



MEDIA TRAINING

Luiz Ernesto Mellet

Secretaria de
Administração



EXPEDI ENTE

Governador de Pernambuco
Paulo Henrique Saraiva Câmara

Vice-governadora de Pernambuco
Luciana Barbosa de Oliveira Santos

•

SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO

Secretária
Marília Raquel Simões Lins

Secretário Executivo
Cirilo José Cabral de Holanda Cavalcante

Diretora do CEFOSPE
Analúcia Mota Vianna Cabral

Coordenação de Educação Corporativa
Priscila Viana Canto Matos

Chefe da Unidade de Coordenação Pedagógica
Marilene Cordeiro Barbosa Borges

Autor
Luiz Ernesto Mellet

Revisão de Língua Portuguesa
Eveline Mendes Costa Lopes

Diagramação
Sandra Cristina da Silva

•

Material produzido pelo Centro de Formação dos Servidores e Empregados Públicos do Poder Executivo Estadual – CEFOSPE

JUNHO, 2021 (1ª. ed.)

Ficha catalográfica elaborada pela BPE

M525m Mellet, Luiz Ernesto
Media training / Luiz Ernesto Mellet. – Recife: Centro de Formação dos Servidores e Empregados Públicos do Poder Executivo Estadual, 2021.

35p.

Material produzido pelo Centro de Formação dos Servidores e Empregados Públicos do Poder Executivo Estadual – CEFOSPE.

Inclui bibliografia.

Inclui curriculum do autor.

1. ENTREVISTAS (JORNALISMO) – ESTUDO E ENSINO. 2. ENTREVISTAS – TÉCNICA. 3. MÍDIA DIGITAL – ASPECTOS JORNALÍSTICOS. 4. JORNALISMO. 5. COMUNICAÇÃO – INOVAÇÃO ESTECNOLÓGICAS. I. Título.

CDD 070
CDU 361.322

PeR – BPE 21-078

Sumário

Introdução	6
CAPÍTULO 1	8
Entrevista jornalística e científica	8
Entrevista exclusiva	9
Entrevista coletiva.....	9
Entrevista rito	11
Entrevista anedótica	11
Entrevista diálogo.....	11
Entrevista confessional	11
1. Da espetacularização.....	12
Perfil pitoresco	12
Perfil do inusitado.....	12
Perfil da condenação	12
Perfil da ironia	12
2. Da compreensão.....	13
Entrevista conceitual.....	13
Entrevista enquete	13
Entrevista investigativa	13
Entrevista de confronto.....	13
Perfil humanizado	14
CAPÍTULO 2.....	15
Pauta ou edição. Entre o ovo e a galinha.	15

CAPÍTULO 3	19
Assessor de Imprensa.....	19
Notícia	19
A conduta ética do assessor de imprensa.....	20
Artigo 2º	20
O artigo 6º	20
Desempenho e toque humano	22
CAPÍTULO 4	25
Feitiços do diálogo	25
Media training para transmissões online.....	28
Considerações finais	30
Bibliografia	33
Sobre o autor	34

Introdução

Em 1450, o ourives alemão Johannes Gutemberg inventou a prensa de tipos móveis, catapultando a humanidade a outro patamar, com a impressão da Bíblia em estilo gótico.

Até então, os textos sagrados eram copiados no claustro de mosteiros, em uma tarefa de muitas mãos, que levavam anos para produzir um único exemplar. Em pouco tempo, 300 bíblias ganhariam o domínio público.

Passados mais de cinco séculos, a humanidade experimenta outro salto evolutivo. Dessa vez, incomparavelmente mais poderoso. Como num passe de mágica, basta tocar uma tecla para que uma informação atinja todo o planeta.

Não se tem registro, na história, de tantas transformações ocorridas num período tão curto. É impossível calcular a quantidade de dados circulando o planeta neste exato momento, enquanto você lê estas linhas. Em meios a essa balbúrdia transloucada e de velocidade alucinante, avalanches de informação varrem o interior de dutos de fibra ótica mais estreitos que um fio de cabelo.

Na sociedade imagética, impera o instante e pouco importa à audiência se o que assiste é verdade ou não. Mesmo porque boa parte dela não está provida de senso crítico para tal julgamento. Presa fácil da espetacularização dos acontecimentos, muitos mergulham e se deixam afogar no oceano virtual.

Toda transformação carrega no bojo benefícios e sequelas. Com a revolução tecnológica em curso, não está sendo diferente, vem trazendo enormes avanços como também uma lavra de paradoxos. Como exemplos, a prevalência da imagem sobre a palavra e a ocupação do simulacro no lugar da realidade. E à medida que mais urgente se impõe a comunicação, mais se observa a redução dos setores e profissionais especializados no interior das organizações.

O relacionamento com a mídia requer o domínio de certas habilidades. A sumarização e a precariedade no julgamento da opinião pública nesses tempos de imediatismo, esclarecimentos posteriores pouco efeito exercem para a restauração da imagem de qualquer pessoa. E para os agentes investidos de alguma função pública, o dano tende a causar mais estrago. Muitas vezes, irreversível.

As circunstâncias envolvidas em qualquer fato de interesse público estão sujeitas à imprevisibilidade dos acontecimentos. É importante que os ocupantes de cargo de liderança adquiram o conhecimento necessário, a fim de se saírem bem, quando instigados a alguma exposição midiática ou mesmo no relacionamento com a imprensa.

Repórteres são como predadores na pradaria. Faz parte da sua natureza farejar e capturar as presas mais expostas e vulneráveis. E no que diz respeito a figuras públicas, quanto maior envergadura tiver o cargo que ocupa, mais cobiçada torna a caça. Desapercebidas, muitas lideranças se lançam às câmeras e microfones confiantes na capacidade de oratória que detêm e, não raro, pagam caro por sua arrogância.

O trabalho dos jornalistas é ir atrás da notícia. Incumbidos do papel essencial que exercem na construção do Estado democrático de direito, eles perseguem obstinados os fatos de interesse público e não medem esforços na busca pela verdade. A missão deles é perguntar; por outro lado, a de quem responde é ser convincente nas respostas.

Portanto, é um diálogo que detém técnica do entrevistador e preparação por parte do entrevistado. Uma pergunta banal, muitas vezes, não é tão simples quanto aparenta. Pode ocultar, em seu conteúdo, uma malícia. A depender da resposta dada, pode prender o entrevistado numa armadilha acionada por ele próprio, e dela não conseguir mais escapar.

Este curso intenciona chamar a atenção sobre a imperativa importância da comunicação na construção da boa imagem, nestes tempos de larga projeção midiática.

Foi estruturado para oferecer uma compreensão maior sobre a Ciência do Jornalismo, abordando os modelos de entrevistas existentes, os cuidados requeridos e as técnicas utilizadas para a exibição satisfatória nas redes sociais e no relacionamento com a imprensa.

Espero que seja útil!

CAPÍTULO 1

Entrevista jornalística e científica

Trabalho de apuração jornalística, que pressupõe contato pessoal entre o repórter e uma ou mais pessoas, de destaque ou não, que se disponham a prestar informações para a elaboração de notícias. (Rabaça, Carlos; Barbosa, Gustavo 2001)

Tendo como base sempre o fato, o jornalista, em sua função de repórter, vai em busca de informações, fazendo perguntas e colhendo respostas do entrevistado sobre um determinado tema ou acontecimento, de modo que a entrevista ocorra no âmbito de uma conversação entre entrevistador e entrevistado.

A entrevista jornalística tem princípio semelhante à entrevista de pesquisa social (psicologia, serviço social, pesquisa de opinião) - ambas um único objetivo: a informação.

Mas há diferenças.

Na entrevista jornalística, a informação é transformada em notícia, para se tornar pública. Já aplicada na ciência, a informação da entrevista é limitada, estando subordinada a um fim metodológico, ou especulativo, ou verificador. (Juarez Bahia)

Fraser Bond classifica a entrevista jornalística em

- a)** noticiosa, que extrai do entrevistado informações sobre fatos;
- b)** de opinião, que colhe o ponto de vista do entrevistado sobre determinado assunto;
- c)** de personalidade, que tem por fim mostrar aspectos biográficos e pessoais do entrevistado; não só as suas ideias e opiniões, mas também seu modo de falar, como vive, gestos, gostos, planos, a roupa que veste;
- d)** de grupo;
- e)** coletiva.

A técnica de redação do material colhido em uma entrevista varia conforme o tipo da entrevista realizada.

Quando é importante transmitir ao leitor o encadeamento de perguntas e respostas, valorizando cada palavra do entrevistado e sua reação ante cada pergunta realizada, usa-se a transcrição pura e simples, na forma de pingue-pongue. Aplicado a qualquer caso, esse recurso torna-se gasto (“um estéril pingue-pongue sobre o óbvio”, como diz Luiz Amaral).

O mais frequente é ajustar as informações do entrevistado ao contexto da matéria, adaptando suas palavras ao estilo jornalístico, contudo, sem alterar o sentido e as declarações sempre entre aspas ou travessões.

Importante frisar que esse trabalho exige o esmero do redator experiente, uma vez que vai além de uma prosaica revisão ortográfica.

Tal tarefa, chamada copidescar, é restrita a especialistas com amplo domínio no texto jornalístico.

A redução dos espaços hierárquicos rareou a presença do copidesque nas redações, empobrecendo, sobremaneira, a qualidade dos textos nos veículos.

O tratamento da entrevista também apresenta características distintas, conforme o norteamento dado pelas características do veículo.

Enquanto na imprensa escrita (jornal, revista, web) é relatada de forma indireta, na tv, rádio e web, assume dimensão mais afetiva, já que esses veículos possibilitam também a transmissão dos estímulos não verbais do entrevistado, dando margem a uma comunicação mais abrangente (corporal).

Entrevista exclusiva

Tipo de entrevista que é dada a um repórter apenas e que só pode ser publicada pelo veículo representado por ele.

Entrevista coletiva

Entrevista em que o entrevistado recebe o conjunto de repórteres de vários veículos de imprensa.

Dependendo da entrevista, as perguntas podem ser feitas de improviso ou levadas com antecedência ao conhecimento do entrevistado. É comum a esse tipo de entrevista começar por um breve depoimento do entrevistado antes de iniciar as perguntas. Entre os aspectos positivos da entrevista coletiva, estão a economia de tempo e a mesma condição dada de participação aos representantes dos veículos de imprensa presentes.

A entrevista jornalística, em primeira instância, é uma técnica de obtenção de informações.

Por uma distorção do poder nas sociedades, muitas vezes se atribui esse crédito apenas a fontes oficiais (político, econômico, científico ou cultural).

Vê-se, com isso, a unilateralidade da informação: só os poderosos têm voz.

O fato é que é difícil estabelecer nítidas fronteiras em relação às técnicas das entrevistas para a aplicação nas Ciências Sociais. Quando se faz uma enquete de cunho científico, uma pesquisa de campo, por exemplo a técnica de amostragem, é rigorosa. No jornalismo, ainda que esteja centralizado no fato, a investigação ocorre nas testemunhas ao redor do acontecimento, uma vez que qualquer pessoa acobertada pelo anonimato sempre tem algo importante a revelar.

“As Ciências Sociais são ambiciosas ao tentar recapturar o tempo e o espaço do homem. O jornalismo lida, fatalmente, com as contingências da presentificação:

nem história imediata ele é, muito mais imperfeito e sujeito a erro que aparece ao microscópio. A olho nu, porém, cumpre um papel até mesmo ontológico. Este é o fenômeno que tenta impedir a morte do momento.” (Medina, 1990)

Dizem os críticos do jornalismo que o entrevistador das Ciências Sociais é preparado, aprende técnicas, sistematiza conhecimentos. Esquecem eles da grande habilidade que tem o jornalista de agir no improviso e do repórter de se deixar seguir pelo faro, tal como um perdigueiro da notícia.

Por isso, o rigor técnico do questionamento no campo das ciências sociais não necessariamente se aplica no jornalismo, cuja apuração ocorre de modo aleatório e está atrelado às atitudes do entrevistador perante o entrevistado. E isso exige uma certa competência distinta nata à formação do repórter.

Porque ele sabe dar fluência ao diálogo aberto, conduzindo a entrevista dentro de balizas “que configuram o jornalismo: atualidade, universalidade, periodicidade e difusão.” (Otto Groth)

Por mais ambição que tenha de historiador, o entrevistador estará implicado no presente (atualidade); por mais psicólogo que seja, o entrevistador terá de buscar traços significativos para muitas outras pessoas que se identifiquem com o entrevistado (universalidade); por mais profundo que pretenda ser no tempo e no espaço, tal qual um artista ao pintar um modelo vivo, não poderá se desvincular do *timing* (periodicidade); por fim, por mais vanguardista que seja, seus ímpetos de ruptura artística não poderão colidir com a legibilidade da comunicação coletiva (difusão).

E no âmbito dessas determinações, há de ter espaço ainda para a retórica, a criação artística de um diálogo interessante.

Em suma, entrevistas têm, grosso modo, única função: arrancar respostas do entrevistado.

Edgar Morin afirma que o diálogo começa a aparecer no rádio, na televisão, nos anos 60 do século passado. O tempo necessário para que “a palavra humana se descongelasse diante do microfone e da câmara.”

Ele classifica quatro tipos de entrevista: ritual, anedótica, diálogo e confessional.

Entrevista rito

É, como dito, a ritual. Sem a menor profundidade.

Perguntas tolas são realizadas para produzir respostas tolas.

Exemplos: O capitão do time campeão; A beldade eleita miss; O ator com o Oscar na mão.

Desprovida da menor importância, salvo uma pergunta provocativa, que redunde numa resposta intempestiva. De resto, a banalidade recíproca do mais furado dos papos.

Entrevista anedótica

Consiste em conversações frívolas, muito usadas nos *talkshows*.

Situa-se no nível de mexericos e da frugalidade.

Nela, o entrevistador procura roubar a cena, fazendo uso de estratégias para ser alvo da atenção. Procura arrancar algo do entrevistado, até mesmo desconcertá-lo com indiscrições picantes, mas dentro de um limite calculado.

Há um acordo invisível entre entrevistador e entrevistado, que se dá na esfera psicológica, para a preservação mútua de ambos. Eles estão ali, postos frente a frente, com o propósito único de divertir a plateia.

Entrevista diálogo

É a verdadeira entrevista.

Escapa da conversação mundana.

Nela, entrevistador e entrevistado jogam aberto na abordagem de um determinado assunto, a fim de revelar o pensamento do entrevistado ou a opinião dele acerca de algum assunto de relevância social.

A audiência divide o interesse em ambos.

Entrevista confessional

Aqui o entrevistado é – como deve ser – o protagonista do espetáculo.

Nela, o entrevistador busca desnudar o entrevistado, arrancando deste as confissões nunca reveladas.

Eis aí a que mais preparo exige, devendo o entrevistador ter pleno domínio da arte de perguntar, associado à sutileza respeitosa de penetrar na intimidade do entrevistado.

Todavia, traz em si a ambivalência de tanto levar a algo edificante, um ensinamento de vida, por exemplo, como descambar para o viés sensacionalista.

Na classificação acima, Morin dirige pesadas críticas à superficialidade do conteúdo nas duas primeiras e a raridade nas duas últimas.

E continuou a dissecar as entrevistas, desta feita, observando nelas duas tendências: a de espetacularização e a de compreensão com os respectivos perfis e modelos.

1. Da espetacularização

Perfil pitoresco

A caricatura do humano, fazem-se retratos e retratos de figuras proeminentes (em geral do mundo das artes, mas a onda chega ao mundo político, econômico, científico), em que se salienta a fofoca, o grotesco, os traços sensacionalistas, o picante dos modismos sexuais.

Perfil do inusitado

Mais do que a normalidade e o cotidiano revelador da pessoa em foco, procura-se extrair dela o lado exótico ou excêntrico que a caracterizaria.

Perfil da condenação

Muito comum no jornalismo policial. Força a entrevista para que o “bandido” seja implicitamente condenado (raras vezes, isso se desloca para o policial). Ideologicamente pautada pelo maniqueísmo e o julgamento sumário.

Esse perfil reduz a entrevista entre mocinho e bandido.

Perfil da ironia

É mais sutil que a anterior, mas também de natureza tendenciosa. Procura contestar as ideias do entrevistado, em geral, uma fonte do mundo artístico, cultural, político ou científico, por meio da ironia.

A seleção de frases, as contradições ocasionais isoladas do contexto e a adjetivação atribuída ao entrevistado acabam por transformar em monstro o mocinho original.

2. Da compreensão

Entrevista conceitual

O entrevistador busca bagagem informativa, põe sua curiosidade e, de espírito aberto, tenta extrair determinados conceitos que reconhecidamente a fonte detém.

O repórter, no sentido mais amplo de sua função de intermediador na sociedade, não é um especialista. É especializado, sim, na técnica de reportagem, na qual a entrevista ocupa espaço privilegiado. Vai procurar especialistas de várias correntes de informação e interpretação (um filósofo, um sociólogo, um cientista, um economista).

Nesse caso, está interessado em conceitos, não em comportamentos.

Entrevista enquete

Aqui, o tema é a pauta. O entrevistador procura mais de uma fonte para depor em relação ao tema em questão.

Admite-se, neste caso, uma pauta ou questionário básicos para dar unidade à enquete.

É importante salientar que o aleatório será o critério jornalístico na seleção das fontes. Não haverá pruridos de justificar a «representatividade» das pessoas ouvidas, porque não se trata de técnica de amostragem da pesquisa em Ciências Sociais.

Mas também não bastam dois ou três depoimentos colhidos na rua, o famoso “povo fala”, tão utilizado pela rádio e tevê para dar a forma de uma enquete especializada.

Entrevista investigativa

O jornalismo norte-americano a partir de Watergate firmou um paradigma de cobertura: aquela que vai investigar onde a informação não está ao acesso do jornalista.

Os temas de repercussão pública, como gestão do dinheiro público e abusos de poder, são os preferidos das pautas investigativas.

A habilidosa entrevista em off é essencial a esse gênero de apuração.

Entrevista de confronto

Em temas polêmicos, nos quais germina a chamada semente da discórdia ou, mais do que isso, em que se visualizam as ambiguidades e contradições, que se estabelecem sobre o fato; os veículos de comunicação apelam para o debate, a mesa-redonda, o painel, o simpósio ou seminário.

O entrevistador deve denotar habilidade de mediador, instigador e investigador sobre dúvidas do senso comum: a coordenação do debate é a sua função específica.

Perfil humanizado

Ao contrário da espetacularização, a entrevista com finalidade de traçar um perfil humano não provoca, de modo gratuito, o entrevistado apenas para acentuar seu lado grotesco nem para enaltecê-lo de modo servil.

É uma entrevista aberta, que mergulha no outro para compreender seus conceitos, valores, comportamentos, histórico de vida.

CAPÍTULO 2

Pauta ou edição. Entre o ovo e a galinha.

Antes de se abordar o trabalho de campo do repórter, isto é, a execução da entrevista, não se pode deixar de lado o processo de produção da informação jornalística.

Há princípios que regem o jornalismo, combinando as variáveis implícitas ao processamento da notícia com as fontes.

Esses dois ingredientes são imprescindíveis à concepção e seleção de pautas.

De maneira que, quando se chega à entrevista, o jornalista está enrolado a essa trama que define a pauta: as perguntas que devem ser realizadas e os objetivos do veículo.

De modo que a técnica aplicada se insere num processo, cujo ponto de partida se acha na pauta. Pois é nela que se encontram as informações que se pretende obter numa determinada edição. E mais importante, o tom que se quer dar a ela.

Sendo assim, a edição de uma matéria e, até mesmo, as conclusões dela começam a ser formuladas a partir da pauta. A pauta representa o fio condutor de toda matéria ou reportagem, influenciando no resultado que se queira alcançar. Portanto, a derivação a respeito da interpretação da notícia se inclina de modo subliminar, de acordo com a intenção do veículo guiado por interesses econômico, político, ideológico ou outro motivo qualquer.

Vimos aqui que é muito complexo o emaranhado de aspectos que influenciam a concepção de um produto jornalístico, especialmente entrevistas. As determinações que regulam o processo jornalístico da pauta à distribuição do produto informativo foram teorizadas, com notável pioneirismo e persistência, pelo alemão Otto Groth no século passado, a partir de seus estudos, que definiram o Jornalismo como ciência.

Lembrando, mais uma vez, que Groth elencou quatro leis, que regem o fenômeno: atualidade, periodicidade, universalidade e difusão.

Com isso, nenhuma pauta é corretamente sugerida, se não tiver “gancho”, gíria de redação para, de uma só tacada, qualificar um fato de atualidade e universalidade, ou seja, fixada no presente e de amplo interesse humano, seja local, regional, nacional ou internacional.

Por outro lado, se houver substanciado durante o preparo da pauta os elementos do instante que possibilitem perenidade – sendo esses dois atributos atrativos imperiosos à captura do interesse da audiência virtual – diminui-se consideravelmente uma resposta satisfatória do público e, conseqüentemente, dos patrocinadores. Porque faz parte da natureza

da comunicação contemporânea a exigência de difusão de qualquer produto midiático para o maior número possível de indivíduos, no maior tempo possível de exibição.

Qualquer tema sujeito à consagração como pauta – que dará origem a uma matéria jornalística – passa, inevitavelmente, pelo crivo mais ou menos técnico dos princípios de Groth. Todavia, os resultados satisfatórios estão sujeitos ao estágio de avanço da empresa ou instituição com relação à comunicação.

Daí tantas pautas exequíveis são descartadas na peneira diária das redações, deletadas também pelos reduzidos espaços de edição – esses critérios sempre estarão presentes, ainda que de forma não consciente por parte dos que decidem no processo. Diz respeito à tradição oral, traduzida em experiência profissional.

É a tal «sabedoria» acumulada acerca da atividade apurativa, que todo repórter experiente carrega em seu repertório.

Muitas vezes se cometem erros, injustiças, deformações, mas o “gancho” da pauta é uma dessas técnicas básicas assimiladas nas redações.

É preciso ter em mente que o processamento da informação obedece a três variáveis fundamentais:

1. Qualquer ação ou decisão jornalística atende à influência grupal – a oferta na sociedade capitalista ou a ideologia do grupo institucional, que coordena ou orienta certo veículo de comunicação;
2. A influência coletiva – demanda do consumidor ou exigências de público a quem se dirige o produto informativo;
3. A iniciativa dos produtores.

A essa dinâmica está subjugado o produto noticioso distribuído, no que Adorno e Horkheimer definiram como indústria cultural. De modo que qualquer produto de cunho jornalístico não permite a análise unilateral, ou seja, examinada por somente uma dessas influências.

Contudo, esse esquema corresponde à indústria cultural contemporânea em sociedades afluentes, nas quais o consumidor tem, a seu dispor, canais de participação para manifestar suas exigências por um produto que corresponda à sua expectativa.

Grosso modo, fórum de leitores, pesquisas quantitativas de audiência e outras aferições semelhantes não revelam, em sua totalidade, a percepção do público sobre um determinado

produto midiático, porque os questionários elaborados nas empresas especializadas nesse tipo de aferição são formulados para acusar um dado resultado específico ou próximo. São preparados para legitimar perante a opinião pública como vontade da coletividade, o que na realidade é desejo de uma liderança ou do staff de uma organização.

Por outro lado, quanto mais modernizado for o sistema de comunicação, mais se exigem produtores competentes no desempenho das rotinas e que sejam capazes de avançar, ou – usando um termo muito em voga nas corporações do século 21 – inovar.

Abraham Moles (Sociodinâmica da cultura de massa. São Paulo, Perspectiva, 1974) reforça a participação do criador individual nesse processo eminentemente coletivo. Assim acontece nas nossas circunstâncias, que acusam, para nosso desprazer, a pouca margem de ação e decisão do repórter ou editor.

Analisar os motivos pelos quais ocorre a perda de autonomia e, pior, o esfacelamento dos setores de comunicação nas organizações públicas seria objeto de outro trabalho.

Para não passar batido pela questão, eis alguns fatores históricos:

1. As organizações brasileiras, afora uma ou outra exceção, preferem investir mais em tecnologia à qualificação do seu capital humano de produção da informação;
2. O profissional de comunicação, aviltado por salários miseráveis e desgastado pela rotina estafante, se sente desencorajado a investir, por conta própria, em sua formação;
3. As universidades, empobrecidas pela concorrência, não renovam seus quadros e mal formam profissionais aptos a empreender;
4. Nas organizações.

Em geral, os cursos de capacitação são dirigidos para aqueles que não estão à frente dos processos decisórios. Os detentores de cargos de liderança (editores e secretários) permanecem preocupados com o imediato desempenho, satisfazendo as exigências dos próprios empregos.

E poucos são sensíveis à discussão crítica sobre a profissão.

Nesse estágio, a grande audiência está sujeita à deformação excludente da oferta e ao dirigismo, com que a contemplam os meios de comunicação coletiva. A teoria Agenda Setting decanta, com impressionante precisão, a seleção dos temas que são lançados para a discussão pública.

Podemos observar que a gênese de uma pauta é mais enredada do que se imagina à primeira vista. Até decidir o tema da entrevista, por mais rápida que seja, os parâmetros que a contornam provêm de vários pontos de partida dinamicamente articulados. E há tantos outros no campo da especulação teórica, que não caberia aqui explicar.

Em Teorias da Comunicação de Massa, Wolf (2005) analisa as teorias e os modelos com a devida profundidade científica.

Aqui nos cabe lembrar as palavras do filósofo alemão Nietzsche: sob a superfície de qualquer fenômeno, há uma rede de forças atuantes.

Assim também a análise crítica sobre as fontes de informação, os selecionados para preencher o conteúdo testemunhal dos produtos noticiosos.

Contraditoriamente, quanto menos importância a organização dá à comunicação, mais imediatista é a seleção dos entrevistados.

Numa comunicação dirigida – a oferta ditatorialmente se sobrepondo aos reais interesses da comunidade –, caímos quase sempre na fonte oficial, na fonte de poder em qualquer setor, contanto que tenha alta cotação na bolsa de valores do mercado cultural.

Não é por acaso que um bom editor tem a agenda de telefones úteis na gaveta da mesa de trabalho (se não for no bolso). Ali estão catalogados, para qualquer circunstância, os entrevistados *prêt-à-porter*, ou melhor, pronto-a-editar. São, quase sempre, figuras proeminentes de cada setor, cuja palavra se mede pelo poder que representam. E quando se quer dar um pouco de tom popular à reportagem, joga-se o repórter (em geral, iniciando-se na profissão) na rua, ele vai lá e colhe depoimentos do povo. “O povo fala”, como se convencionou chamar na televisão. (Medina, 1990)

A pauta e a seleção de vozes para serem amplificadas pela comunicação coletiva denotam, portanto, esse dirigismo autoritário de entrevistas-padrão com figuras sociais também padrão.

As vozes discordantes, as proeminentes, não as colhidas no anonimato das comunidades, são também marginalizadas. Diminui drasticamente o acervo de fontes de informação da caderneta de endereços dos jornalistas.

Nem é preciso dizer que estamos a quilômetros de distância do Diálogo Possível. Essa prática jornalística atrasada se configura como monológica, ainda que se mascare de “pluralidade” nas entrevistas editadas. (Medina, 1990)

CAPÍTULO 3

Assessor de Imprensa

Segundo a Federação Nacional dos Jornalistas Profissionais, a função do assessor de imprensa é “facilitar a relação entre seu cliente – empresa, pessoa física, entidades e instituições – e os formadores de opinião”.

Cabe a esse profissional orientar o assessorado quanto ao que pode ou não interessar aos veículos e, portanto, vir a ser notícia.

Notícia

Podemos alinhar muitas definições de notícia, “na maioria ingênuas, algumas genéricas, nenhuma capaz de determinar, de maneira única, o seu objeto (TARSKY, Alfred. “**La construction d’une sémantique scientifique**”. In: **Logique sémantique, metamathématique**, Paris, Armand Colin, 1974, vol. II, p. 133).

Algumas definições de notícia

“Relato do fato ou acontecimentos atuais, de interesse e importância para a comunidade, e capaz de ser compreendido pelo público.” (Rabaça, Barbosa, 2002)

“É a matéria-prima que se constrói o jornal”, Celso Kelly.

“É algo que interessa a uma grande parte da comunidade e nunca tenha sido levado à sua atenção”, Charles Dana.

Os editores da revista *Colliers Weekly* definem notícia como “tudo o que o público necessita saber; tudo aquilo que o público deseja falar; quanto mais comentário suscite, maior é o seu valor; é a informação exata, oportuna dos acontecimentos, descobrimentos, opiniões e assuntos de todas as categorias que interessam aos leitores (...). A notícia se funda, pois, no público, e deve-se avaliar seu interesse, apreciando nela o que interessa ao público. A essência, pois, da notícia é determinada pelo interesse público.”

E a hilária definição dada por Amus Cummings:

“Se um cachorro morde um homem, não é notícia; mas se um homem morde um cachorro, aí, então a notícia é sensacional”.

Nos capítulos anteriores, vimos a classificação dos quatro elementos dada por Groth, que fundamentam a notícia: atualidade, periodicidade, universalidade e difusão.

Contudo, diante da complexa transformação social e tecnológica, que se observa no nosso tempo, outros atributos servem para complementar o quadrante de leis de Groth: veracidade, oportunidade, interesse humano, raridade, curiosidade, importância, proximidade e consequência para os leitores.

A conduta ética do assessor de imprensa

Assunto controverso, que requer muita atenção, porque ética, para os jornalistas, é o conjunto de normas, que devem reger sua conduta no desempenho da profissão.

“O dever de informar se apoia na liberdade e pressupõe um ato de responsabilidade com a verdade.”, professor Eugênio Castelli.

O jornalista de assessoria de imprensa deve pautar-se pelo Código de Ética da categoria, em vigor desde 2007.

Tendo em vista o cabedal de normas, destacamos, de modo resumido, algumas merecedoras de atenção por se coadunarem com os objetivos propostos aqui.

Artigo 2º

Define o direito público à informação, considerando-o como obrigação social do jornalista. Ao mesmo tempo, condena a censura e a autocensura. O Código estipula também o compromisso com a verdade.

O artigo 6º

Observa o dever do jornalista de divulgar todos os fatos de interesse do público, lutar pela liberdade de pensamento e de expressão e defender o livre exercício da profissão, opondo-se ao arbítrio, ao autoritarismo e à opressão.

Assessores de imprensa nas organizações públicas precisam defender, firmemente, junto com seus assessorados, a não impor barreiras à divulgação de fatos de interesse público.

Quanto maior for o esforço para que o assessorado tenha uma relação transparente com os veículos, melhores serão as relações com os veículos de imprensa.

Por outro lado, deve-se ter em conta algumas questões específicas que dizem respeito à responsabilidade do assessor quanto ao que se divulgar, uma vez que defender a livre circulação de informações não significa divulgar qualquer informação.

Vamos analisar o seguinte dilema para ilustrar melhor a questão:

Você trabalha numa organização pública de pesquisa médica. O estudo sobre uma vacina que pode curar o câncer apresenta bons resultados, mas nada conclusivo ainda.

Uma fonte revela isso a um repórter que vai ao seu encontro.

O fato, certamente, é de interesse público. Contudo, sua divulgação precoce pode acarretar grande expectativa aos portadores de câncer, dependendo da forma como o veículo tratar o assunto.

O que fazer?

“Não há nada conclusivo”, parece ser a resposta mais apropriada ao caso.

Assim, o compromisso com a verdade seria mantido e evitaria que a divulgação de uma notícia desse quilate fizesse com que milhares de doentes estivessem à porta da organização no outro dia.

Por fim, o item VII do artigo 6º estabelece que o jornalista deve combater e denunciar todas as formas de corrupção.

Se o assessorado ocupar um cargo público e tiver envolvido com algum ato ilícito no qual obteve vantagens, cabe ao assessor de imprensa denunciar o fato em primeira mão, a fim de não cair sobre ele a suspeita de encobrir o caso.

O maior patrimônio do jornalista é a credibilidade. É preferível perder o emprego a sua reputação.

Vejamos mais um caso:

Você trabalha na AI de um hospital público que vem sendo alvo de negligência médica. Um famoso repórter pede sua ajuda para fazer uma cirurgia pelo SUS o mais rápido possível, ainda que o caso dele não requeira urgência. Mas, de forma velada, sugere uma grande matéria elogiando os serviços do hospital.

O que fazer?

Não é por essa via que o assessor deve construir seu relacionamento com a imprensa, mas sim por meio de sua atuação cotidiana como um facilitador de informações para os veículos de forma transparente e responsável.

Pois a conduta ética do jornalista contribui para a construção de uma sociedade justa e solidária.

Desempenho e toque humano

A entrevista jornalística, entre o momento de definição de pauta e sua consecução, passa por etapas, digamos um estágio preparatório para os fins a que se propõe.

Porém, para que ocorra de modo efetivo, é preciso definir o nível de interação que se pretende levar com o entrevistador. Assunto já abordado anteriormente. Então, cabe classificar o tipo e o perfil mais adequados à entrevista planejada.

Há de se ter em conta o quanto o entrevistador está disposto a criar ou romper com as rotinas limitantes da organização a que pertence.

Diante disso, há ingredientes que enriquecem o comportamento do entrevistador:

a pauta, ideia-matriz do tema a ser abordado na entrevista, pode ser simplesmente colocada oralmente ou por escrito de uma maneira esquemática.

Numa organização mais atenta aos préstimos e resultados que a boa comunicação produz, a pauta é desenvolvida, observando-se os antecedentes do assunto em questão, as implicações, os ângulos exploráveis e as possíveis projeções.

A finalidade precípua desse tratamento é situar o entrevistador em um quadro com o mínimo de dados que lhe possibilitem a movimentação no tema, ainda que não tenha experiência na área.

O preparo do entrevistador vai, a partir de então, encaminhar a pauta.

Se ele não tiver um repertório generalista acumulado – uma visão do social, do político, do econômico, sensibilidade e conhecimentos acerca dos fatos culturais –, terá de fazer um esforço imediato para se atualizar.

Para isso, consultar na web os arquivos referentes ao assunto é fundamental, até mesmo para aqueles que se julgam conhecedores do tema. Não custa realizar uma revisão e ver se há algo novo sobre o tema.

Há ainda outras formas de complementar o repertório que instrui a pauta. Por exemplo, telefonar para uma fonte de informação especializada que possa dar, verbalmente, certa consultoria.

Leituras específicas também são muito importantes, mas demandam um tempo maior de preparação ao entrevistador escalado de supetão.

Em entrevistas especiais, no entanto, não há como escapar de uma preparação mais rigorosa, sob pena de o entrevistador chegar completamente desarmado diante do entrevistado.

O perfil da personalidade do entrevistador também atua no desempenho técnico da entrevista. Há, nessa tarefa, uma série de características já abordadas e que, levadas em conta, permitem o encadeamento de perguntas, interferências, interrupções, reorientações no discurso por parte do entrevistador ou mediador, de maneira satisfatória. No mínimo, um desempenho regular.

A interação com o entrevistado envolve, além da técnica por parte do entrevistador, o compromisso com o público. Isso quer dizer que o desempenho não individual não depende unicamente dos aspectos técnicos, mas também da consciência do papel social que exerce o entrevistador.

Gostaria de destacar três comportamentos:

1. O entrevistador tem de encarar o momento da entrevista como uma situação psicossocial, de complexidade indiscutível. Se for um iniciante sem preparo ou um prático profissional inconsciente da dimensão psicológica e social daquele encontro com a fonte de informação, as coisas acontecerão atabalhoadamente, com agressividade, imposição, autoritarismo.

Se não houver consciência das etapas de observação, o conteúdo da resultará numa versão pobre do que teria sido uma entrevista.

2. O entrevistado tem de ser considerado. Sua atitude, da mesma forma que a do entrevistador, poderá ser monolítica, autoritária, agressiva (é só lembrar o comportamento de Jânio Quadros e de Jair Bolsonaro com a Imprensa), sem capacidade ou permeabilidade para o diálogo.

Haverá aí um obstáculo considerável para o entrevistador poder trabalhar.

Uma fonte de informação que não identifica seu compromisso social de delegar informações à comunidade certamente imporá barreiras psicossociais. Ou seja, um democrata age democraticamente liberando o diálogo. Um autoritário age autoritariamente sonhando o diálogo.

3. De qualquer maneira, mesmo tomando como referência uma situação ideal de empatia entre entrevistado e entrevistador, o que se coloca, de imediato, em todas as entrevistas, é uma dinâmica de bloqueio e desbloqueio.

De fato, as pessoas andam armadas umas em relação às outras. Então, no que se refere ao contato com jornalistas, o caso é mais grave.

Por princípio, um jornalista diante de qualquer pessoa é, no mínimo, um invasor, um perturbador da privacidade, aquele tipo que quer tornar público o que o indivíduo nem sempre está disposto a se abrir.

E, na pior das hipóteses (de desempenho técnico), o jornalista é aquele que deforma tudo o que se diz.

De um extremo a outro, impõe-se uma tarefa extra à pauta: preparar a atmosfera de trabalho, proporcionar, com habilidades psicológicas ou pedagógicas, uma abertura para o desbloqueio, o desarmamento.

Só após desanuviar as desconfianças, é que efetivamente se pode abordar o outro com mais profundidade.

Aí a muralha desaba, abrindo caminho para o verdadeiro diálogo.

E o feitiço acontece.

CAPÍTULO 4

Feitiços do diálogo

Alguns traços são mágicos ao bom entrevistador:

- Há de ter sensibilidade, delicadeza no olhar, no gesto. O corpo fala. Portanto, a atitude corporal é importante;
- Há de se debruçar sobre o entrevistado de modo franco e aberto, só contemplando o outro com respeito e curiosidade, ainda que o entrevistado seja o mais vil dos humanos. Por certo, esses fluidos positivos vão ser percebidos pelo entrevistado. Nunca é demais salientar que o diálogo ocorre sobretudo no nível da sensibilidade.
- O toque criador ganha força diante de situações imprevisíveis ou aparentemente intransponíveis. Uma fonte de informação a princípio inexpugnável desafia o entrevistador.
- Um gesto, uma palavra, uma entrega despojada abrem as possibilidades para o relacionamento humano. Nenhum técnico com um roteiro é capaz de suplantar as barreiras psicológicas entre duas pessoas que estão frente a frente pela primeira vez. Não se podem sistematizar as atitudes humanas dessa forma, pois são inerentes a cada indivíduo numa dada situação. O que é preciso é simplesmente se abrir com toda a honestidade e franqueza. É deixar de lado o profissional, para fluir o humano e ir até aonde der para atingir o diálogo.
- Tendo finalmente estabelecido o contato, ocorre a aceitação mútua e o mínimo de confiança aceitável a uma relação. Mas não se dê por consumada a entrevista quando mal iniciou. Deixa rolar relaxadamente. Só o mal poeta se contenta com o primeiro verso. A médio prazo e até a longo prazo, cada entrevistado representa uma relação humana durável, cultivável, por mais opostas que sejam suas posições, insisto, em relação às do entrevistador.

Tanto entrevistado como entrevistador estão no mesmo barco. São simplesmente duas pessoas, que conversam a respeito de coisas da vida que envolvem conceitos específicos e juízos de valor. Realmente, a força de tal encontro dialógico ilumina o instante concreto, sacode a emoção e a razão: ambos saem perturbados e sem definir muito bem o que aconteceu. Só se sabe que aconteceu.

Essas duas pessoas, nas circunstâncias em que foram colocadas uma diante da outra por seu histórico individual, cruzaram definitivamente caminhos, não são mais indiferentes.

A carga emocional da interação social criadora vai desaguar na matéria editada com esse tom maior, que fica visível, audível, sendo socializado através da plena identificação: o leitor, telespectador, ouvinte comungam com essa relação total, entra nela pela magia da linguagem simbólica, que substitui o ato da entrevista (Medina, 1995).

Encarar a realidade só é possível a quem tem compromisso com a verdade. Nestes tempos confusos, malfeitores se esforçam em esconder a realidade, camuflam os crimes sob o mimetismo de argumentos falaciosos e justificativas que pouco se sustentam defronte do habilidoso entrevistador.

Os critérios difundidos em manuais e livros técnicos de redação são receituários vencidos para o jornalista de verdade.

Há tempo, o dogma da objetividade perdeu sentido no jornalismo, tanto na prática como em termos epistemológicos.

Até mesmo os jornalistas norte-americanos, pioneiros do axioma da objetividade – típica do jornalismo noticioso da primeira metade do século passado – se convenceram de que a tal objetividade não passa de factóide.

E faz tempo que o paradigma da objetividade desmoronou.

Em 1985, um memorável artigo publicado na revista *Diálogo* sob o título “A Verdade e a Imprensa” reuniu jornalistas, editores, professores e pesquisadores de Comunicação.

Sem ingressarem nas demasiadas elocubrações filosóficas a respeito da verdade, o debate apontou muitas contradições entre objetividade e subjetividade na representação do real com que o jornalista trabalha.

Tomando por base a Teoria da Interpretação contemporânea, que resulta do entroncamento dos pensadores Karl Marx, Nietzsche e Freud, abordada em profundidade por Paul Ricoeur, procura-se conceituar o esforço de conhecimento do real. O repórter se lança a uma pesquisa ou ato de decifração possível perante a complexa rede de forças, que atua sobre o fato jornalístico (...) surge então a consciência de que entramos numa especulação ilimitada, um mergulho na verdade de muitas faces, contradições, em que a atuação do jornalismo é sempre relativa, nunca totalmente objetiva, cientificista, como pretendem os clássicos do mito da objetividade (Medina, 1990).

Diante de uma notícia, dá-se início a um processo de reunir vários elementos que substanciam a veracidade do fato e não há garantia científica de atingir a verdade absoluta.

Nesse processo, o rigor técnico da apuração é imprescindível para a compreensão da rede de forças, que atua sobre um dado acontecimento.

Inevitavelmente, os caminhos se bifurcam: as Ciências Humanas maturam a pesquisa do real e atingem resultados mais aproximados da verdade; o jornalismo, pela contingência da presentificação e da periodicidade, informa aproximações mais superficiais, sujeitas a erro (Medina, 1990).

As técnicas de apuração no jornalismo não se esgotam na exatidão científica, mas traçam um vasto mosaico de referências, que, muitas vezes, são aproveitadas pelos próprios cientistas sociais em suas pesquisas.

O Ponto de partida da entrevista, a escolha da fonte de informação, está associado à própria pauta.

A definição de quem se vai ouvir na reportagem é matéria inerente ao jornalismo. Estando, todavia, submetido a serviços das instâncias de poder, a seleção das fontes torna-se sumária. Quem tem voz são os mesmos de sempre e estão ali escalados para confirmar a ideologia do próprio poder, que fazem parte ou que estão a serviço dele. Outras possíveis fontes são descartadas ou porque não servem (não se explica o motivo), ou porque “a casa” (entidade mítica que significa a empresa) não aceita esses nomes (malditos), ou porque, por desconhecimento total, uma sugestão inovadora por parte do repórter pega de surpresa o produtor cultural que está à frente do processo de decisão (Medina, 1990).

O autoritarismo institucional acentuou a limitação de vozes no circuito da comunicação coletiva.

Como não podia deixar de ser, a pluralidade de pontos de vista foi negada à sociedade brasileira através do grande sistema da indústria cultural, ou pela censura explícita ou pela autocensura implícita nos meios de comunicação dependentes do consentimento econômico, publicidade das estatais, ou político, no caso das concessões dos meios eletrônicos (Medina, 1990).

Media training para transmissões online

Cuidados com o fundo, a decoração, a luminosidade, os cuidados com os pets e as crianças.

Confira o funcionamento dos equipamentos! Verifique a conexão do WI-FI, o som, a webcam e outros gadgets ou programas que você vier a utilizar durante a transmissão.

1. Antes de tudo, certifique-se de que o sinal da internet esteja de boa;
2. Posicione-se num local nem muito escuro nem muito claro;
3. Procure, na medida do possível, fazer sua transmissão pela parte do dia! Caso não dê, faça num local da casa em que a luminosidade não seja direta, a fim de evitar o brilho intenso da lâmpada;
4. Fixe bem a câmera num tripé bem apoiado, de modo a não tremer ou balançar;
5. O enquadramento é muito importante. Livros e vasos de plantas são os mais vistos. Tem quem tenha, ao fundo, a sala da casa. É um tanto invasivo, mas não proibitivo. Contudo, a depender do espaço, pode ser interpretado como ostentador ou simplório, até mesmo cafona. Isso pode afetar a comunicação com parte da audiência;
6. Faça um pequeno script para dar algum ordenamento à gravação e à ordem das perguntas, mas nada inflexível, uma vez que a dinâmica da conversa pode dirigir a entrevista para outros caminhos! Mas, é importante para o mediador conduzir a entrevista em volta do tema central em voga. Caso contrário, a conversa debanda para a obviedade e futilidade, ou seja, vira conversa entre comadres;
7. Não use roupas ou adereços exagerados! Lembre-se de que o mediador ou entrevistador é a parte menos importante da transmissão;
8. Faça um exercício vocal a fim de evitar a voz afrouxada ou pigarros na transmissão (se tossir, não beba água rapidamente! Espere se recompor, peça desculpas e toque adiante);
9. Olhe para a câmera;
10. Inicie a transmissão cumprimentando os ouvintes com um bom dia e se apresente “Sou fulano(a) de tal. Apresente o tema e, depois, introduza os convidados com um breve resumo sobre eles! Demonstre tranquilidade e fale de modo pausado;

- 11.** Faça a primeira pergunta e deixe-o falar (se houver outro ou mais, passe a pergunta diretamente a cada);
- 12.** Demonstre interesse e mantenha uma expressão neutra, nem sério nem simpático demais;
- 13.** Espere sempre o participante concluir suas ideias e procure prender a pergunta seguinte, se possível, em algum gancho deixado na resposta anterior. Por mais importante que seja a pauta, a pior coisa que pode ocorrer numa entrevista é seguir rigidamente o script. A audiência pode se entediar. Um mediador habilidoso sabe educadamente espremer algo interessante do entrevistado;
- 14.** Mas, melhor mesmo é ser o mais discreto possível, de modo a não fazer besteiras. Mantendo-se invisível e em silêncio a maior parte do tempo da transmissão.

Considerações finais

Entrevistado e entrevistador são simplesmente duas pessoas que se propõem a estabelecer um diálogo a respeito de conceitos específicos, temas de cunho social ou trivialidades, coisas da vida que abarcam juízos de valor e tudo mais. O que há de interessante na entrevista é a exposição para a plateia, seja de dezenas, centenas, milhares ou milhões de espectadores. A força de tal encontro pode tanto prender a atenção como se revelar uma chama tênue incapaz de acender o interesse do público. Tudo se realiza numa esgrima de perguntas, respostas e postura.

Essas duas pessoas, nas circunstâncias em que foram colocadas uma diante da outra por seu histórico individual, cruzaram definitivamente caminhos, não são mais indiferentes. A carga emocional da interação social criadora vai desaguar na matéria editada com esse tom maior, que fica visível, audível, sendo socializado através da plena identificação: o leitor, telespectador, ouvinte comungam com essa relação total, entra nela pela magia da linguagem simbólica, que substitui o ato da entrevista (Medina, 1995).

A busca pela verdade talvez seja o maior desafio do jornalista. Se ao longo de séculos, o jornalismo procurou amparo na objetividade dos fatos, esse axioma parece ter-se diluído na atualidade. A internet propiciou um terreno fecundo para semear a mentira, cujas raízes se prendem profundamente no ciberespaço. O fenômeno das fake news representa a parte mais visível desse paradoxo contemporâneo. Em nenhum momento da história, foi tão fácil, rápido e simples ter acesso à informação. O problema reside justamente na quantidade de redes criadas para a propagação de notícias falsas, cujos objetivos escusos pretende manipular a opinião pública, seja para fins políticos, econômicos ou sociais.

O jornalista, que investiga os fatos sociais com ambição filosófica, não se acha mais por aí facilmente. As dificuldades da carreira, cada vez mais aviltada pelo poder econômico, o hedonismo contemporâneo, no que importa se exibir, os baixos salários e a falta de alternativas fora do circuito espetaculoso vêm acarretando uma desvalorização sem precedentes da categoria no país.

A especulação de um tema se apresenta nos conteúdos preparados sob encomenda, com o intuito de reafirmar a autoridade do entrevistado numa dada transmissão ou matéria. É a neutralização, e por que não dizer a negação, dos critérios dogmáticos do jornalismo contidos em manuais de redação. Se o dogma da objetividade falhou diante da impossibilidade de garantir a transcrição objetiva de um fato pelo olhar de um repórter – que, antes do

profissional, é um ser que traz consigo a substância da subjetividade, que lhe é própria – a veracidade, agora, se vê contestada sob o prisma do simulacro.

Tomando por base a Teoria da Interpretação contemporânea, que resulta do entroncamento dos pensadores Karl Marx, Nietzsche e Freud, abordada em profundidade por Paul Ricoeur, procura-se conceituar o esforço de conhecimento do Real. O repórter se lança a uma pesquisa ou ato de decifração possível perante a complexa rede de forças, que atua sobre o fato jornalístico (...). Surge então a consciência de que entramos numa especulação ilimitada, um mergulho na Verdade de muitas faces, contradições, em que a atuação do jornalismo é sempre relativa, nunca totalmente objetiva, cientificista, como pretendem os clássicos do mito da objetividade. Diante de uma Realidade cifrada (como Freud diante do Sonho), inicia-se um processo de decifração. Trata-se da arte de tecer o presente, e não a garantia científica de atingir a Verdade Absoluta (Medina, 1990).

O autoritarismo institucional reforçou a voz oficial em detrimento das vozes anônimas, do debate nacional.

O fato é que se tornam bem visíveis hoje os efeitos dessa centralização autoritária e das fontes de informação.

A rigor, o princípio da informação privada em detrimento da informação pública se alastrou para todos os grupos da sociedade brasileira (há os que apontam sintomas em indivíduos, como exemplo, nos condôminos de um edifício de apartamentos). Todo e qualquer agrupamento montou seu lobby, conceituou a informação que pode ou não ser liberada à Imprensa (Medina, 1990).

A seleção das fontes somente se legitima pela pluralidade de vozes.

Estamos muito longe de uma comunicação democrática com canais e intermediadores à disposição da demanda social.

Ainda que a imprensa brasileira tenha prestado enormes serviços ao país, defendendo inalienavelmente os princípios da Constituição de 1988 e de vir atuando como coadjuvante da construção de um Brasil mais justo e igualitário, ainda estamos longe de atingir o pleno direito à informação.

O arbitrarismo de só dar voz às fontes de poder é um dos maiores desafios impostos à jovem democracia brasileira.

Na dificuldade de transformações no interior das organizações públicas, escapam pequenas táticas de ruptura possível.

Entre elas, a do entrevistador se conscientizar de que o processo jornalístico não deve estar a serviço dos anseios ideológicos de quem quer que seja.

Expor o ponto de vista de cada e ouvir ambas as partes. Esta é a regra básica. Porque, sem imprensa livre, não há democracia.

Bibliografia

- BAHIA, Juarez. **Jornalismo, informação e comunicação**, São Paulo, Martins, 1971.
- BOND, Fraser. **Introdução ao jornalismo: uma análise do quarto poder em todas as suas formas**. Rio de Janeiro, Editora Agir, 1959.
- CEGALLA, Domingos Paschoal, **Novíssima gramática da língua portuguesa**. São Paulo, Saraiva, 2008.
- DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro, Contraponto Editora, 2016.
- FERRARETTO, Elisa Kopplin; FERRARETTO, Luiz Artur. **Assessoria de Imprensa: teoria e prática**. São Paulo: Summos Editorial, 2009.
- HOLANDA, Aurélio Buarque. **Dicionário Aurélio da língua portuguesa**. Curitiba, Editora Positivo, 2010.
- KELLY, Celso. **As novas dimensões do jornalismo**, Rio de Janeiro, Editora Agir, 1966.
- KUNSCH; Krohling, Margarida Maria; **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**, São Paulo: Summos Editorial, 2003.
- LAGE, Nilson. **Ideologia e Técnica da Notícia**. Petrópolis: Editora Vozes, 1979.
- LIMA, Rocha. **Gramática Normativa da Língua Portuguesa**, Rio de Janeiro, José Olympio Editora, 2011.
- LLHOSA, Mario V. **A civilização do espetáculo**. São Paulo, Objetiva, 2013.
- LOHISSE, Jean. **Communication anonyme**. Paris, Éditions Universitaires, 1969.
- MEDINA, Cremilda A. **Entrevista, o diálogo possível**. São Paulo, Editora Ática, 1990.
- MEDITSCH, Eduardo; SPONHOLZ, Liriam. **O poder cultural desconhecido: fundamento da ciência dos jornais**. Petrópolis, Vozes, 2010.
- MOLES, Abraham. **Sociodinâmica da cultura de massa**. São Paulo, Perspectiva, 1974.
- Wolf, Mauro. **Teoria da Comunicação**. Editora Vozes, 2015.

Sobre o autor

Luiz Ernesto Mellet é jornalista, publicitário, escritor bissexto e professor. É graduado em Jornalismo, especialização em Comunicação e Marketing, pós-graduado em Gestão Pública e mestre em Ciências da Religião. Foi repórter do Última Hora e Veja. Trabalhou em várias agências de propaganda e foi CEO da Let Comunicação. Escreveu o texto de ficção científica Recife 2093, Editora Raiz, 1993; o romance regionalista Ao pé do Mar, Fundação Padre Abranches, 2009; e Cheias (inédito). Leciona Jornalismo, Propaganda e Marketing. Atualmente ocupa a função de Gestor Governamental na Seplag/PE.

