

A QUESTÃO ÉTICA E A RELAÇÃO ENTRE JORNALISTA E ASSESSORES¹

Luana Cristina de Lima Magalhães²

Resumo

A intenção deste artigo é discorrer sobre a existência de vínculos entre assessores de imprensa e jornalistas que podem influenciar na transformação de um *release* em notícia. Para esta análise foram utilizados *releases* da assessoria de imprensa da FGV-SP e o resultado foi a publicação praticamente na íntegra por veículos como DCI, Jornal Brasil Econômico Online, JT e O Estado de S.Paulo. Além disso, foram entrevistados, por email, os jornalistas dos seguintes veículos: Panorama Brasil; Folha de S.Paulo; DCI; IG; Portal Exame; Valor Econômico; Agência Brasil; O Estado de S. Paulo; Correio Braziliense; Brasil Econômico e JB.

Palavras-chave: Assessoria de imprensa 1. Jornalismo on-line 2. Economia 3. Ética 4.

Este artigo tem como objetivo abordar a relação entre jornalistas e assessores de imprensa e como essa convivência pode influenciar a publicação de um *release*, bem como um estudo da estratégia de comunicação adotada pela assessoria de imprensa da FGV-SP e isso remete, por último, a questão da credibilidade e da ética utilizada pelos assessores de imprensa e também pelos sites analisados.

A existência de vínculos entre assessores de imprensa e jornalistas pode influenciar na transformação de um *release* em notícia (Lima, 1985:18). O jornalista, geralmente, não gosta do *follow up*, estratégia de comunicação adotada pelas assessorias de imprensa que utiliza o telefone para perguntar se o jornalista recebeu seu *release* e se há possibilidades de publicação, por pensar que perde tempo atendendo esses telefonemas (Mafei, 2004:80).

¹ Texto original, como recebido pela coordenação do Interprogramas.

² Mestranda da Faculdade Cásper Líbero do programa Comunicação na Contemporaneidade. E-mail: luumagalhaes@terra.com.br

7º Interprogramas de Mestrado

Entretanto, o jornalista fica totalmente agradecido e aliviado quando entra em contato com uma assessoria de imprensa, um pouco antes do seu fechamento, e consegue a entrevista com a fonte almejada, como ressalta, em entrevista por email, a jornalista do Correio Braziliense, Vera Batista.

Confio em assessores que fazem bem o trabalho deles, ou seja, facilitam o acesso às fontes e sugerem pautas. Sempre que a agenda permite, nos encontramos, seja em almoços, jantares, ou nas festas institucionais.

Essa cumplicidade e troca de favores entre jornalistas e assessores de imprensa favorecem a ambos: o jornalista, sobretudo, os dos portais on-line porque conseguem publicar a notícia rapidamente, sobrando mais tempo para a produção de outra matéria e o assessor de imprensa que consegue a inserção do seu cliente, empresa que paga pelos seus serviços, de forma espontânea, sem ter que utilizar anúncios para reforçar a sua marca perante a sociedade, como confirma, em entrevista por email, o jornalista do Jornal do Brasil, Jorge Lourenço.

Na relação jornalista/assessor, um precisa do outro. Quando o assunto é interessante e os dois estão realmente interessados em fazer seu trabalho, os dois interferem positivamente um com o outro.

Mas como surge essa confiança? E a questão da credibilidade? É possível confiar no texto da assessoria de imprensa e utilizá-lo na íntegra? Ao usar o texto é correto assinar a notícia sendo que não foi o jornalista que a escreveu? Por que não citar que o texto é de autoria da assessoria de imprensa? Talvez, a explicação para essa confiança esteja no relacionamento cotidiano entre assessores e jornalistas.

A cumplicidade entre jornalistas e assessores

Em vésperas de feriados, a pressão por produzir mais notícias aumenta por conta da necessidade de deixar conteúdo pronto para publicar nos dias em que não haverá expediente. Diante disso, um jornalista que tem a meta de fazer cinco matérias diárias, pode ter, de repente, o dobro. Inicia-se a busca desenfreada por fontes nas assessorias de imprensa.

7º Interprogramas de Mestrado

Quando a assessoria atende um pedido de entrevista rapidamente é comum ouvir do repórter frases como “Você salvou o meu dia, muito obrigada”. Na próxima véspera de feriado, uma das primeiras ligações que o jornalista fará para encontrar sua fonte será para a assessoria de imprensa que o ajudou anteriormente. Estabelece-se um vínculo amistoso entre o assessor e o jornalista.

Na situação inversa, quando o assessor quer publicar algo, é possível recorrer ao mesmo jornalista por meio de um telefonema ou email explicando “Olá, lembra de mim? Sou eu quem conseguiu uma fonte para você aos 45 do segundo tempo. Você poderia analisar esse texto e me sinalizar se há possibilidade de ser publicado?”. Em entrevista, por email, o colunista do IG, Guilherme Barros, confirma essa dependência e a cumplicidade entre jornalistas e assessores de imprensa ao revelar que:

O trabalho de um assessor é fundamental no meu trabalho, seja ao passar uma informação ou a confirmá-la ou em outros casos.

Essa confiança entre assessoria de imprensa e jornalistas, também foi constatada em entrevista, por email, pelo João Villaverde, repórter do jornal Valor Econômico ao ressaltar que:

Confio na assessoria, conheço bem alguns assessores e vice-versa: isso faz com que nosso relacionamento seja aprimorado, porque passam a me mandar àquilo que sabem que é do meu interesse e eu tenho liberdade para usar ou não.

Entretanto, o fato do repórter não ter mais tanta responsabilidade pela a apuração da notícia, já que o assessor de imprensa faz esse trabalho, entrevistando fontes, no caso, seus clientes, traz à tona a questão da credibilidade e também do que é notícia.

Nas ruas não há repórteres, pois as notícias já caminham às redações de olhos fechados [...] Numa linha de raciocínio sofisticada: se os fatos noticiáveis ocorrem fora das redações e os jornalistas não saem com frequência delas, então o que se noticia de dentro dos escritórios não poderia ser classificado, formalmente como notícia (Santana, 2008: 68).

Esse pode ser um dos fatores que explicam o desconforto dos jornalistas ao serem questionados sobre o uso dos *releases* em seus textos. Outra maneira do assessor auxiliar na

7º Interprogramas de Mestrado

apuração da notícia para o jornalista é por meio de coletivas ou oferecendo uma pesquisa ou entrevista exclusiva.

Por meio de faxes, da web, de uma ou outra ligação telefônica, das visitas cortesias e coletivas de imprensa, e não mais da apuração jornalística, entram nos veículos de comunicação os fatos já travestidos, transformados em textos noticiosos, que em breve virarão notícia balizadas pelos e nos jornais, redes de televisão e rádio e sítios de notícias. Aos reais produtores dessas notícias, assessores de imprensa, marqueteiros e relações públicas cabe a responsabilidade pela pauta, apuração, checagem e redação final das matérias. Aos repórteres e editores, a mera reprodução de notícias (Santana, 2008:68).

É possível encontrar evidências da afirmação de Santana (2008) ao longo desta análise ao constatar que os sites de notícias de economia usam os *releases* da FGV e de outras instituições com credibilidade no mercado como a Serasa mudando poucas palavras. Algumas vezes, para deixar a notícia maior, há o mix de *releases*, ou seja, mais de um *release* na mesma notícia.

O uso frequente desses *releases* pela redação pode acarretar na maior credibilidade da assessoria. Além disso, os jornalistas mudaram o seu preceito de que assessor de imprensa não é jornalista. Ideia compartilhada, em entrevista, por email, de Jorge Lourenço, repórter do Jornal do Brasil:

Ao assessor, cabe explorar a pauta, avaliar sua relevância e fazer um texto jornalístico para divulgar o material. Em outras palavras, ele precisa ter olhar e texto jornalístico para exercer bem seu trabalho. Ele é um jornalista, só que em outra função.

Para conseguir a publicação da sua sugestão de pauta ou mesmo do seu *release*, as assessorias de imprensa, muitas vezes, oferecem a matéria completa com personagens que possam contextualizar a notícia, um especialista no assunto e fotos das pessoas que foram entrevistadas.

[...] deve se levar em conta que a participação de um assessor pode até ser decisiva para a produção de matéria... e são as assessorias, muitas vezes, as responsáveis por salvar uma edição em momentos cruciais- como a hora do fechamento- encontrando fontes no meio da noite ou facilitando o acesso a determinados locais e fatos (Santana, 2008:69).

Ao fazer essa estratégia de comunicação corporativa, o assessor de imprensa ganha a confiança do jornalista. O vínculo criado, no entanto, poderia ser definido como algo

7º Interprogramas de Mestrado

líquido, provisório, característico da sociedade moderna (Bauman, 2001:100). Com isso, as chances de que seu texto seja publicado pelo veículo é maior.

Muitas vezes, as informações já chegaram tão bem apuradas, tão bem organizadas e convincentes, que o repórter gasta o mínimo de texto para confirmá-las e dar redação própria ao fato (Mafei, 2004: 80)

Apesar do vínculo provisório, a confiança é plena, e acontece com o tempo, atuando na assessoria da FGV-SP por dois anos foi possível constatar que muitos jornalistas decoram o nome do assessor e sempre pedem para serem atendidos por aquele determinado assessor e, algumas vezes, se o assessor muda de emprego ainda há identificação: “Olha eu trabalhava na empresa X, caso precise dos meus serviços, agora que estou na empresa Y é só entrar em contato”. Esse coleguismo facilita o trabalho do assessor quando sua missão é divulgar um produto ou uma empresa que não é tão conhecida no mercado, uma vez que o jornalista prestará mais atenção no texto ou no *follow up* por ter sido bem atendido pelo assessor em outras ocasiões.

Vale ressaltar ainda que na relação de confiança entre jornalistas e assessores outros atores também são beneficiados, a empresa que contratou os serviços da assessoria, porque é melhor aparecer na mídia de forma espontânea que traz maior credibilidade do que em um anúncio e os donos dos veículos de comunicação, que conseguem ter uma equipe de colaboradores pequena já que grande parte do conteúdo é produzido por agências de notícias ou assessores de imprensa.

Sem se contar o problema de que alguns empresários donos de jornal valem-se do press-release para encher páginas de jornal e assim economizar mão-de-obra. Para que contratar mais um repórter se há quem forneça notícia pronta? (Lima, 1985:47)

Esse pode ser um dos motivos para a desvalorização do trabalho dos jornalistas que, em geral, possuem salários baixos e alta jornada de trabalho. Afinal, por que valorizar o salário de um repórter de redação on-line, principalmente, sendo que o trabalho do jornalista foi, sobretudo, de selecionar *releases* e estabelecer links entre eles.

De acordo com o Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Estado de São Paulo, o salário normativo 2010/2011 para jornalistas de jornais, revistas e sites da capital para a jornada de cinco horas de trabalho diário é de R\$ 1.940. Já o assessor de imprensa ganha

7º Interprogramas de Mestrado

R\$ 2.196 e pode chegar a R\$ 3.208 se trabalhar 30 dias, segundo a APIJOR (Associação Brasileira da Propriedade Intelectual dos Jornalistas Profissionais).

As ofertas salariais e o aquecimento do mercado podem explicar o fato de que muitas pessoas que concluem a graduação de jornalismo começam a atuar em assessoria de imprensa. Além disso, há também a redução do número de jornalistas nas redações citado por Marli dos Santos, professora do curso de pós-graduação (Latu Senso) da PUC-SP (Piva, 2011: 95)

Enquanto as redações sofrem um processo de enxugamento em várias áreas, há um excesso de oferta de mão-de-obra que quer ser repórter e um crescimento da valorização da assessoria de imprensa e da comunicação empresarial como áreas estratégicas. De um lado a demanda, de outro a escassez de oferta (Piva, 2011:95).

Diante deste cenário, a premissa de Santana (2008:78) é concretizada: “Se há releases suficientes para determinar a pauta do dia, torna-se desnecessário a busca por outros assuntos, por outras angulações”. Com isso, as assessorias se tornam mais estratégicas tanto para a conquista de novos clientes quanto para aumentar sua credibilidade com os veículos de comunicação.

Assessoria de Imprensa da FGV-SP

Com o objetivo de divulgar uma das prioridades para a FGV-SP que são os seus cursos, a assessoria de imprensa da FGV-SP tenta espaços gratuitos como agendas de sites e revistas ou citações do curso de forma indireta por meio dos *releases*.

Esse texto é elaborado a partir da opinião de um professor sobre um determinado assunto econômico do dia. Na sua elaboração para evitar erros de interpretação, o assessor envia o texto pronto para o professor que foi entrevistado e só depois de sua aprovação é que o conteúdo começa a ser divulgado para a imprensa. O exemplo abaixo mostra que o curso foi citado tanto no veículo impresso quanto o on-line a partir do *release*.

7º Interprogramas de Mestrado



Selic deve subir 0,5 p.p diz professor da FGV

De acordo com o professor de macroeconomia e coordenador dos cursos Master da FGV-EESP (Escola de Economia de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas), Rogério Mori, o Banco Central irá elevar a Selic mais uma vez.

“O ambiente inflacionário segue pressionado e as projeções de inflação continuam subindo, e tudo indica que em algum momento neste ano a inflação medida pelo IPCA, acumulada em 12 meses, superará os 6,5%. Nesse sentido, o Banco Central deve realizar um novo aperto na política monetária nesta reunião do Copom, com uma alta de 0,5% na meta da taxa básica de juros – Selic”, destaca Mori.

Para quem tem investimentos, a alta da Selic proporciona o aumento do rendimento. Já os consumidores que utilizaram empréstimos devem pagar mais.

“Quem tem recursos aplicados em um fundo de renda fixa que remunere pelo DI diário ou um CDB com remuneração também por essa taxa deverá receber mais daqui pra frente uma vez que a taxa do DI acompanha a Selic. Do ponto de vista do consumidor, as taxas na ponta do empréstimo deverão subir mais uma vez, tornando o crédito mais caro”, explica Mori.

Para aqueles que querem investir, o economista indica os fundos de investimento, CDB ou títulos do Tesouro Nacional

Mori ressalta que o governo deve usar outros mecanismos para conter a alta da inflação. “Além da alta da Selic, o BC pode frear a expansão do crédito ou eventualmente elevar os compulsórios, que tende a ter impacto sobre a oferta de crédito e as taxas de juros na ponta do empréstimo”, explica o economista.

Informações à imprensa: Insight Engenharia de Comunicação – www.insightnet.com.br

11 3284-6147 / 3262-5567

Release divulgado em 19/4/2011 para toda a editoria de economia

Mercado prevê fim do aperto monetário nesta semana

Fernanda Bompan

São Paulo - O Comitê de Política Monetária (Copom) do Banco Central (BC) começa hoje sua terceira reunião para definir a taxa básica de juros (Selic). A decisão, que será anunciada na noite de amanhã, de aumentar a taxa em 0,5 ponto percentual é quase um consenso entre os economistas. Da mesma forma, eles acreditam que o aperto monetário para 2011 será encerrado nesta quarta-feira e que não estão descartadas a adoção de novas medidas macroprudenciais. Atualmente a taxa Selic está em 11,75% ao ano.

O operador da Um Investimentos Eduardo Oliveira afirma que a indicação do Banco Central é de que terá mais uma alta da Selic, para 12,25%, de modo a encerrar o ajuste monetário para este ano. "Para 2011, o BC praticamente largou a inflação. Aqueles analistas que previam que a próxima alta da Selic seria de 0,25 ponto percentual, desde a última ata do Copom revisaram para elevação de 0,5 ponto", analisa.

Para o professor de Macroeconomia e coordenador dos cursos Master da Escola de Economia de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas (FGV-EESP), Rogério Mori, o Banco Central também irá elevar a Selic mais uma vez. "O ambiente inflacionário segue pressionado e as projeções de inflação continuam a subir, e tudo indica que em algum momento neste ano a inflação medida pelo IPCA, acumulada em 12 meses, superará os 6,5%. Nesse sentido, o BC vai aumentar 0,5 ponto a taxa de juros", destaca.

Mori ressalta que o governo deve usar outros mecanismos para conter a alta da inflação. "Além da alta da Selic, o BC pode frear a expansão do crédito ou eventualmente elevar os compulsórios, que tende a ter impacto sobre a oferta de crédito e as taxas de juros na ponta do empréstimo", explica o economista.

"O mercado vem tentando convencer o governo de que será necessário ter um aperto monetário maior do que ele imagina e tudo indica que o BC começa a se convencer. O aperto adicional pode vir via combinação de medidas macroprudenciais, redução de crédito, e via aumento dos juros", apontam os economistas da Rosenberg e Associados, por meio de nota.

Oliveira acredita, porém, que a divulgação do IPCA-15 de março pode influenciar na decisão no Copom. "O indicador é uma boa prévia da inflação do mês passado. Se vier abaixo do esperado (0,77%) é possível que o BC observe que as medidas adotadas [para conter o crédito e, assim, o consumo] não foram tão fortes", diz.

O operador da Um Investimentos ressalta ainda que este é um momento conturbado para a autoridade monetária, cujo mercado começa a questionar a credibilidade do BC. "O [ex-

7º Interprogramas de Mestrado

presidente do BC, Henrique] Meirelles deixou uma missão difícil para [Alexandre] Tombini, e até agora a atuação do Banco Central não foi na mesmo patamar do antecessor", explica Oliveira.

Segundo os economistas da Rosenberg, a confirmação de que a escalada inflacionária pode furar o teto da meta mais cedo do que esperado, já em abril, coloca o Banco Central diante de um dilema. "Ou a autoridade monetária terá de insistir no cenário prometido há menos de um mês à presidente Dilma Rousseff, ao promover apenas mais uma alta de 0,5 ponto na reunião desta semana e correr o risco de ser desmentido em poucos meses, ou mudar a estratégia já com o desgaste de ter que se explicar à mais alta autoridade do País." Já as centrais sindicais (CGTB, Força Sindical, CUT, CTB, Nova Central e UGT), com objetivo de pressionar o BC pelo não aumento da Selic, farão, às 11 horas de amanhã, uma manifestação em frente à sede do Banco Central em São Paulo.

"Além da sangria que a alta taxa de juros provoca nas contas públicas, a valorização do real causa estrago na indústria nacional e na balança econômica", diz Antonio Neto, presidente da CGTB.

Focus

De fato, o mercado não está tão tranquilo com relação à trajetória da inflação neste ano. Segundo o boletim Focus divulgado ontem, a expectativa dos analistas consultados pelo BC é que a inflação suba, pela sexta vez, ao passar de 6,26% para 6,29%, de modo a aproximar a projeção do teto oficial de 6,5% delimitado para este ano. Na opinião de Eduardo Oliveira, as medidas macroprudenciais e os aumentos da Selic em 2011 terão maior reflexo na inflação do próximo ano. O Focus mostra que a previsão é de que o IPCA de 2012 termine em 5%, próximo a meta de 4,5%.

Para a Selic em 2011, a mediana das expectativas se mantêm em 12,25%, mas avançou de 11,50% para 11,75% em 2012.

Release veiculado no mesmo dia no portal Panorama Brasil que pertence ao jornal DCI

Nota-se que no terceiro parágrafo da notícia a jornalista começa a utilizar o *release* com o crédito ao professor da mesma forma que a assessoria de imprensa o apresentou "professor de macroeconomia e coordenador dos cursos Master da Escola de Economia de São Paulo da Fundação Getulio Vargas (EESP-FGV)". Essa citação do curso já pode despertar no leitor um interesse em procurar mais informações sobre o curso, sobretudo, se o leitor se identificar com a opinião do professor.

A assessoria poderia ter apenas colocado que o professor era de macroeconomia, mas resolveu citar o curso, porque este estava com o processo seletivo aberto na ocasião e não havia muitas inscrições.

No quarto parágrafo da notícia, a jornalista continua a copiar o *release* utilizando a primeira opinião do professor. A matéria segue com o uso do último parágrafo do *release*. Depois, há a opinião de outro especialista no assunto, entretanto no fim do parágrafo, a jornalista cita que essa opinião foi extraída de uma nota (*release*), mas não cita que também retirou as informações do professor da FGV-SP de um *release*. Para finalizar a notícia, a repórter utiliza outro *release* dessa vez, do Banco Central. Mas, por que a jornalista não cita de onde foram tiradas as informações? Será vergonha por ter feito um texto a partir de *releases*?

Em entrevista, o jornalista do DCI, Fernando Teixeira, declarou que colocar no texto que ele foi extraído de *releases* pode tirar a credibilidade do veículo de comunicação:

Geralmente eu consto que o texto não é o meu utilizando indicações como - o fulano afirmou, em nota. Ou... segundo o lugar..... Acredito que deva fazer estes apontamentos. Acredito que dizer que o texto é da assessoria pode causar uma 'descredibilidade' - se é que existe - perante o leitor; como se o jornalista não tivesse apurado... é o que mais ouço.

Neste caso, a repórter correu um risco ao pecar na apuração, caso alguma informação estivesse errada, ela teria que fazer a errata, poderia perder credibilidade com o editor do jornal e ainda ser, talvez, processada.

As assessorias que tiveram seus clientes citados ganharam duplamente em mídia espontânea, porque a matéria foi veiculada no site e publicada na edição impressa do jornal DCI.

Mercado prevê fim do aperto monetário nesta semana

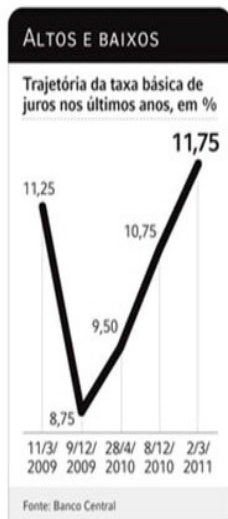
Maior parte dos economistas espera que o Banco Central decida aumentar a Selic em 0,5 ponto percentual e adotar mais medidas no decorrer deste ano

SÃO PAULO

O Comitê de Política Monetária (Copom) do Banco Central (BC) começa hoje sua terceira reunião para definir a taxa básica de juros (Selic). A decisão, que será anunciada na noite de amanhã, de aumentar a taxa em 0,5 ponto percentual é quase um consenso entre os economistas. Da mesma forma, eles acreditam que o aperto monetário para 2011 será encerrado nesta quarta-feira e que não estão descartadas a adoção de novas medidas macroprudenciais. Atualmente a taxa Selic está em 11,75% ao ano.

O operador da Um Investimentos Eduardo Oliveira afirma que a indicação do Banco Central é de que terá mais uma alta da Selic, para 12,25%, de modo a encerrar o ajuste monetário para este ano. "Para 2011, o BC praticamente largou a inflação. Aqueles analistas que previam que a próxima alta da Selic seria de 0,25 ponto percentual, desde a última ata do Copom revisaram para elevação de 0,5 ponto", analisa.

Para o professor de Macroeconomia e coordenador dos cursos Master da Escola de Economia de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas (FGV-EESP), Rogério Mo-



ri, o Banco Central também irá elevar a Selic mais uma vez. "O ambiente inflacionário segue pressionado e as projeções de inflação continuam a subir, e tudo indica que em algum momento neste ano a inflação medida pelo IPCA, acumulada em 12 meses, superará os 6,5%. Nesse sentido, o BC vai aumentar 0,5 ponto a taxa de juros", destaca.

Mori ressalta que o governo deve usar outros mecanismos para conter a alta da inflação. "Além da alta da Selic, o BC pode frear a expansão do crédito ou eventualmente elevar os compulsórios, que tende a ter impacto sobre a oferta de crédito e as taxas de juros na ponta do empréstimo", explica o economista.

"O mercado vem tentando convencer o governo de que será necessário ter um aperto monetário maior do que ele imagina e

tudo indica que o BC começa a se convencer. O aperto adicional pode vir via combinação de medidas macroprudenciais, redução de crédito, e via aumento dos juros", apontam os economistas da Rosenberg e Associados, por meio de nota.

Oliveira acredita, porém, que a divulgação do IPCA-15 de março pode influenciar na decisão no Copom. "O indicador é uma boa prévia da inflação do mês passado. Se vier abaixo do esperado (0,77%) é possível que o BC observe que as medidas adotadas [para conter o crédito e, assim, o consumo] não foram tão fortes", diz.

O operador da Um Investimentos ressalta ainda que este é um momento conturbado para a autoridade monetária, cujo mercado começa a questionar a credibilidade do BC. "O [ex-presidente do BC, Henrique] Meirelles deixou uma missão difícil para [Alexandre] Tombini, e até agora a atuação do Banco Central não foi na mesma patamar do antecessor", explica Oliveira.

Segundo os economistas da Rosenberg, a confirmação de que a escalada inflacionária pode furar o teto da meta mais cedo do que esperado, já em abril, coloca o Banco Central diante de um dilema. "Ou a autoridade monetária terá de insistir no cenário prometido há menos de um mês à presidente Dilma Rousseff, ao promover apenas mais uma alta de 0,5 ponto na reunião desta semana e correr o risco de ser desmentido em poucos meses, ou mudar a estratégia já com o desgaste de ter que se explicar à mais

alta autoridade do País." Já ascensões sindicais (CGTB, Força Sindical, CUT, CTB, Nova Central e UGT), com objetivo de pressionar o BC pelo não aumento da Selic, farão, às 11 horas de amanhã, uma manifestação em frente à sede do Banco Central em São Paulo.

"Além da sangria que a alta taxa de juros provoca nas contas públicas, a valorização do real causa estrago na indústria nacional e na balança econômica", diz Antonio Neto, presidente da CGTB.

Focus

De fato, o mercado não está tão tranquilo com relação à trajetória da inflação neste ano. Segundo o boletim Focus divulgado ontem, a expectativa dos analistas consultados pelo BC é que a inflação suba, pela sexta vez, ao passar de 6,26% para 6,29%, de modo a aproximar a projeção do teto oficial de 6,5% delimitado para este ano. Na opinião de Eduardo Oliveira, as medidas macroprudenciais e os aumentos da Selic em 2011 terão maior reflexo na inflação do próximo ano. O Focus mostra que a previsão é de que o IPCA de 2012 termine em 5%, próximo a meta de 4,5%.

Para a Selic em 2011, a mediana das expectativas se mantém em 12,25%, mas avançou de 11,50% para 11,75% em 2012.

FERNANDA BOMPAN

Já publicamos 2.349 reportagens sobre

SELIC

Para mais informações sobre esse tema, use nosso buscador nos sites:

www.dci.com.br
www.panoramabrasil.com.br

Matéria igual a do site do jornal publicada em 20/4/2011

Ao adotar esse tipo de *release*, a estratégia da assessoria e gerar *clipping*, ou seja, não importa que veículo irá usar o *release* e sim a quantidade de notícias geradas a partir desse texto. Esse texto é produzido, em média, três vezes por semana, seguindo os critérios de noticiabilidade.

As editorias on-line, por sua vez, ao se depararem com o *release* ficam com a opção de ter mais uma notícia de forma rápida para o site, já que ou eles copiam ou na íntegra ou trechos do texto da assessoria.

Considerações finais

Até o momento, jornalistas e assessores de imprensa acabam trabalhando como uma equipe, um sugere a pauta ou envia um *release* e o outro escolhe se irá utilizar esse conteúdo ou não. Entretanto, caso o jornalista opte por usar praticamente na íntegra o texto do assessor de imprensa como é feito esse crédito?

A pesquisa indica que praticamente todos os jornalistas que utilizaram os textos elaborados pela assessoria de imprensa da FGV, não citaram que não realizaram a entrevista e que aquela parte da sua matéria é de autoria da assessoria de imprensa. Tal procedimento caracteriza um deslize ético, difundido pela Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj) por meio do código ético capítulo II – Da Conduta profissional do jornalista, artigo VIII “assumir a responsabilidade por publicações, imagens e texto de cuja produção não tenha participado” e também coloca em cheque a questão da credibilidade do veículo de comunicação que usou o *release*. Afinal, se houver erros de apuração do assessor esse equívoco é replicado no site de notícia e o leitor terá acesso a informações erradas que poderão ser corrigidas ou não, uma vez que para a notícia ser corrigida, o assessor terá que assumir o erro e comunicar ao veículo e esse fará a alteração.

Esse aspecto está diretamente ligado aos pensamentos de Ramonet (2004), ao afirmar que a qualidade do trabalho dos jornalistas está em vias de regressão e, com a

7º Interprogramas de Mestrado

galopante precarização da profissão, seu status social também. Assiste-se, segundo o autor, a uma taylorização da profissão.

Essa taylorização da profissão pode ter desencadeado a prática da utilização de *releases* como, muitas vezes, a principal fonte de informação. Entretanto, vale destacar, segundo Santana, que “não se pode esperar que a principal função do assessor de imprensa seja informar o público, e sim informá-lo a respeito dos fatos que sejam de interesse da instituição para a qual trabalhe” (Santana, 2007:1).

Por isso, quando o jornalista opta por usar o *release* é aconselhável que ele procure outras fontes, investigue a informação e indique, caso o texto seja publicado na íntegra quem o produziu. Esse estudo constatou que isso não acontece, pois, a maioria dos jornalistas não faz referência à assessoria quando o *release* é publicado e essa atitude caracteriza outro deslize ético.

Nesses casos, o jornalista deixa de cumprir uma das regras do código de ética Auto-Regulamentação da Associação Nacional de Jornais (ANJ) que é “apurar e publicar a verdade dos fatos de interesse público, não admitindo que sobre eles prevaleçam quaisquer interesses” (Christofoletti, 2008:81). Além disso, o veículo de comunicação pode ser processado por plágio.

Apesar de Bucci defender que “jornalistas e assessores trabalham para clientes distintos, para atender a necessidades distintas. Por isso, devem ser regidos por normas distintas” (Bucci, 2009: 95). Antes de mudar os códigos de ética é preciso que jornalistas e assessores adotem os códigos já existentes para a produção de um conteúdo de qualidade.

Uma justificativa para esse deslize ético dada pelo repórter do JB on-line (Jornal do Brasil), Jorge Lourenço, em entrevista por email, foi a falta de profundidade das notícias on-line.

O jornalismo online, não só o econômico, é marcado pela falta de apuração e uso excessivo de materiais de divulgação sem aprofundamento maior. Isso acontece porque a velocidade na internet dá mais atenção à quantidade de matérias do que o conteúdo.

7º Interprogramas de Mestrado

Os jornalistas e assessores mesmo com a correria e a pressão do tempo para a produção desenfreada de notícias poderiam antes de elaborar um texto pensar como Christofolletti, “No jornalismo, ética não é etiqueta, não são bons modos. Mesmo assim, é necessário ter equilíbrio, bom senso e disposição para refletir sobre a própria conduta” (Christofolletti, 2008: 92)

Visão compartilhada pelo repórter de economia do jornal Valor Econômico, João Villaverde em entrevista por email:

São poucos jornalistas e muita informação. Por vezes ficamos assoberbados com diferentes matérias e apurações ao mesmo tempo e os releases, quando informativos e bem escritos, nos servem melhor que sair falando com um monte de gente sobre determinado assunto. Ainda assim, repito, é muito pobre se aproveitar do release: o negócio é pegar a informação e usá-la numa apuração própria.

Diante desse cenário, o desafio para os próximos anos será de como reconstruir uma ética jornalística em tempos pós-modernos, no qual os cidadãos criam seus próprios links e desconsidera aquilo que não desperta interesse e que não se comporta mais como um mero consumidor de informação na medida em que ele pode ter seu próprio blog, sua página em páginas de relacionamento que auxiliam na difusão de seus pensamentos (Christofolletti, 2008: 106).

Por isso, a ideia proposta por Kucinski de uma nova ética para o jornalista que resgate o pluralismo e o valor verdade a serviço público merece atenção assim como a construção pedagógica de um novo jornalista contra-hegemônico (Kucinski, 2005), que possa valorizar a qualidade e a narração, produzindo notícias únicas diferente da situação em que o jornalismo se encontra hoje, no qual, a maioria dos sites de notícias apresenta as mesmas informações, com fontes, fotos e ilustrações parecidas ou até mesmo idênticas.

Referências Bibliográficas

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

BUCCI, Eugênio. **A imprensa e o dever da liberdade: a independência editorial e suas fronteiras com a indústria do entretenimento, as fontes, os governos, os corporativismos, o poder econômico e as ONGS**. São Paulo: Contexto, 2009.

CHRISTOFOLETTI, Rogério. **Ética no jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2008.

7º Interprogramas de Mestrado

KUCINSKI, Bernardo. **Jornalismo na era virtual: ensaios sobre o colapso da razão ética**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2005

LIMA, Gerson Moreira. **Releasmania: uma contribuição para o estudo do “press-release” no Brasil**. São Paulo: Summus, 1985.

MAFEI, Maristela; CECATO, Valdete. **Comunicação Corporativa: Gestão, Imagem e Posicionamento**. São Paulo: Contexto, 2011.

_____. **Assessoria de Imprensa: como se relacionar com a mídia**. São Paulo: Contexto, 2004.

PIVA, Priscila Pompeu. **Jornalistas, Relações Públicas e Assessoria de Imprensa: Um problema de comunicação**. 2011. 125p. Dissertação para obtenção do grau de mestre em Comunicação – Faculdade Cásper Líbero, São Paul, 2011.

RAMONET, Ignacio. **A tirania da comunicação**. Petrópolis: Vozes, 2004.

SANTANA, Adriana. **Jornalismo sem conflito: a ‘cordialidade’ e acomodação na atividade jornalística**. Revista Rumores, São Paulo, v.1, n.2, p. 1-12, 2008.

_____. **Notas sobre o jornalismo cordial (ou descaminhos da apuração)**. Revista Comunicare, São Paulo, v.8, n.1, p.68-78, 2008.

Sites

Pisos salariais 2010-2011. Disponível em:

http://www.jornalistasp.org.br/index.php?option=com_content&task=view&id=29&Itemid=48 > Acesso em: 8 de maio de 2011.

Tabela de valores referenciais. Disponível em:

http://www.autor.org.br/tabelas_de_valores_referenciais.php#> Acesso em: 8 de maio de 2011.

Código de ética dos jornalistas brasileiros – Fenaj (Federação Nacional dos Jornalistas). Disponível em:

http://www.fenaj.org.br/federacao/cometica/codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf > Acesso em: 20 de maio de 2011.