



José Henrique Silveira de Brito

# Os Dilemas do Profissional da Comunicação

Como toda a atividade humano, a comunicação social está sujeita à crítica; criticam-se, por exemplo, os chamados critérios jornalísticos.

Um dia, em conversa com um jornalista, meu colega professor na licenciatura em Comunicação Social da minha Faculdade, perguntei-lhe: “uma vez que não se podem publicar todas as notícias que aparecem, que critérios de seleção utilizar?” Ele respondeu: “o critério é o valor-notícia”. Surpreendido, retorqui: “o que é isso?” Ele comentou: “a resposta clássica à sua pergunta é a que lhe dei; embora o seu conteúdo concreto seja difícil de definir”.

Para clarificar a questão, um exemplo. Há uns anos, os três canais de TV generalistas de Portugal, a RTP1, a SIC e a TVI, abriram os noticiários do horário nobre com uma reportagem sobre uma conferência de imprensa dada por uma *socialite* muito conhecida no país. Em cada canal a reportagem durou uns bons 15 minutos. No fim do mesmo telejornal, uma das estações ouviu o presidente do Conselho Nacional das Ciências da Vida sobre um problema bem complexo de bioética na altura muito discutido no país. O jornalista formulou a pergunta e lembrou ao entrevistado: “estamos na televisão: tem um minuto para a resposta”. Reparem: no mesmo telejornal, uma reportagem a propósito de um *peeling* feito por uma senhora numa clínica em Madrid, Espanha, durou um quarto de hora e a resposta a uma questão complexa de bioética teve direito apenas a um minuto.

Esta minha comunicação, contudo, não enveredará pelas críticas à comunicação social, mas abordará problemas com que se confrontamos seus profissionais, concretamente os jornalistas.

Abordarei três problemáticas. A primeira tem a ver com o papel mediador dos profissionais da comunicação. A segunda abordará a questão da independência dos órgãos de comunicação, e, na terceira, discutirei a problemática do pluralismo cultural das nossas sociedades.

## 1. Problemática da mediação.

O jornalista recolhe informação e transmite-a aos que a procuram. Exemplo: para escrever um texto sobre as vacinas da Covid-19, consulta um virologista. Embora simplificando, o virologista falará sempre como cientista. O jornalista, embora bem preparado, ouvirá sempre o entrevistado, mas condicionado pela sua reduzida formação na área das ciências. Os leitores ou ouvintes do trabalho do jornalista, ainda vão estar mais longe do primeiro discurso: o do cientista. Temos a vacina em três mundos – o do cientista, o do jornalista e o do ouvinte/leitor – que não coincidem totalmente. Esta função de mediação do jornalista, absolutamente necessária, exige uma atenção especial do profissional e traz-lhe dificuldades. Ele sabe que nunca estará na posse da verdade, que pode sempre interpretar mal e ser mal interpretado. Vejam as exigências éticas com que o profissional da comunicação se confronta. Imaginem os problemas que se colocam no trabalho de reportagem, no noticiário político ou económico, etc.

Hoje fala-se muito em *Fake News* e, de facto, publica-se muita mentira. Mas, tendo em conta que cada um vê a realidade a partir do seu ponto de vista, a mesma realidade vista por duas pessoas dá origem a perceções diferentes. Costumo dizer que conhecer é interpretar e a história de cada um de nós é decisiva para essa perceção da realidade. Quem viveu uma guerra ou, teve um grande acidente de viação, fica marcado para o resto da vida; as palavras “guerra” e “acidente” têm para ele uma vibração, uma ressonância muito especial.

Para complicar o que acabo de dizer, pensem na velocidade própria do mundo da comunicação. Nem sempre há tempo para o jornalista seguir escrupulosamente os protocolos exigidos pelas boas práticas. A pressa coloca muitas vezes o profissional entre a espada e a parede: ou procura confirmar e perde a oportunidade, ou aposta e as coisas podem correr mal. Ainda recentemente, num jornal português de referência, um conhecido jornalista dizia que Pedro da Silveira, poeta florentino e opositor ao Estado Novo, tinha sido informador da Pide. O jornalista e o jornal vieram depois lamentar o erro e pedir desculpa, mas o mal estava feito.

## 2. O Problema da propriedade e independência da comunicação social e o seu financiamento.

A sustentabilidade económica da comunicação social e a sua independência sempre foram questões complicadas: produzir informação custa dinheiro. Hoje os órgãos de comunicação são estatais ou são empresas ou ligados a grupos empresariais. Os que são estatais são financiados na totalidade ou em parte substancial pelo orçamento geral do estado. Os privados têm como fonte de receitas a publicidade, os patrocínios, a produção de eventos, etc. Para isso a fixação de audiências é de enorme importância.

Como é que se leva alguém a comprar um jornal, a ouvir uma rádio ou a ligar para determinado canal de TV? Por exemplo, procurando apresentar produtos chamativos. Essa preocupação reflete-se, naturalmente, no trabalho dos jornalistas. Ou seja, na gíria jornalística: há que procurar “furos”. A este propósito, lembro-me desta estória já com alguns anos. Um colega meu foi a uma cerimónia onde encontrou em trabalho de reportagem uma antiga aluna. Quando, no fim do evento, se despediram, ele perguntou-lhe: “o que é que vai fazer agora?” Resposta: “vou à procura de alguma coisa que abra o telejornal das 8 horas”. Ela estava no início de carreira e sabia bem que os “furos” são importantes para o currículo.

A necessidade de estar atento à sustentabilidade económica pode colocar o profissional em contextos difíceis de gerir. Os tabloides vendem, mas será aceitável o jornalismo que praticam? As receitas da publicidade não poderão condicionar os órgãos de comunicação que têm aí uma fonte importante de financiamento?

Nas minhas aulas sobre a independência dos órgãos de comunicação, vinha sempre à baila a questão da sua propriedade. No debate inicial, uns alunos defendiam que os órgãos de comunicação deveriam ser estatais, para serem independentes do capital; outros, que não deveriam ser do Estado para serem independentes do poder político. Depois de os alunos discutirem durante algum tempo, eu lembrava-lhes o ditado popular: “quem paga, manda!” e dava exemplos: “se o órgão de comunicação é estatal, o governo que está de turno tentará influenciar a informação. Se o jornal, rádio ou canal de televisão, está ligado a um grupo económico, será esse a tentar influenciar”. Em Portugal, há 40, 30 anos, antes do aparecimento das televisões privadas, ficaram célebres os telefonemas de membros de governo, incluindo o Primeiro Ministro, a tentar influenciar o alinhamento dos telejornais da RTP. No que respeita às empresas de comunicação social privada, a independência dá muito trabalho. Todos conhecem estórias elucidativas.

Sem negar nada do que disse até agora, há casos de independência notáveis. Em Portugal há um bom exemplo: o jornal *Público*, ligado ao grupo empresarial Sonae. O grupo dá liberdade total ao jornal. Várias vezes o fundador do grupo, o Engenheiro Belmiro de Azevedo, participou em atividades da Faculdade onde ensinei. Verificámos que esses acontecimentos nunca eram noticiados pelo *Público*. Mais tarde tive conhecimento de que era uma regra do jornal para vincar a sua independência.

## 3. A problemática do pluralismo cultural.

Vamos às questões do pluralismo. No passado as sociedades eram culturalmente homogêneas, mas hoje vivemos em sociedades multiculturais. Se olharmos com atenção para o mundo que nos rodeia, por exemplo o Canadá, constatamos que, neste espaço político, convivem diversas comunidades distintas do ponto de vista cultural. Dentro desta diversidade, há um conjunto de valores interculturais que todos os canadianos e residentes no Canadá partilham; é o que os especialistas chamam uma moral de mínimos, que se consubstancia no “Direitos Humanos” e permite a convivência das diversas comunidades em presença.

Para além desse conjunto partilhado por todos, há um outro conjunto, que não se opõe aos da moral de mínimos, e que, vividos por cada uma dessas comunidades, as distingue, dando-lhe a sua individualidade.

Na sua atividade, o profissional da comunicação não pode deixar de ter em conta esse pluralismo e a sua historicidade. Na seleção das notícias, na elaboração de reportagens, no comentário ou avaliação dos acontecimentos, o jornalista não pode deixar de ter em conta esse pluralismo da moral.

O pluralismo de uma sociedade como a nossa é uma riqueza cultural a defender, mas pode colocar problemas muito complexos aos profissionais da comunicação. A liberdade de expressão, valor fundamental para o desempenho do trabalho do jornalista, será irrestrita? Não terá limites? A resposta que se dá muitas vezes a esta pergunta é que o jornalista deve usar “o bom senso”. Mas alguém será capaz de dizer o que é o bom senso? O que se pode dizer é que cada um tem o seu. Há quem recorra a metodologias elaboradas por peritos em questões ético-morais, mas seja qual for o caminho escolhido pelo profissional para decidir o que fazer, em última instância vai ser a sua consciência moral a decidir; isto é, a sua educação. E chegados aqui, é, bom lembrar o seguinte: ninguém fica por educar, mas até hoje ninguém foi capaz de explicar de um modo satisfatório como é que se educa.

Creio ter exposto o que pretendia nesta comunicação: a crítica à comunicação social é normal, saudável e até necessária, mas ao fazê-la não podemos esquecer o contexto complexo em que o jornalista trabalha.