



O compromisso com a verdade no jornalismo de uma empresa pública

Eugênio Bucci

(Jornalista, doutor em Ciências da Comunicação pela ECA-USP, e presidente da Radiobrás)

Uma versão ampliada deste texto foi publicada, em espanhol, pela revista *Chasqui* (edição número 93, de março de 2006, páginas 46-53), editada pela Ciespal, Quito, Equador.

A tradição é perversa: instituições públicas que operam a comunicação social, sejam elas empresas estatais, fundações ou departamentos ligados diretamente ao Governo, vêm atuando como pequenas máquinas de propaganda a serviço das autoridades do Poder Executivo. Criadas ao longo do século 20, principalmente a partir dos anos 50, essas instituições pouco ou nada tiveram de compromisso com o direito à informação do cidadão. Em lugar de informar, dedicam-se a tentar formar a opinião pública segundo os moldes que interessam ao Governo da temporada.

Claro que existem exceções. O quadro geral, no entanto, tomado aqui como quadro geral e não como generalização do quadro, este é desalentador: as instituições públicas que se dedicam à comunicação social acabam se reduzindo, no todo ou em parte, à condição de máquina acessória da propaganda do governo.

Como pano de fundo, subsiste a tudo isso uma cultura política que não pode deixar de ser pelo menos mencionada aqui. Mesmo entre os jornalistas, aceita-se essa brutal distorção da comunicação gerada por instituições públicas como se ela fosse um dado da natureza. É quase com resignação que se comenta, em rodas de jornalistas de vários de nossos países: “Ah, eles estão aí para passar a versão do Governo.” É como se dissessem: isso é assim mesmo, não há como ser diferente. A visão da comunicação como um recurso que se aparelha, que se toma para alcançar objetivos partidários os mais variados, a idéia da comunicação como escada, infelizmente, é um senso comum da cultura política do nosso país. A mesma distorção pode ser verificada no direcionamento partidarizado dado ao conteúdo editorial de grandes grupos privados, numa prática que mina, por baixo, toda tentativa de construção de um ambiente democrático. Entre nós, a comunicação na área pública infelizmente ainda não é pensada como um processo autônomo, horizontal, por meio do qual os



cidadãos do público, em público, informam-se, comunicam-se, formam livremente suas vontades e suas opiniões.

Há uma simbiose entre as visões que tanto os conservadores de direita como os conservadores de esquerda nutrem da comunicação. Para os primeiros, cuja concepção foi fortalecida pelos regimes de força que se abateram sobre o Brasil, a comunicação deve ser operada como instrumento para que se garanta a ordem social, a disciplina, a obediência – basta ver o uso que as ditaduras do nosso continente fizeram da televisão e do rádio. Para os segundos, os meios de comunicação encontram-se a serviço da classe dominante – visão que em si mesma é problemática (há contradições que escapam às intencionalidades das classes que esses ideólogos do doutrinário simplesmente não enxergam) – e, já que não há neutralidade no exercício da comunicação, também não poderá jamais haver democracia dentro dos meios de comunicação; o que de melhor se pode pretender é que a comunicação esteja a serviço de causas justas, humanitárias, pretensamente emancipadoras.

Para nenhum dos dois pólos conservadores a comunicação não é um processo capaz de imaginar e fomentar novas visões, originais, fecundas; ela não passa de uma ferramenta para disseminar visões já prontas. Para ambos, a comunicação não seria um campo em que possam existir o pensamento e a crítica, mas um engenho para massificar bordões fechados, palavras de ordem industrializadas, idéias feitas. Uns e outros comungam da mesma concepção instrumental da comunicação. Aqui, precisamente aqui, reside um mal congênito que nos tem prejudicado bastante quando se trata de fortalecer a democracia, o que vale para o Brasil e para praticamente toda a América Latina. As instituições públicas destinadas à comunicação têm se prestado a todo tipo de “serviço sujo” – e nunca ao atendimento do direito fundamental que todos deveriam ter à informação.

Uma experiência brasileira

Nós, na Radiobrás, a empresa pública de comunicação do Governo Federal do Brasil, estamos procurando um caminho diferente. Não estamos escrevendo um capítulo histórico, nem pretendemos que a nossa procura sirva de modelo para outros, mas estamos procurando uma trilha que pode ser de interesse a todos os que acompanham e estudam esses temas.

Fundada há trinta anos, durante a Ditadura militar, com o objetivo de assegurar, pela radiodifusão, a presença da ideologia da Doutrina de Segurança Nacional no imaginário brasileiro, ela sobrevive como uma empresa multimídia capaz de prestar serviços úteis à cidadania. No entanto, para que esses serviços sejam de fato comprometidos com a cidadania, é necessária uma gestão comprometida com esses mesmos valores. A Radiobrás controla, atualmente, três emissoras de televisão, seis emissoras de rádio e duas agências de notícias.



As três emissoras de televisão têm características distintas. A primeira delas, a TV Nacional, é uma emissora aberta, que transmite para toda a região do distrito federal. Até o ano de 2002, transmitia atos do Poder Executivo. Na gestão que se iniciou em janeiro de 2003, ela foi transformada: passou a integrar a Associação das Emissoras Públicas, Educativas e Culturais, a ABEPEC, que é a rede pública brasileira, ao lado de outras dezenove emissoras situadas em dezoito estados e no Distrito Federal, com uma programação eminentemente pública e educativa, e não mais faz divulgação do Governo Federal. Uma segunda emissora, a NBr – TV do Governo Federal, transmite informações institucionais sobre o Poder Executivo Federal. Ela antes alcançava 1,5 milhão de lares por meio de operadoras de cabo, num serviço de televisão paga, atinge agora cerca de 14 milhões de lares no país, distribuída também por satélite, de acesso aberto e gratuito a todos os que disponham de antena parabólica. As duas emissoras, que antes transmitiam 18 horas por dia, hoje têm programação ao longo de 24 horas, sem interrupção.

Uma terceira emissora, a TV Brasil – Canal Integración acaba de ser lançada. Criada por meio de um acordo entre os três poderes da República, inédito em nosso país, ela é gerida por um comitê gestor instalado dentro da Radiobrás, com representantes do Senado Federal, da Câmara dos Deputados, do Supremo Tribunal Federal, do Ministério das Relações Exteriores, da Secretaria Geral da Presidência da República e da própria Radiobrás. Com 35 parceiros em todo o continente sul-americanos, cujos conteúdos já são utilizados pela emissora, a TV Brasil – Canal Integración já conta com um banco de programação de mais de mil horas vindas dos parceiros e transmite, hoje, uma programação de 24 horas diárias, em português e espanhol. Ela não tem finalidade comercial, nem possui uma linha partidária ou ideológica, apenas reflete a diversidade da produção audiovisual sul-americana em sua grade, buscando realizar sua missão: estimular o processo de integração entre os povos do continente no plano da cultura e da comunicação. As transmissões da TV Brasil se iniciaram, em caráter definitivo, em outubro de 2005. Só agora, no início de 2006, o sinal começa a ser baixado para ser distribuído para os lares dos países da América do Sul e da América Central. Para que ela possa ser vista é preciso que exista esse serviço, prestado pelos operadores de TV por assinatura: baixar o sinal e distribuí-lo para os telespectadores. Mais de 115 operadoras de cabo já assinaram contrato com a nova emissora, e várias delas já transmitem o sinal, 24 horas por dia, para telespectadores de diversos países.

Quanto às emissoras de rádio, elas eram quatro até 2002. Uma quinta foi aberta em Brasília, numa prestação de serviços para o Poder Judiciário e uma sexta passou a transmitir experimentalmente da cidade de Tabatinga, no Estado do Amazonas, com participação da comunidade em sua administração. Em parcerias com universidades, mais quatro emissoras públicas estão a caminho. Em várias horas do dia, as emissoras da Radiobrás operam em rede com várias outras, públicas e privadas, atingindo, por vezes, redes voluntárias de mais de 1000 emissoras. Por fim, as



agências de notícias são a Agência Brasil (www.agenciabrasil.gov.br), que publica cerca de 110 notícias diárias, com textos em português, inglês e espanhol, e mais 100 fotos, e a Radioagência Nacional (www.radiobras.gov.br/radioagencia), que distribui conteúdos jornalísticos em arquivos sonoros para emissoras de rádio do Brasil.

Além dessas funções, a Radiobrás cuida de outras operações que aqui não precisam ser detalhadas, empregando 1 160 funcionários, com um orçamento da ordem de 100 milhões de reais ao ano (20% deles vindos de receita própria). Tudo isso faz da Radiobrás a segunda maior instituição de comunicação pública no Brasil, ultrapassada apenas pela Fundação Padre Anchieta, uma fundação de direito privado, responsável pela TV Cultura de São Paulo, a emissora pública de melhor tradição em nosso país.

E qual é a nova experiência que vem se dando na Radiobrás? Ela pode ser assim resumida: a empresa foi direcionada para realizar uma comunicação a serviço da cidadania, não mais para a promoção da boa imagem de governantes, o que, segundo os modelos originados nos tempos da ditadura militar, muitas vezes resultava em notícias distorcidas e na sonegação de informações. Com isso, com esse novo modelo, ela foi se tornando apartidária.

Essa reorientação não implicou rupturas de natureza jurídica ou estatutária. Observamos, ao contrário, que as práticas anteriores, de dar às instalações da empresa um uso de propaganda ou promoção do Governo, estas sim é que constituíam um desvio. Em alguns momentos, constituíram uma verdadeira usurpação. Embora tenha sido criada na ditadura, com propósitos de veiculação de valores cívicos e de propaganda ideológica, nada existe na legislação que cria e que regula a Radiobrás que a obrigue a desempenhar tal atividade. Em lugar disso, a legislação brasileira já incumbe outros organismos, da administração direta, dessas funções. Assim, verificamos na legislação que as funções de propaganda, relações públicas, assessoria de imprensa e publicidade de Governo já pertenciam a outros organismos, como a SID (Secretaria de Imprensa e Divulgação da Presidência da República, que depois incorporou também a função de Porta-Voz) e a própria Subsecretaria de Comunicação Institucional, da Secretaria Geral da Presidência da República. Portanto, como uma empresa detentora de emissoras de rádio e de televisão, a Radiobrás está – e já estava antes – sujeita às finalidades constitucionais da radiodifusão como uma função social, um serviço público, que deve observar uma ética própria presidida pelo atendimento ao direito à informação. Se ela, em períodos anteriores, distanciou-se desses parâmetros, ela o fez em desobediência aos melhores princípios do jornalismo, da comunicação social e, sobretudo, ao arripio da própria lei que a instituiu e ao arripio do seu próprio estatuto.

Ademais, qualquer que seja a natureza jurídica do órgão público dedicado à comunicação social, ele não pode alegar que está desobrigado do dever da verdade. No caso particular da Radiobrás, que está incumbida de fazer jornalismo, de levar informação ao público, e que não está incumbida de



nenhuma tarefa própria de propaganda, de publicidade ou de assessoria de imprensa, o dever da verdade jornalística, factual, é inequívoco. Nesse sentido, o jornalismo praticado pela Radiobrás deve ser objetivo, avesso a toda forma de adjetivação e qualificação, tendo passado, para isso, por um profundo programa de desenvolvimento e de qualidade editorial que se estendeu por três anos. Isso, apenas isso, operou uma autêntica revolução no tratamento dado às informações dentro da empresa.

Princípios que devem orientar o jornalismo de uma instituição pública

Logo no início de 2003, envolvemos toda a empresa num processo de planejamento que resultou, entre outras formulações, no que temos hoje adotados, em todas as áreas da empresa, como a nossa missão e os nossos valores. A missão é bem sintética:

“Somos uma empresa pública de comunicação. Buscamos e veiculamos com objetividade informações sobre Estado, governo e vida nacional. Trabalhamos para universalizar o acesso à informação, direito fundamental para o exercício da cidadania”.

Os valores da Radiobrás são os seguintes:

“Os valores da Radiobrás, que expressam e sustentam a dimensão ética de nossas ações, têm como base o respeito:

- respeito ao caráter público de nossa atividade, ao buscar a excelência e ao exercer a transparência, interna e externa;

- respeito à cidadania, ao assumir um compromisso permanente com a universalização do direito à informação, com a verdade e com a qualidade da informação, por meio de canal direto com o público;

- respeito às diferenças, por meio do diálogo;

- respeito às pessoas, ao promover a felicidade no trabalho, a criatividade e a inovação.

Tendo o respeito como base, a nossa ética se concretiza na renovação cotidiana da credibilidade da Radiobrás junto à sociedade brasileira e aos funcionários da Empresa.”

Não é função da Radiobrás, portanto, tutelar ou direcionar a formação da opinião pública, mas dar as informações necessárias para que os cidadãos formem livremente a própria opinião.

Essa orientação encabeça toda ação editorial que tenha lugar na empresa. A idéia do direito à informação é cultivada dentro da Radiobrás como um valor fundamental, que vem das utopias democráticas do século 18: informar-se é direito de todos. Está escrito no artigo 11 da “Declaração de



Direitos do Homem e do Cidadão”, lançada em 26 de agosto de 1789, na França: “A livre comunicação das idéias e das opiniões é um dos mais preciosos direitos do homem.”¹

Para o desenvolvimento de equipes jornalísticas, essa idéia bastante simples do direito à informação envolve, além de uma certa mística, uma lógica profunda. E é ela quem dá solidez a esse valor. A informação só é um direito do cidadão porque, na democracia, todo poder emana do povo e em seu nome é exercido – e é para delegar o poder que o cidadão tem o direito de estar bem informado. A partir do século 19, a informação jornalística passou a circular em grande escala, como mercadoria. A imprensa tornou-se uma indústria. A democracia absorveu bem esse fenômeno e soube aperfeiçoar-se com base nele. Mas a função social da informação de interesse público não se reduz à condição de mercadoria. A informação continua sendo um dos direitos mais preciosos do homem, de todo homem, mesmo que ele não tenha dinheiro para comprá-la.

A informação é um direito, assim como a educação é um direito, assim como a saúde é um direito. É um direito tão importante quanto os demais, um direito de todos, independentemente das inclinações ideológicas de cada um. Ninguém conceberia que os professores de uma escola pública se dedicassem a doutrinar em lugar de educar corretamente os alunos. Ninguém aceitaria um hospital que admitisse os pacientes segundo critérios partidários. Pois o mesmo se pode dizer da informação: ela é um direito e deve ser oferecida igualmente a todos, de modo claro, impessoal, preciso, sem direcionamentos, sem interesses ocultos.

A Radiobrás, em 2005, adotou um documento chamado “O Jornalismo na Radiobrás”, como o fundamento de sua prática editorial. Esse documento está disponível a qualquer usuário da internet (basta ir a www.radiobras.gov.br e, uma vez no site, buscar, na margem esquerda, o ícone Radiobrás e, sob ele, clicar na palavra “institucional”). Nele, o cidadão pode ler:

”Os nossos jornalistas, comunicadores e todos aqueles que atuam no processamento da informação que oferecemos para o público têm o dever de evitar o partidarismo, a pregação religiosa, o tom promocional e qualquer finalidade propagandística. A nossa informação deve refletir a verdade dos fatos. Nós noticiamos fatos novos que façam diferença na vida do cidadão. Não produzimos comentários opinativos, textos autorais nem análises ou interpretações. Não é nosso papel. Noticiamos e explicamos os acontecimentos. Se não tivermos consciência do nosso

¹ A “Declaração Universal dos Direitos Humanos”, adotada e proclamada pela resolução 217 A (III) da Assembléia Geral das Nações Unidas, de 10 de dezembro de 1948, trata do mesmo direito, em seu artigo 19:

“Toda pessoa tem direito à liberdade de opinião e expressão; este direito inclui a liberdade de, sem interferência, ter opiniões e de procurar, receber e transmitir informações e idéias por quaisquer meios e independentemente de fronteiras”. Também o Art. 5º da Constituição da República Federativa do Brasil assegura esse direito em seus incisos IV, IX e XIV, bem como o artigo 220, no caput e no parágrafo 1º.



papel, corremos o risco de cair no proselitismo, intencional ou involuntário (que costuma ser pior), e esse vício nós devemos evitar com determinação.

Por isso, a busca da objetividade é benéfica para nós e para os usuários dos nossos serviços. A busca da objetividade nos ajuda a evitar o proselitismo. Essa palavra, objetividade, merece algumas considerações em destaque. Ela tem servido, às vezes, de biombo para projetos que empobrecem o discurso jornalístico, esvaziando sua carga humana, numa assepsia de suas emoções. Não é nessa perspectiva que falamos em objetividade. Nós a consideramos uma virtude. Para nós, em particular, ela tem uma aplicação necessária, é uma passagem obrigatória mesmo, pois nos ajuda a dar um passo à frente em relação a vícios do passado desta empresa, marcado pelos subjetivismos que, aí sim, nada mais eram do que biombos para a mera adulação das autoridades. É nesse sentido que falamos em objetividade. (...)

Objetivo é, rigorosamente, o discurso que decorre do objeto. Um discurso objetivo é determinado pelo fenômeno a ser descrito, quer dizer, é determinado pelo objeto da reportagem. No outro extremo, um discurso subjetivo é determinado antes pelas condições do sujeito que o enuncia. Claro que não existe a objetividade pura ou absoluta, já sabemos; tudo que guarda algum vínculo com a ação humana tem inevitavelmente elementos de subjetividade. Isso, contudo, não invalida a busca da verdade factual. Ao contrário: é exatamente porque temos consciência da subjetividade que compreendemos a necessidade de buscar a objetividade. Para assegurar maior sucesso na busca da objetividade, protegendo-a da subjetividade que serve de desculpa para todo tipo de partidarismo, o trabalho em equipe é indispensável. Para o tipo de relato jornalístico que adotamos aqui, que não se pretende e nem pode ser autoral, o trabalho em equipe faz as vezes de margem de segurança. Há mais subjetividade e, portanto, mais imprecisão, nos relatos trabalhados por uma pessoa só. O trabalho em equipe é uma vacina contra esse tipo de imprecisão. O editor pode e deve questionar o repórter, pedindo mais exatidão. Colegas de redação devem comentar entre si o que lhes parece vago e precisa ser esclarecido. As pautas devem ser discutidas e aprimoradas em grupo. Equipes integradas e solidárias são mais eficientes na busca da objetividade. No tipo de serviço que a Radiobrás oferece ao público, a objetividade é um componente central.”

Muitas vezes, porém, há quem alegue que ao próprio Governo, mesmo quando este se pretenda um governo democrático e emancipador, não interessaria esse jornalismo pautado pela objetividade e pela busca da verdade dos fatos. A essa alegação, o documento “O Jornalismo na Radiobrás”, apresenta uma resposta:

“Qualquer governo voltado para a renovação e para o fortalecimento da democracia é beneficiário de uma comunicação jornalística pautada pela objetividade. Para um governo democrático, é muito bom que uma empresa pública de comunicação ofereça ao público um relato jornalístico objetivo, pois a objetividade gera um aumento da credibilidade da instituição, o que reverte em mais credibilidade do Estado e do próprio Governo. No autoritarismo, o Governo se apóia na concordância e na obediência do cidadão. Por isso, os regimes



autoritários praticam o dirigismo nos serviços de informação. Na democracia, a legitimidade do Governo não vem mais da obediência e da concordância, mas da participação crítica e autônoma do cidadão. Aí, o que conta é tratar o cidadão com respeito, entregando a ele a verdade factual, do modo mais objetivo possível. Nada pode ser mais desastroso na comunicação do que um repórter que queira bancar o assessor de imprensa de sua fonte – sem ser, formal e publicamente, contratado como assessor de imprensa. Em tempos de democracia, poucas práticas são mais arriscadas para a imagem de uma autoridade pública do que a ação de um jornalista que, fingindo fazer reportagem, tente fazer propaganda dessa autoridade. Esse repórter levará ao público uma informação de má qualidade. Pior ainda, fará uma propaganda de péssima categoria. Tão ruim que surtirá o efeito de uma antipropaganda. O público percebe essas tentativas primárias de manipulação – e, normalmente, o público se ofende com isso.

A democracia funciona melhor quanto mais transparentes são os seus mecanismos de comunicação. As tentativas de manipulação disfarçada apenas atrapalham. Não é por acaso que, nas democracias mais aperfeiçoadas, a comunicação de natureza pública se divide em dois campos bem distintos: num deles estão as Relações Públicas de Governo e a Propaganda de Governo; o outro campo é ocupado pela função de prestar informações jornalísticas objetivas ao cidadão. Os dois campos são indispensáveis, legítimos, necessários – e cada vez mais caminham separados, de modo transparente. Quando um governo confunde esses dois campos, expõe-se ao risco de enfraquecer a credibilidade das instituições republicanas. Por isso, os organismos públicos responsáveis pela propaganda e pelas relações públicas – um serviço público legítimo e legal, vale insistir – estão separados dos organismos responsáveis pela informação objetiva – um serviço igualmente legítimo. À Radiobrás, por sua condição legal, cabe explorar serviços de radiodifusão e, portanto, cabe prestar ao público a informação jornalística por definição. A definição de peças de propaganda e de divulgação de governo é atribuição de outros organismos.”

As equipes da Radiobrás, hoje, passam por um desenvolvimento permanente, em torno da elaboração de planos editoriais baseados nos valores acima expostos, da busca do estabelecimento de metas editoriais em torno desses mesmos planos e da avaliação regular do cumprimento desses planos. Em apoio a isso, há um sistema de leitura e audiência críticas, que geram relatórios apontando erros mais frequentes, bem como cursos ininterruptos de uso da língua portuguesa para fins jornalísticos. Ambos concorrem para o aperfeiçoamento da metodologia de pauta, de apuração e de edição do material jornalístico que vai ao ar.

Assim, a Radiobrás vem obtendo, ao longo desses três anos, sinais de reconhecimento pelo trabalho que oferece à sociedade. Esse reconhecimento se manifesta no crescimento da audiência, na utilização cada vez mais ampla de seus conteúdos – que são gratuitos para os demais órgãos de imprensa –, e, também, na conquista de alguns prêmios de gestão e de jornalismo. A comunicação de



uma empresa jornalística democrática não pode ser orientada para os efeitos que ela vai gerar na opinião pública, ou seja, não pode estar organizada como um fator artificial que influencie a formação das opiniões dos cidadãos para um lado ou para outro lado, tanto faz. Ao contrário, a comunicação democrática é, por definição, desinteressada. Ela existe para atender o direito à informação e seu compromisso se dá apenas com a liberdade dos sujeitos na formação de sua própria vontade – concordem eles ou não com as teses do governo. Nesse sentido, a comunicação democrática é sempre uma forma de aposta na sabedoria dos cidadãos, que serão capazes de imaginar soluções mais criativas do que aquelas que já se encontram prontas; a comunicação democrática acredita na intentividade dos seus receptores, acredita nas melhorias que eles saberão propor, acredita que o futuro pode ser melhor e sobretudo mais surpreendente que o presente. A comunicação democrática não é aquela que escreve a História antes de ela acontecer, mas que se aceita parte da História, que se expõe a ser examinada pelos seus interlocutores, pelos seus usuários, e que se sabe apenas parte de um processo maior do que ela mesma.

Baseados nessas idéias, estamos levando adiante uma experiência nova na Radiobrás. Naturalmente, essa experiência, hoje, não passa disso: uma experiência. Ela precisa se firmar, precisa se consolidar na cultura editorial da empresa. É fundamental que essa evolução avance. A cidadania e a democracia no Brasil dependem disso. Os rumos da comunicação pública seriam bastante beneficiados. A tarefa de colocar todas as instituições públicas que se dedicam à comunicação social a serviço dos direitos da cidadania é algo que pode ser alcançado na nossa geração. É preciso clareza de visão e uma ação ordenada para atingir esse objetivo. Ele não é meramente um sonho. É uma meta possível e necessária para dar mais transparência ao Estado e mais participação crítica do cidadão na nossa democracia.