

# O diálogo indispensável

*A diversidade de opiniões decorrente do jogo democrático exige um diálogo que dê transparência aos critérios de produção jornalística.*

---

Francisco Viana\*

---

**A**s empresas jornalísticas precisam se comunicar melhor com a opinião pública. Não pelo caminho formal do que editam, mas por meio de um diálogo eficaz e continuado com seus múltiplos públicos, como vêm fazendo um número crescente de corporações.

Trata-se de um desafio típico desse início de século e que, no passado, soaria completamente impensável. A razão principal é, na aparência, um paradoxo: como a influencia da mídia cresce em proporções jamais vistas, também se adensam as críticas dos leitores e fontes ao que é noticiado, com conseqüente ameaça à credibilidade e, inclusive, à boa saúde do lado negocial da produção de informações.

Claro, há muita crítica infundada contra o trabalho da mídia. Em parte, deriva da onda conservadora que se adensa, a partir dos Estados Unidos, desde o atentado terrorista de 11 de setembro. Em parte, como é o caso do Brasil, porque os governos, não apenas

do Partido dos Trabalhadores, se sentem ameaçados pelas sucessivas denúncias de corrupção e eficiência de toda ordem.

E também porque as empresas envolvidas em escândalos ou com notícias negativas tendem a amargar sérios prejuízos. Com isso, não há dúvida, acabam por eleger os jornais e seus editores como responsáveis por situações adversas que fazem parte da realidade e, portanto, precisam ser tornadas públicas.

## Erros da imprensa

A necessidade de se comunicar, contudo, é feita de outra matéria-prima. Tudo que a mídia notícia repercute nos nervos sensíveis da política e da economia. Por conseguinte, seus impactos não ficam restritos apenas à razão, mas à emoção e, em especial, a ganhos e perdas em meio ao conjunto dos atores sociais. Como a imprensa muitas vezes erra - publica tudo, até mentiras, e, mais recentemente, tem até publicado relatos que quando

confrontados com a verdade factual se revelam meros artifícios de ficção -, é imperativo que construa canais de diálogo com a opinião pública, até para explicar a veracidade das posições que defende. Ou, simplesmente admitir que errou.

Numa visão retrospectiva, vamos constatar que a invenção das primeiras máquinas impressoras e da circulação dos primeiros jornais, ainda no século 16, na Europa, colocou o poder tradicional em questão. Pois o público passou a poder questioná-lo, exigir reformas, promover revoluções, enfim, a notícia, palavra antes utilizada para definir a divulgação casual de fatos novos, tornou-se uma constante. Mais do que isso, uma mercadoria barata, fonte de incentivo para a leitura e formação de opinião.

## Dificuldade de diálogo

Hoje, esse processo ganha dimensões planetárias, com - o que é altamente positivo - cres-

cente aumento de falta de restrições ou censura. É parte indissociável da evolução da democracia como valor universal. Estranhamente, os veículos de comunicação sentem grande dificuldade em dialogar. Quando surge um fato negativo envolvendo um jornal, é muito comum os seus editores simplesmente afirmarem: “Tudo que temos a dizer foi publicado”. Ou, simplesmente se recusam a falar para outros veículos, mesmo através de notas oficiais. Não é uma linguagem aceita nos dias atuais. Pelo contrário, é altamente condenável, destrutiva para qualquer reputação.

### Controle da mídia

Jornais e jornalistas não estão acima do bem e do mal. Assim, como não é mais aceito – e vale repetir, felizmente – o controle da mídia em nome da segurança nacional ou pública, não é aceitável que os editores não se expliquem quando o que noticiam é questionado. Ou, procurem colorir o que divulgam escudados em editoriais ou simples notas, escapando ao questionamento público como, aliás, ensina a prática do bom jornalismo.

Entre nós, as reações de fontes e leitores têm sido das mais diversas. Existem aqueles que se




FOTO: DIVULGAÇÃO

recusam a dar entrevistas a determinados veículos, como Caetano Veloso – que não fala à revista *Veja* -, há reações como a do PT que considera a mídia de referência, a chamada grande imprensa, uma não referência. E há aqueles, a multidão silenciosa, que simplesmente deixa de comprar o jornal, assistir determinados programas de rádio e televisão, enfim, um protesto que pouco a pouco causa estragos. Isto sem mencionar a avalanche de processos judiciais.

### Transparência jornalística

Daí, a necessidade da mídia se comunicar como fazem as demais empresas. Os veículos de comunicação têm a obrigação de se esforçar, e de fato se esforçam, para realizar cobertu-

ras honestas, apurando minuciosamente os fatos e expondo seus pontos de vistas em editoriais, de forma corajosa. São atitudes que o público reconhece e aplaude.

Mas não se pode esquecer que a própria diversidade de opiniões decorrente do jogo democrático está a exigir também um diálogo no âmbito da comunicação que dê transparência aos critérios de produção jornalística. E, sobretudo, que atenda às demandas da sociedade quando o noticiário for alvo de questionamento. Tal prática, certamente, irá desencorajar reações conservadoras e antidemocráticas, consolidando cada vez maior o valor e a prática da liberdade de expressão. 

(\*) Francisco Viana é jornalista e autor dos livros *De Cara com a Mídia*, *Comunicação Empresarial de A a Z* e *Hermes*, a *Divina Arte da Comunicação*, lançamento da editora CL&A.