitas das notícias positivas podem ser enquadradas nessa perspectiva.

Para Charaudeau, os acontecimentos são selecionados em função de suas potencialidades de destaques, “que reside ora no notável, no inesperado, ora na desordem” (CHARAUDEAU, 2013, p. 141). As mídias variam então entre diversos estados, mas sempre estar representando o mundo pelas formas do inesperado, do novo e do inédito, principalmente por notícias que chocam a sociedade. Fenômenos que fogem ao habitual são sempre mais notáveis, assim o estado de desordem é que geralmente dita a ordem do dia nos noticiários.

Stuart Hall afirma que os fenômenos são noticiáveis porque representam a natureza conflituosa do mundo. No entanto, a midiaticização dos fatos sociais, antes de focar apenas no estado de desordem do mundo da vida, deve estar preocupada na produção de significados dos agentes da sociedade.

Os processos comunicativos e informacionais são instâncias estruturantes da sociabilidade, da vida no meio social. É nesse meio que contribuímos com símbolos e também buscamos referências dos significados dos fenômenos do mundo. Buscamos, através da mídia, reconhecer e conhecer o mundo. É ela que nos traz noção e percepção de lugares que nunca fomos, de acontecimentos que nunca presenciamos.

Logo, os meios de comunicação constroem uma espécie de redoma de significados, um “bios midiático” (SODRÉ, 2002), em que a cultura da vida cotidiana nem sempre é representada de forma adequada.

Por isso, Hall defende que não devemos

“permitir que tais acontecimentos permaneçam no limbo da "desordem"- devem ser trazidos aos horizontes do "significativo". Este trazer de acontecimentos ao campo dos significados quer dizer, na essência, reportar acontecimentos invulgares e inesperados para os "mapas de significado" que já constituem a base do nosso conhecimento cultural, no qual o mundo social já está "traçado". (HALL, 1999, p. 226)

A exacerbada mediação de conflitos cria uma percepção negativa acerca do mundo da vida. O tempo fragmentado da mídia despedaça a ideia que temos do mundo, prejudicando até a noção que temos do cotidiano.

De acordo com o Wellington Pereira, um dos grandes problemas de representação da vida cotidiana nas mídias é o caráter disjuntivo da retratação da realidade. Se formos observar a vida real apenas pela ótica da mídia enxergaremos uma vida de irrupção social. “O cotidiano das camadas periféricas dos grandes centros urbanos é sempre o que não deu certo, o fracasso de uma atitude social” (PEREIRA, 2007, p. 67).

Essa representação deturpada ocasiona uma mudança nos cenários sociais que favorece “a desregulamentação do social em detrimento de um novo modelo de sociedade: a sociedade do medo” (PEREIRA, 2007, p. 68). De acordo com o autor, o medo é mercadoria embrulhada e distribuída em formatos narrativos, o que acaba por também emoldurar e engessar o que pensamos do cotidiano. Um medo que vai adentrando no nosso imaginário social e prejudicando na nossa hermenêutica particular do mundo da vida.

Como diz Stuart Hall, os media nos oferecem um conhecimento sobre o que é a sociedade e como ela se comporta.

A identificação social, classificação e contextualização de acontecimentos noticiosos em termos destes quadros de referência de fundo constitui o processo fundamental através do qual os media tomam o mundo a que eles fazem referência inteligível a leitores e

espectadores. Este processo de "tornar um acontecimento inteligível" é um processo social- constituído por um número de práticas jornalísticas específicas, que compreendem (frequentemente só de modo implícito) suposições cruciais sobre o que é a sociedade e como ela funciona". (HALL, 1999, p. 226)

Porém, a retração defasada da sociedade, muito influenciada pela supremacia da técnica sobre a comunicação, e ainda, da supremacia do campo midiático sobre a nossa ideia de cotidiano, ainda é uma falácia que prejudica nossa percepção de mundo. Por isso, se faz necessária uma reflexão mais profunda das formas como a sociedade é interpretada e representada na mídia. É importante refletir como a mídia se apropria dos aspectos estéticos e filosóficos do cotidiano e interfere na nossa cotidianidade, moldando as visões que temos do mundo da vida e influenciando o nosso imaginário.

Afetos e afetações no imaginário social

Em sua obra mais famosa, *Ética*, Espinosa teoriza os afetos em diversas proposições e definições. O filósofo define afeto como uma ação ou paixão capaz de afetar o corpo e a mente, dois elementos unidos no modo de afetação. O que afeta a mente afeta o corpo, e vice e versa. (ESPINOSA, *Ética*, 3ª Parte)

Para Espinosa, o corpo humano pode ser afetado de muitas maneiras, o que pode interferir em sua potência de agir, aumentando ou diminuindo. E pode também sofrer mudanças, sem deixar, entretanto, de preservar as impressões ou os traços dos objetos e, conseqüentemente, as mesmas imagens das coisas. A mente e o corpo podem ainda serem afetados por mais de um afeto. Na citação abaixo, Espinosa explica a afetação pela alegria e pela tristeza e dicotomiza a atuação desses sentimentos no corpo.

Qualquer coisa pode ser, por acidente, causa de alegria, de tristeza ou de desejo. *Demonstração.* Suponhamos que a mente seja simultaneamente afetada de dois afetos, um dos quais não aumenta nem diminui sua potência de agir, enquanto o outro aumenta ou diminui essa potência (veja-se o posto 1). É evidente, pela prop. prec., que sempre que, mais tarde, a mente for afetada do primeiro, em consequência de sua verdadeira causa, a qual (por hipótese), por si mesma, não aumenta nem diminui sua potência de pensar, imediatamente será também afetada do outro, o qual aumenta ou diminui sua potência de pensar, isto é (pelo esc. da prop. 11), será

afetada de alegria ou de tristeza. E, portanto, o primeiro afeto será causa, não por si mesmo, mas por acidente, de alegria ou tristeza. Pelo mesmo procedimento, pode-se facilmente demonstrar que essa coisa pode ser, por acidente, causa de desejo. C. Q. D. *Corolário*. Simplesmente por termos considerado uma coisa com um afeto de tristeza ou de alegria, afeto do qual essa coisa não é a causa eficiente, podemos amá-la ou odiá-la. (ESPINOSA, Ética, 3ª Parte)

A noção sobre o conceito dos afetos é necessária para compreendermos a potencialidade de sermos afetados constantemente. Se afeto é algo que move com nossa mente e nosso corpo, paixões que mexem com nossa percepção de mundo, podemos afirmar que somos afetados diariamente pelas notícias de jornais quando nos expomos aos discursos midiáticos.

Essa afetação é também consequência direta da ética que é praticada nos cadernos de notícias. O *ethos* é silencioso, mas está intrínseco a cada linha redigida, a cada noticiário, a cada imagem atrelada ao texto. O conteúdo do material jornalístico, seja em qualquer plataforma, revela a ética jornalística do próprio jornalista e do meio de veiculação.

O conteúdo jornalístico pode afetar pelo *ethos* da desordem ou do triunfo, tudo através da produção de significados partilhados diariamente pelos seus periódicos. Os estados de triunfo das experiências dos agentes sociais do cotidiano seriam então a representação do *ethos* da alegria da sociedade nos discursos jornalísticos, uma forma de noticiabilidade que contribui positivamente para a construção de um imaginário social.

Para Maffesoli, o imaginário está dividido em dois tipos, o individual e o coletivo e funciona como um “cimento social” que tem a capacidade de unir coletividades. O autor explica que não conseguimos enxergar o imaginário, mas conseguimos sentir, pois ele age como uma energia, “uma fonte comum de emoções, de lembranças, de afetos e de estilos de vida”. (ANAZ, et al, 2014, p.9). Maffesoli afirma que, por ser coletivo, o imaginário também pode ser alimentado por tecnologias (tv, cinema, internet, etc.).

A técnica é um fator de estimulação imaginal [...], ainda mais nas tecnologias de comunicação, pois o imaginário, enquanto comunhão é, sempre, comunicação. Internet é uma tecnologia da interatividade que

alimenta e é alimentada por imaginários. (MAFFESOLI apud ANAZ et al, 2014, p.11)

Com esta proposição, fica evidente a potencialidade da mídia em interferir no imaginário social. Há troca simbólica constantemente com a sociedade, pois os sujeitos sociais também produzem discursos, e que também interferem nos discursos midiáticos. É um processo cíclico que alimenta nosso imaginário, nossa forma de perceber o mundo e de interagir com ele.

A ética é uma ciência prática, que retira os valores subjetivos da moral e parte para o campo prático da coletividade. Nesta análise do *ethos* jornalístico procuramos mapear aspectos subjetivos (arquétipos do imaginário social, valores e afetos) correlacionando com aspectos objetivos (o discurso). Neste caso, avaliamos a produção de sentidos que envolvem o imaginário social à sua forma discursiva de modo empírico.

O *ethos* da alegria e uma história de triunfo

Para melhor compreensão da construção do *ethos* da alegria e sua potencialidade de afetação através do discurso midiático, escolhemos por avaliar um texto veiculado no site Curiosamente (<http://curiosamente.diariodepernambuco.com.br/pernambuco-curioso/>), ligado ao Jornal Diário de Pernambuco.

O periódico foi escolhido por adotar práticas relacionadas ao *ethos* positivo de maneira mais frequente que outros veículos, noticiando constantemente notícias positivas e até interferindo no meio social, com campanhas de tolerância no trânsito, por exemplo. Nesse site, publicado como suplemento do jornal, são noticiadas diversas reportagens que retratam personagens sobre a perspectiva da vitória e da construção de uma imagem de sucesso após vencer dificuldades da vida, apesar desse viés não ser o foco dessa plataforma.

Na seguinte análise, fizemos uma breve conexão com a geração de sentido de uma reportagem publicada no site Curiosamente, intitulada **O milagre de Michele e Maisa**, com algumas noções de imaginário, correlacionando significados da construção narrativa com afetos, procurando entender como se construiu o *ethos* dentro dessa notícia positiva.

Afetos e o imaginário do milagre

Na reportagem **O milagre de Michele e Maisa**, publicada no dia 6 de fevereiro de 2017, a repórter retrata um caso que aconteceu no Hospital Memorial Guararapes, na cidade de Jaboatão, Pernambuco. A narrativa é simples, e não tem aspectos de grande reportagem, mas foi selecionada pela carga semântica que traz em sua construção simbólica. O texto conta a experiência da então grávida Michele Santiago, de 27 anos, que quase perde a sua vida e a filha por conta de uma pré-eclâmpsia (condição rara que atinge uma em cada 100 mil gestantes).

Na hora do parto, Michele sofreu uma parada cardíaca e passou cerca de 10 minutos sem sinal de vida. No entanto, após a mobilização de toda a equipe médica, o parto foi realizado e o alívio veio em seguida quando se escutou o choro do bebê, que também estava aparentemente morto. A noção de triunfo e a ideia de história vitoriosa dessa reportagem podem ser percebidas logo no título da notícia: O milagre de Michele e Maisa.

Etimologicamente, a palavra milagre vem do latim *miraculos* e refere-se aquilo que causa espanto e admiração. A palavra também traz uma carga emocional que nos conecta, logo no primeiro contato, com um imaginário místico, afinal milagre remete a um imaginário religioso, a uma realização da ordem de forças superiores às existências humanas, como Deus, por exemplo. O discurso do texto, então, é capaz de acionar nosso repertório semântico às transcendências e realizações do divino: a mãe e a filha que superaram a morte, a menina que nasceu após uma experiência milagrosa.

Essa interpretação de história de triunfo místico é reforçada no interior da reportagem, quando a repórter insiste no uso da palavra milagre e afirma que o caso foi inacreditável. A narrativa reforça ainda mais a experiência mística com a expressão “entre a vida e a morte”.

Para Michele, que já era mãe de uma menina de cinco anos, a experiência de trazer a filha mais nova ao mundo foi inesperada e quase inacreditável, mas recompensante. “Demorou muito para a minha ficha cair. Não sabia que era tão grave”, afirma. A última lembrança antes de estar entre a vida e a morte é ficar sem ar e vomitar. “Quando acordei na UTI coloquei a mão na barriga e pensei

‘Jesus, o que aconteceu?’. Só me acalmei quando minha mãe explicou que estava tudo bem e disse que minha filha era linda”, lembra Michele. Agora em casa, no bairro de Prazeres, com a filha nos braços, ela deseja lembrar ao seu pequeno milagre como ela nasceu e não perder o contato com um dos responsáveis pela vida de ambas. “Ela vai saber da história todinha. Se continuarmos a falar com ele ela com certeza vai conhecê-lo”, garante. (BARROS, 2017)

Neste parágrafo, nota-se a construção de uma narrativa de superação, que revela a vitória de Michele em ter conseguido dar luz à Maisa. São ações que estão no âmbito do imprevisível, adequando-se aos critérios de noticiabilidade jornalístico, mas que rompem com narrativas com teores negativos comumente vistos nos jornais.

O discurso do texto é construído de forma que demonstre a felicidade da mãe, Michele, em ter superado a situação, e também por ter tido a alegria de ver sua filha nascer.

A estrutura narrativa revela os afetos positivos das três vozes da reportagem: a mãe, o médico e a própria repórter. É possível notar a gratidão da mãe pela equipe médica, que demonstrou compaixão e mobilização fora do normal para socorrer as vítimas; a felicidade e alívio da mãe em saber que a filha está viva e a sensação de alegria do médico em ter cumprido a missão de operar um “milagre”. A repórter também se manifesta positivamente na construção narrativa da reportagem.

Podemos correlacionar os sentidos gerados pela narrativa à estrutura antropológica do imaginário do Regime Noturno, assim classificada por Gilbert Durant, em que aparecem arquétipos de imagens relativas ao mito do herói que vence o trágico, como explica Strôngoli.

Há, assim, entre as atitudes psíquicas associadas às imagens noturnas, aquelas que fazem a síntese (ou a dramatização, ao reunir o trágico e o heroico) do temor e da angústia frente ao tempo e à morte (estruturas místicas), com a esperança e a crença na vitória sobre o tempo (estruturas heroicas). Elas fazem parte de estruturas que ele nomeia como sintéticas ou dramáticas e que se ligam ao reflexo dominante copulativo. Narrativas de morte e renascimento, caos e regeneração, androginia e ligação dos contrários são exemplares desse movimento cíclico, polêmico e de eterno retorno que caracterizam algumas das imagens noturnas. (STRÔNGOLI apud ANAZ et al, 2014, p.8).

A reportagem **O milagre de Michele e Maisa** nos remete a um conjunto de afetos positivos, o qual nos ajuda a entender o *ethos* da narrativa do texto. Através

desses mesmos afetos, a narrativa, apesar de simples e curta, tem a pretensão de formar significados contrários aos sentidos criados pelas notícias caracterizadas pela irrupção social, pelo aspecto de desordem do mundo.

Uma notícia positiva seria então a retratação de um cotidiano permeado por afetos positivos, que se manifestam discursivamente nas narrativas jornalísticas, construindo um *ethos* e influenciando no *pathos* (função do discurso teorizado pela retórica de Aristóteles que trata da relação emocional com o enunciado) e que por sua vez nos ajudam a formar nossa concepção ética do mundo da vida.

Desde Aristóteles e os latinos, sabe-se que as ações humanas são determinadas por dois fins: o bom e o belo ou o honesto e o prazer ou o agradável e útil. A ética consiste em obter a coincidência desses dois fins, coincidência cujo nome é virtude. A retórica, definida como discurso dirigido ao *éthos* do ouvinte pela comoção de seu *páthos*, pode realizar suas três ações discursivas – *movere* (comover), *docere* (ensinar) e *delectare* (deleitar)- tanto pelo recurso às imagens positivas do bom/belo/honesto e do útil/agradável, como usando as imagens negativas, isto é, o horrendo e o nocivo, imagens do vício (CHAUÍ, 2011, p. 300 e 301).

O *ethos* da alegria seria então essa ética que gera a potencialidade de um discurso positivo em afetar positivamente um interlocutor. É da alegria que falamos, porque este é um afeto originário, capaz de afetar o corpo e a mente e aumentar nossa força para existir e pensar. Ao contrário dos filósofos da moral na época seiscentista, que davam preferência ao horrendo quando se referiam às paixões da alma, e trabalhavam e agiam de acordo com uma cultura do açoite, Espinosa era um pensador que via fruição nos sentimentos e defendia liberdade de sentir e pensar. Sua filosofia é dita por Marilena Chauí como uma ética da alegria e da liberdade.

Considerações finais

O jornalismo, desde sua concepção, sempre teve relação íntima com os aspectos de desordem do mundo, noticiando casos de irrupção social como violência, crises econômicas, corrupção e tudo o mais que desperte e contribua para a criação de uma cultura do medo. Mas, não seria essa atitude apenas um recorte da sociedade? Se é isso, onde está o aspecto de triunfo dos agentes sociais?

Com este artigo, pretendemos mostrar as problemáticas éticas do jornalismo em focar apenas em notícias negativas refletindo, assim, um mundo da vida de forma fragmentada, interferindo também no nosso imaginário da vida cotidiana, fechando nossa percepção em uma noção de mundo do caos. No decorrer do texto, levantamos ainda a importância da construção do *ethos* da alegria nas notícias, ou seja, tudo aquilo que é considerado como notícia positiva e que retrata o bem da sociedade.

Utilizamos a noção de *ethos* relacionado ao afeto da alegria por este ser um sentimento originário que tem uma das maiores potencialidades para gerar a força para existência, segundo Espinosa. “A alegria e todos os afetos dela derivados, mesmo quando passiva é o sentimento do aumento da força para existir” (CHAUÍ, 1995, p. 70).

Um dos objetivos deste artigo é levantar o debate sobre a ética que é praticada no jornalismo e procurar também perceber como se constrói o *ethos* da alegria na forma discursiva de um texto jornalístico. A análise preliminar foi realizada em uma reportagem do grupo Diário de Pernambuco, no suplemento Curiosamente. Com a avaliação da reportagem **O Milagre de Michele e Maisa** percebemos a potencialidade do jornalismo em construir uma narrativa que afete positivamente o nosso imaginário, utilizando-se de um discurso permeado de uma carga simbólica que move arquétipos positivos da nossa sociedade.

Referências

ARISTÓTELES. **Ética a Nicômaco**. (Seleção de textos de José Américo Motta Pessanha, tradução de Eudoro de Souza), 4. ed. — São Paulo: Nova Cultural, 1991. — Coleção Os pensadores; v. 2

ANAZ, Sílvio; AGUIAR, Grazyella; LEMOS, Lúcia; FREIRE, Norma; COSTA, Edwaldo. Noções do Imaginário: Perspectivas de Bachelard, Durand, Maffesoli e Corbin. *In: Revista Nexi*. n.3 , 2014.

BAUMAN, Zygmunt. **Ética pós-moderna**. (Tradução de João Rezende Costa). São Paulo: Paulus, 1997.

BARROS, Lorena. O Milagre de Michele e Maisa. *In: Curiosamente*. Disponível em: <http://curiosamente.diariodepernambuco.com.br/project/o-milagre-de-michele-e-maisa/>

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das Mídias**. 2 ed., São Paulo: Contexto, 2013.

CHAUÍ, Marilena. **Desejo, paixão e ação na ética de Espinosa**. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

CHAUÍ, Marilena de Souza. **Espinosa**. (Traduções de Marilena de Souza Chauí) — 3. ed. — São Paulo: Abril Cultural, 1983. Coleção Os pensadores

CHAUÍ, Marilena. **Espinosa: uma filosofia da liberdade**. São Paulo: Moderna, 1995. Coleção Logos.

FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS. **Código de ética dos jornalistas brasileiros**. Disponível em: < <http://www.fenaj.org.br> >. Acesso em: 01 junho de 2017.

HALL, Stuart et all. “*A produção social das notícias: o mugging nos média*”. In: TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. 2 ed. Lisboa: Vega, 1999.

HOFFMANN, Anita; TEIXEIRA, Nincia Cecilia Ribas Borges. A construção do ethos e do pathos na revista Bravo!: interfaces semióticas. In: **Conexão – Comunicação e Cultura**, UCS, Caxias do Sul, v. 10, n. 19, jan./jun. 2011.

PEREIRA, Welligton. **Formas do Cotidiano**. João Pessoa: Editora Universitária da UFPB, 2007.

PEREIRA, Wellington. A Comunicação e a cultura no cotidiano. In: **Revista Famecos**. Porto Alegre, nº. 32, abril, 2007.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do Espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede**. Petrópolis: Vozes, 2002.

SPINOZA, Baruch. **Ética**. (Tradução de Tomaz Tadeu) - Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2009.

SPINOZA, Baruch. **Tratado teológico-político**. (Tradução de Atilano Dominguez). Madrid: Alianza Editorial, S.A., 1986.