



*EBC - Empresa Brasil de Comunicação
SCRN 502, Bloco B, nº 80
70720-502 Brasília DF
Caixa Postal 08840
Fone: (61) 3799-5200*

NOTAS TAQUIGRÁFICAS DA 35ª REUNIÃO DO CONSELHO CURADOR DA EMPRESA BRASIL DE COMUNICAÇÃO – EBC

Data – 25 de abril de 2012

Hora – 14h

Local – Sede da EBC

A SRA. PRESIDENTE (Conselheira Ana Luiza Fleck Saibro) – Boa tarde, conselheiros e conselheiras.

Muito bem-vindos.

Eu estava aguardando as Sras. Ministras Anna de Hollanda e Helena Chagas, mas estão em deslocamento. Então, podemos ir tocando. Tenho certeza de que elas não irão se importar.

Em primeiro lugar eu gostaria de justificar a ausência da Vice-Presidente, Conselheira Heloísa Starling, que me mandou um e-mail. Ele é um pouco longo. Só vou citar algumas partes.

“Ana,

Sei que Vice deve servir como solução e não como problema, mas me meti numa encrenca. Não consegui terminar ainda a tese para o concurso de titular.

Queria te pedir para explicar e justificar ao Conselho, ao Presidente, a razão de minha ausência. Pode, claro, dizer que eu não tinha nada que me meter nisso. Pode também dizer que não é possível uma pessoa escrever tão devagar assim. Nem parece alfabetizada e ainda quer escrever tese. Também pode dizer que isso não é Vice que se apresente. Mas explica também que gosto demais de nossas reuniões. Vou fazer todo o possível para compensar essa ausência e vou dar o meu jeito para não envergonhar o Conselho com essa tese.”

Estou pulando algumas coisas.

“Também não vá dizer que a tese está boa porque o Daniel ainda não leu para botar defeito suficiente. Ele ainda não sabe, coitado, que espera, tão logo eu consiga pôr ponto final.

Por fim, diga ao conselheiro que lembrou sobre o 7 de Setembro que seguiu atrás da boa cobrança que ele fez aos historiadores. Está tudo dando certo. Acho que ele vai mesmo ficar orgulhoso do furo que a TV Brasil vai dar. Acho que vamos espantar toda a mídia.

Um beijo grande a todos.

Heloísa.”

Não sei quem é o conselheiro do dia 7 de Setembro. É o Paulo? Acho que sim.

Está justificada a ausência da Heloísa.

Daniel, prepare-se. Você será o revisor da tese. Então, por favor, prepare-se.

Vamos começar pela aprovação da ata da última reunião.

Alguma sugestão de alteração da ata da reunião anterior? Podemos considerá-la aprovada?

OK.

Item 2, Informes.

Durante a última reunião e essa, o secretário executivo e a Raquel têm sido profícuos no envio de e-mail para os conselheiros. Eu queria checar se estão recebendo. Se gostariam de continuar recebendo e se acham demais a Caixa de Correio ou não? Eu gostaria de ouvi-los. Acho que todo mundo fica informado. É uma coisa interessante. E o Antônio faz muito bem isso.

Eu queria agradecer ao Antônio e à Raquel.

Além do material enviado anteriormente, temos uma contribuição da ABTU – Associação Brasileira de Televisão Universitária – sobre o Canal da Cidadania. Quem tiver interesse, podemos remeter por e-mail. É uma contribuição.

Planejamento estratégico. Se alguém quiser receber por e-mail. Se bem que agora no final de semana haverá uma grande

tempestade, uma transformação no planejamento, não é, Nelson? Então, vamos esperar a semana que vem.

O SR. NELSON BREVE (Diretor Presidente) – Pode mandar a última versão.

A SRA. PRESIDENTE (Conselheira Ana Luiza Fleck Saibro) – A última versão na semana que vem? OK.

Eu recebi do professor Murilo, tenho a impressão que os demais conselheiros também, o lançamento do Observatório de Radiodifusão Pública. Eu gostaria que o conselheiro Murilo pudesse falar um pouco mais sobre isso. É uma iniciativa muito interessante para todos que lidam com a comunicação pública.

Por favor, Murilo.

CONSELHEIRO MURILO CÉSAR OLIVEIRA RAMOS – Achei generosa a atitude de trazer o assunto para a reunião do Conselho. O Observatório nasce de um projeto de pesquisa do nosso grupo de pesquisa na área de políticas de comunicação, que é o Laboratório de Políticas de Comunicação. É uma iniciativa dos meus colegas Carlos Eduardo Esch e Nélia del Bianco.

A finalidade do Observatório é fazer o acompanhamento das iniciativas que hoje acontecem principalmente na América Latina no campo da radiodifusão do rádio e da televisão públicas. Seria um depósito de informações, normas, experiências, em que os interessados nessa questão, tanto aqueles que estão no exercício de

atividades em organizações de comunicação pública, como acadêmicos, estudantes, enfim, o público em geral, possam acompanhar o que se faz hoje na América Latina nessa nossa área de rádio e televisão públicas.

É isso. É uma iniciativa acadêmica que pode servir para quem está estudando e querendo acompanhar esse processo. Fico grato pela oportunidade de trazer isso à reunião, mas era apenas e fundamentalmente para informar vocês de uma iniciativa que temos feito na Universidade de Brasília.

A SRA. PRESIDENTE (Conselheira Ana Luiza Fleck Saibro) – Não é apenas uma iniciativa, mas para os conselheiros pode ser muito interessante para os que não são da área de radiodifusão, de comunicação. Ali tem um material muito interessante.

CONSELHEIRO PAULO RAMOS DERENGOSKI – Eu gostaria de parabenizar o conselheiro Murilo porque é de iniciativas como essa que iremos enriquecer os nossos trabalhos aqui, principalmente numa área tão carente e que temos focado pouco, a da radiodifusão. Focamos muito na TV e pouco na radiodifusão.

Espero que tenha êxito esse seu projeto, cresça cada vez mais.

Obrigado.

CONSELHEIRO MURILO CÉSAR OLIVEIRA RAMOS –

Só dar um esclarecimento conceitual, até porque o conselheiro Daniel me perguntou.

Apesar de o Carlos Eduardo e a Nélia, e essa é a contribuição que dão internamente para nós na universidade, pois são pesquisadores e profissionais na área de rádio. Foi um esforço grande convidá-los para a linha de pesquisa, porque sempre focamos demais em televisão, muito pouco em rádio.

Então, o Carlos e a Nélia têm trazido o aporte do rádio. O Observatório transcende, vai além do rádio, incorpora o rádio, mas também procura acompanhar questões ligadas à gestão, financiamento, conteúdo, também de televisão. A radiodifusão constitucionalmente e legalmente compreende rádio e televisão e não apenas o rádio.

O Observatório não é só rádio, mas também procura estudar várias questões da televisão.

A SRA. PRESIDENTE (Conselheira Ana Luiza Fleck Saibro) – Eu lembrei de uma pauta que fiquei de conversar com o Antônio e não progredimos, em relação à página do Conselho na internet.

Temos de conversar e tentar abastecer melhor aquela página, artigos dessa área. A comunicação do Murilo me fez pensar sobre isso. Se alguém quiser contribuir com essa ideia, temos um veículo, uma página que pode ser usada também para abastecer essa área de artigos sobre comunicação pública, etc.

Segundo informe. As visitas da Presidenta do Conselho e do conselheiro Guilherme Strozi às redações de Rio de Janeiro, São Paulo, Brasília. Redações dos veículos da EBC.

Eu gostaria de pedir ao conselheiro Strozi que fizesse um apanhado de nossas visitas, afinal foi uma iniciativa sua. Quero dizer que para mim foi uma coisa muito, não direi informativa, mas muito esclarecedora sobre os vários veículos, as instalações, as dificuldades, as conquistas.

Aliás, o Antônio fez questão de colocar isso aqui na mesa, que ganhamos no Rio de Janeiro de um programa que recebeu um prêmio chamado Puxa o Fole. Ganhou como melhor programa de forró na rádio, um programa da Rádio Nacional.

Estamos fazendo um museu na salinha do Conselho Curador. Então, esse é o nosso primeiro troféu.

Você poderia contar para os conselheiros um pouco, Guilherme?

CONSELHEIRO GUILHERME GONÇALVES STROZI –

Boa tarde a todos e a todos os presentes.

Falarei bastante rápido sobre as visitas, Presidente, para não nos alongarmos demais nesse assunto. Acredito que, depois, a Secretaria Executiva, na figura do Antônio, pode encaminhar para todos os conselheiros um resumo do que foi falado de cada área da empresa, para que todos possam ter um conhecimento mais profundo de como foram essas visitas.

Rapidamente. A iniciativa surgiu na reunião passada, quando conversei com a nossa Presidenta sobre a possibilidade de o Conselho Curador tentar se aproximar um pouco mais da realidade dos funcionários da EBC, para tentar entender que forma podemos pensar a utopia da empresa, um planejamento estratégico mais avançado, mais a longo prazo, o que seria importante, a meu ver e da maioria dos funcionários, que a presidência, e certamente todos os conselheiros, mas é um pouco difícil que isso aconteça, que ela estivesse mesmo presente nas instalações da EBC, pudesse ver como é a rotina operacional dos funcionários. Na verdade, ter esse conhecimento para pensar políticas a longo prazo.

A Presidenta aceitou imediatamente a proposta. Agradeço imensamente em nome de todos os funcionários a aceitação do convite. Começamos essas visitas pela EBC do Rio de Janeiro, no finalzinho de março. Fomos até o auditório da Rádio Nacional, a maravilhosa Rádio Nacional. Lá convidamos também os funcionários da TV Brasil, porque essa não fica no mesmo prédio da Rádio Nacional. A Rádio Nacional fica na Praça Mauá, centro do Rio de Janeiro, e a TV Brasil fica na Lapa. Convidamos todos os funcionários para participar no auditório porque é maior.

Foi bastante comovente percebermos que o auditório estava praticamente lotado de funcionários. E contando histórias e dizendo-se impressionados com a postura do Conselho Curador de ir até lá e ouvi-los. Houve até um comentário bastante interessante de uma pessoa que achava que o Conselho Curador era um órgão que estava ali batendo martelo em todas as iniciativas e que não tinha por que “descer” até o mundo real da empresa. Com a humildade de nossa Presidenta o espanto foi muito positivo no sentido de fazer com que o Conselho Curador, de fato, se aproximasse da realidade dos funcionários.

Algumas situações bastante importantes para que tivéssemos conhecimento da infraestrutura da EBC, no Rio de Janeiro, da situação da ACERP no Rio de Janeiro que, em breve, encerra-se o contrato, e quase 70% dos funcionários fazem parte da ACERP. Relações do rádio, relações da agência, enfim, fizemos um apanhado de informações dos funcionários. E seguimos para São Paulo.

Fomos à sede da EBC, em São Paulo, que já é uma sede única. A reunião foi feita sempre com a coordenação do Rio de Janeiro e com a supervisão dos superintendentes locais, Guilhon, no Rio, Florestan Fernandes, em São Paulo. Também tivemos uma conversa bastante próxima com os funcionários no sentido do esclarecimento sobre o concurso, sobre os gestores, a função dos gestores que agora chegam à empresa e de que forma isso está sendo vista pelos funcionários no dia a dia, relacionados também a conteúdo da TV Brasil, da Agência Brasil, principalmente. Conseguimos fazer um apanhado que está sendo enviado a vocês.

Vimos para Brasília e nos concentramos nos três veículos daqui de forma mais individualizada, porque, na verdade, essa divisão era mais se deslocar para o Rio, São Paulo, para visitar todas as redações uma a uma seria um pouco inviável, até em termos de gastos. Aqui em Brasília já seria mais fácil. A Ana está aqui e eu também. Então, dava para visitarmos redação por redação.

Começamos pela Agência Brasil para ouvirmos os funcionários. As demandas foram bastantes polêmicas. As reuniões demoravam em torno de uma hora, hora e meia. No Rio de Janeiro quase três horas de reunião. Em seguida, fomos para a TV Brasil, onde a participação foi a menor dos funcionários. Foi a reunião mais

curta com vinte, vinte e cinco minutos. As outras duraram em torno de uma hora, hora e meia, duas, três horas. Por fim, na Rádio Nacional, aqui também em Brasília, onde podemos entrar em sintonia com os funcionários da rádio de São Paulo e Rio de Janeiro na necessidade de uma primazia maior de políticas voltadas para a rádio na empresa. Isso é um pouco uníssono.

Terminamos com uma sistematização das demandas de todas essas áreas e está na Secretaria Executiva na figura do Antônio. Será enviado para todo mundo. Prefiro não me alongar muito nesses detalhes, mas dizer que isso foi fundamental para os funcionários entenderem o que é o Conselho Curador. Era muito longe a ideia do que faz o Conselho Curador na empresa, o que são os objetivos do Conselho Curador.

Durante as eleições, tanto a minha, como a do Lourival Macedo, o funcionário que me antecedeu, durante pequenos momentos essa discussão era feita na empresa. Agora, com a figura da Presidenta do Conselho visitando redações, o fluxo, a sintonia positiva de evolução conjunta dos trabalhos aqui na EBC deu um passo bastante interessante. O fato de os funcionários entenderem que podem entrar em contato diretamente comigo, diretamente com a Presidenta, diretamente com a Secretaria Executiva e, principalmente, cobrar.

O fundamental dos funcionários é conseguir fazer com que determinados projetos, determinadas promessas, determinadas ações prometidas e debatidas no Conselho Curador têm possibilidade de se tornarem reais.

Agradeço em nome de todos os funcionários a sua visita. Posso dizer que foi um passo importantíssimo para que a gente

institucionalize isso e, não sei, talvez uma vez por ano, uma vez a cada semestre, essa visita possa ser repetida para que essas demandas possam ser devolvidas e avancemos mesmo nessa aproximação dos funcionários com o Conselho Curador.

Muito obrigado.

A SRA. PRESIDENTE (Conselheira Ana Luiza Fleck Saibro) – Eu já falei sobre a minha satisfação de ter aceito o seu convite. Foi superesclarecedor.

Uma coisa que me deixou contente, na verdade, é que aquele nosso ciclo de debates proposto pelo conselheiro Daniel tem muita afinidade com o que as pessoas estão pensando, estão precisando. A questão da valorização da rádio. Não aqui na minha memória, que está ficando meio curta.

Você tem aí o nosso roteiro de debates que aprovamos? Havia muita identidade entre o que elegemos como temas para o Conselho e o que as pessoas estão precisando e identificando. Então, foi muito esclarecedor para todo mundo também.

CONSELHEIRO PAULO RAMOS DERENGOSKI – Presidenta, esse ato de vocês visitarem as empresas jornalísticas, eu felicito, porque realmente é o lado prático da questão. Nós, que discutimos tanto teorias aqui, hoje mesmo durante a manhã toda, ficamos ouvindo o planejamento em longo prazo. Isso é um ato na prática, feito no dia a dia, certamente reforçando o nosso contato com a nossa base, que são os funcionários da empresa, o que tornará cada vez melhor o nosso desempenho. Isso deve se repetir sempre.

Obrigado.

A SRA. PRESIDENTE (Conselheira Ana Luiza Fleck Saibro) – Uma outra questão que me lembrei agora é que também está incluído em nosso roteiro de debates a questão da necessidade da aferição de nossa audiência.

Ouvi em várias redações: não sabemos para quem estamos falando. Principalmente na rádio, Rádio Nacional da Amazônia, e a própria Rádio Nacional. No Rio de Janeiro foram muito enfáticos nesse sentido, que eles não sabem para quem estão falando. Realmente, imagino que não. Isso consta de nosso roteiro de debates, a questão da rádio, a aferição da audiência e algumas outras coisas que agora não lembro de cabeça.

Vamos, proximamente, não direi em breve, porque vai parecer gozação, mas teremos uma reunião com o Nelson em breve sobre isso. Coloquei aqui, mas achei que não era muito apropriado. Em todo caso está escrito.

Nelson, teremos uma reunião com a direção sobre essas visitas para ver o que podemos avançar, para entender melhor o que está acontecendo. Em relação ao concurso há muita reclamação, em relação à transferência deles para cá. Se fosse na outra gestão, eu já teria levado uma cortada radical aqui: não se meta nisso. Mas o Nelson tem uma visão diferente das coisas e nossa intenção é só contribuir.

Vamos marcar proximoamente uma reunião para tratar dessas visitas e do que sentimos? Tenho certeza de que você não se opõe a isso, Nelson.

Mais alguma questão sobre isso?

Conselheiro Guilherme.

CONSELHEIRO GUILHERME GONÇALVES STROZI –

Quero ressaltar a importância de isso se repetir, porque foi muito importante para os funcionários ter esse acesso ao Conselho Curador e entender quais são os nossos objetivos.

A SRA. PRESIDENTE (Conselheira Ana Luiza Fleck

Saibro) – Eu gostaria de agradecer à Direção, à Presidência da EBC.

CONSELHEIRO GUILHERME GONÇALVES STROZI –

Agradeço em conjunto. Foram muito solícitas todas as diretorias, inclusive a Presidência e a Diretoria-Geral. Todos tiveram uma aceitação imediata dessas visitas. E os respectivos gerentes, tanto da Agência Brasil, Rádio Nacional e TV Brasil, nas três cidades-sede da EBC. Talvez fique o convite para visitarmos o Maranhão.

A SRA. PRESIDENTE (Conselheira Ana Luiza Fleck

Saibro) – Agradecer também o Diogo que nos acompanhou nessas visitas.

Próximo item da pauta: Programas Religiosos.

O SR. NELSON BREVE (Diretor Presidente) – Posso fazer uns informes rápidos?

Primeiro, Comissão de Acessibilidade que informamos que estávamos instalando na reunião passada. Eles concluíram os objetivos e diretrizes da política de acessibilidade da EBC que foram aprovados na reunião da diretoria e já foram encaminhados para a Câmara de Direitos Humanos e Cidadania, e acredito que amanhã vai apreciar as diretrizes e objetivos que aprovamos, que vão direcionar a política de acessibilidade.

Há cerca de duas semanas, fizemos uma reunião com o Comitê de Rede. Tivemos aqui presentes os principais parceiros nos estados. Foi uma excelente reunião para alinharmos pontos de vista e também saber o que as pessoas estão pensando. Temos discussões sobre a grade, área de comunicação social, marketing, um alinhamento, a questão do financiamento também esteve muito presente. Estabelecemos um cronograma de reuniões. Há um grupo executivo que dará vazão. Avançamos bastante na reunião que tivemos nesse estreitamento de relações com a rede.

Aproveitando que foi falado no Maranhão, já temos um novo gerente e estamos só esperando a liberação dele pelo Governo de Sergipe, é o Beneti. Ele estava aqui de manhã, não está aqui agora. Devemos nos próximos dias, assim que ficar efetivada a contratação dele, teremos na EBC um gerente do Nordeste, baseado no Maranhão. A grande dificuldade que tínhamos em relação ao Maranhão era que não havia ninguém da EBC. A ACERP é que estava fazendo a gestão lá e havia um hiato porque não conseguíamos ter,

até pelas questões de transporte e tudo o mais, e acabou ficando num plano mais distante em relação a Rio de Janeiro e São Paulo.

Em relação à implantação da Lei de Acesso à Informação, estamos absolutamente dentro do cronograma sugerido pelo governo. Já temos aqui uma sala, um telefone 0800. As pessoas foram treinadas e capacitadas. As informações que já deveriam estar, já existe um site e já foi abastecido. Já estamos trabalhando em perfeita sintonia, embora seja o dia 16 o início de vigência da lei, mas já estamos preparados para fazer o atendimento ao cidadão da maneira como a lei estabeleceu e a regulamentação também.

Em relação ao concurso público, fizemos na semana passada a ambientação de cerca de 80 novos concursados que estão chegando. Foi um processo de três dias para que eles tomassem contato com todas as áreas. Explicamos sobre a empresa, debatemos. Foi um processo de introdução de funcionários que posso considerar e, depois, pela repercussão que tivemos, foi muito positivo para que eles já entrassem no espírito de uma nova empresa. Dessa nova empresa, de uma missão, do foco no resultado, no cidadão e tudo o mais. Foi um processo muito interessante que tivemos na semana passada.

Certamente, com aquele peso que tivemos para esses 80, não será fácil, porque temos restrições a limites de despesas com viagens, mas pretendemos fazer em dimensão maior, uma recepção semelhante para todos os funcionários que estarão ingressando e que serão centenas nos próximos meses.

Bienal do Livro de Brasília. Fizemos uma parceria com a Secretaria de Cultura do Governo do Distrito Federal. Foi um evento muito interessante. Construimos um programa sobre leitura entre

livros na nossa grade de meia hora ao longo de toda a semana. Foi muito interessante. Houve uma repercussão muito forte em relação a esse programa. Interessante que o evento foi crescendo aos poucos e chegou o último fim de semana como um evento consolidado de uma Bienal do Livro do Brasil, aqui em Brasília, feita na Esplanada dos Ministérios, no âmbito da comemoração do aniversário de Brasília. Colaboramos com esse projeto que achamos muito importante, que firma a importância da leitura.

Quem esteve presente na Bienal viu que a questão da leitura perpassa todas as classes sociais. As pessoas que frequentaram a Bienal são de todas as classes. Lá estavam presentes não só livrarias comerciais, mas também as livrarias de universidades. Portanto, foi um ambiente muito interessante para a cultura de Brasília.

Informar que estaremos colocando a nossa grade no mês de maio. Dois novos programas: Conhecendo Museus, uma parceria com o Ministério da Educação e o Ibram, Ministério da Cultura. Estaremos fazendo proximamente o lançamento aqui. É um novo programa. Daqueles que vi, ele já tem um espírito do conteúdo atraente. É um programa muito interessante com o ponto de vista de uma câmara visitando os museus, sendo recebido pelos curadores. Será um programa muito interessante para a nossa grade e que muda um pouco o jeito de se fazer programas em comunicação pública. E o Nova África que deverá ter a sua estreia no dia da África, dia 25 de maio, a nova série do Nova África. Estamos começando agora.

São esses os informes.

A SRA. PRESIDENTE (Conselheira Ana Luiza Fleck Saibro) – Eu também tenho mais alguns informes antes de passar para a pauta.

Amanhã à tarde estaremos reunidos novamente o grupo consultivo sobre a questão dos programas religiosos. Será a segunda reunião do grupo já com propostas iniciais, eu diria que, com certeza, não fechadas, mas propostas que possamos avançar na resolução dessa questão.

Um outro informe. Eu gostaria de consultar se é possível tecnicamente a transmissão de nossas reuniões pela intranet. É muito difícil, muito complicado?

O SR. NELSON BREVE (Diretor Presidente) – Eu acredito que não. Só precisamos avaliar.

Aliás, hoje de manhã eu ia falar que fiquei com uma pena de a gente não ter pensado em filmar a reunião de manhã do planejamento estratégico, porque temos de disseminar isso para toda a empresa aquele conceito todo que estava lá. Se tivesse filmado era muito mais fácil as pessoas...

A explicação do processo, como ele foi realizado, e o que é que existe, etc., era pedagogicamente muito interessante que isso tivesse sido disseminado para dentro da empresa. Então, não vejo nenhum problema.

A SRA. PRESIDENTE (Conselheira Ana Luiza Fleck Saibro) – Todo mundo concorda com a ideia de se transmitir as

reuniões do Conselho pela intranet? Isso foi uma ideia que surgiu numa dessas conversas de redação.

Eduardo, é sobre isso?

Está aprovado, Presidente?

O SR. NELSON BREVE (Diretor Presidente) – Sim. Está aprovado. Podemos a partir da próxima reunião tomar todas as providências para isso.

A SRA. PRESIDENTE (Conselheira Ana Luiza Fleck Saibro) – Às vezes, as pessoas não podem vir até aqui no momento, mas têm a possibilidade de assistir pela internet. Fica mais viável.

Presidente do Conselho, às vezes, tem de tomar umas decisões chatas, mas é isso, faz parte do jogo. Eu só queria pedir aos conselheiros, que tive de decidir o seguinte: em relação às passagens, quando foram remarçadas, a pessoa terá de arcar pessoalmente com a diferença de tarifa, qualquer coisa assim, porque está ficando muito complicado agilizar isso tudo. Vocês sabem como é. Na verdade, serviço público é mais...

Tive de decidir, infelizmente, mas acho que será melhor para todo mundo assim. É mais ágil. A partir, claro, da próxima reunião.

Vamos entrar no outro item da pauta. Finalmente o nosso Manual de Jornalismo. Depois de muito trabalho de vários funcionários, vários jornalistas da Casa, o Aquiles.

O SR. NELSON BREVE (Diretor Presidente) – Desculpe-me, é um informe importante do Edu sobre a questão de eventuais mudanças que discutimos no âmbito da rede, o telejornal.

O SR. EDUARDO CASTRO (Diretor Geral) – Como o Nelson disse, tivemos essa reunião com os colegas da rede, as emissoras que compõem a rede pública de televisão. E não só a partir dela também internamente, mas a partir da posse do Valter Silveira, nosso novo superintendente de programação, que está ali, o primeiro passo na função dele foi fazer um diagnóstico para vermos o que tem em andamento, o que se pode encaminhar, o que se pode modificar. Isso tudo em coordenação com aquilo que se decide aqui nessa mesa, linhas gerais do Conselho Curador e, também, com o que nessa mesa fisicamente decidido em torno da rede.

Uma das decisões que foram tomadas e vamos implementar agora no mês de junho – não digo no mês de junho –, a partir do mês de junho, uma data que ainda iremos determinar, é a entrada no ar de um jornal na hora do almoço. Vamos fazer o Repórter Brasil na hora do almoço com a participação voluntária, vamos colocar assim, da rede, porque estamos exibindo esse jornal em horário que é local. Mas já temos, pela recepção junto às demais emissoras, que um grande número de emissoras transmitirá esse jornal nacionalmente.

Esse é um primeiro movimento que iremos fazer na grade. Um movimento inicial que o Valter chama de ondas, até que cheguemos ao mês de março do ano que vem, com uma programação diferenciada daquilo que está no ar hoje. Mas

começamos a modificar agora entre os meses de maio e de outubro. Estaremos consolidando a programação do ano 13, do quinto ano da TV Brasil, 2013. A partir de setembro começamos a ver modificações de novos programas na grade, além daqueles que, como o Nelson disse, já estão entrando agora, porque também não podemos passar o ano sem nenhuma alteração.

Essa é a principal alteração na grade que fazemos agora nesse momento, a partir do mês de junho, a definir a data, a entrada de um telejornal na hora do almoço. Outros ajustes irão acontecer naturalmente com a entrada desse horário. Uma mexidinha ali e outra aqui. Mas, de uma maneira geral, essa é a mais perceptível para os telespectadores da TV Brasil.

Eu também gostaria de falar da rádio. Já acertamos junto à rádio, inclusive já foi depois da visita que vocês fizeram. Eu também tive a oportunidade de estar junto com os funcionários da rádio no Rio de Janeiro. Estamos com tudo pronto para a mudança da rádio, que será temporária, as duas rádios irão sair de seus prédios do Rio de Janeiro, do prédio da Rádio Nacional. Será a primeira vez em 80 anos que isso vai acontecer. E do prédio da Rádio MEC, a primeira vez em 60 anos que isso vai acontecer. Vamos retirar as duas rádios de lá, instalarem de maneira temporária, porém sabendo que será um pouco mais longo do que uma ou duas semanas, nos prédios da Rua Relação e da Gomes Freire, onde fica a TV Brasil.

Por que essa mudança? Porque não conseguiríamos instalar os equipamentos digitais que estão chegando onde elas estão. Os dois prédios, embora históricos, estão em condições muito ruins. Então, a decisão que tomamos foi retirar as duas rádios de lá, instalar o equipamento novo, desde mesa, cadeira, até o

equipamento de edição, computadores, e tudo, no prédio da Rua da Relação.

A estimativa é que fiquemos lá por cerca de dois anos. Nesse tempo a ideia da direção da empresa, já partilhada com os funcionários, é reabilitar os dois prédios. Reabilitar dois prédios que são históricos, não só para a nossa empresa, para a comunicação pública, mas para o país. Então, não é uma simples reabilitação, trocar tapete e cano, mas teremos de fazer um trabalho que vai, sem dúvida, ainda ser discutido aqui, não tomar o tempo da reunião com isso, mas incluirá museologia, restauração. Para entregarmos à população do Brasil, especificamente do Rio de Janeiro, não só duas rádios melhores, mas dois espaços históricos reabilitados sem deixar de serem duas emissoras de rádio.

Mas, o que iremos colocar em cada prédio, como faremos isso, contamos, inclusive – estava conversando com a professora Ima –, com quem entende desse assunto aqui. Certamente há nessa mesa gente mais do que habilitada a nos ajudar na construção desses novos espaços para a Rádio Nacional e Rádio MEC no Rio de Janeiro.

Obrigado.

A SRA. PRESIDENTE (Conselheira Ana Luiza Fleck Saibro) – Voltamos ao Manual de Jornalismo.

Antes de passar a palavra a quem de direito, eu gostaria de manifestar o reconhecimento do Conselho, dessa Presidenta, pelo trabalho dedicado e participativo dos jornalistas da empresa, sob a coordenação do Aquiles, pela elaboração desse Manual.

Também reconhecer o trabalho dos conselheiros integrantes da Câmara de Jornalismo que fizeram e apresentaram contribuições relevantes e pertinentes para a revisão do Manual.

Seria redundante eu expressar aqui a importância dessa conquista, vamos dizer, para a empresa. Também foi uma questão muito cobrada durante as visitas que fizemos às redações, a falta de orientação, que manual seguir, como se dirigir a uma matéria, como se expressar numa matéria, até que ponto se podia ir. Então, é uma ferramenta fundamental nesse momento.

Eu gostaria de passar a palavra ao Conselheiro Strozi, que vai apresentar o parecer da Câmara de Jornalismo, a quem cabe encaminhar ao Conselho o Manual de Redação.

CONSELHEIRO GUILHERME GONÇALVES STROZI – A Câmara de Jornalismo se reuniu no final do ano passado, após a finalização do Manual de Jornalismo. Apresentação da finalização pelo coordenador do projeto, Aquiles, para, na verdade, seguir os trâmites de aprovação final para o Conselho Curador, por se tratar especificamente de uma demanda feita pela Câmara de Jornalismo para realização e construção do Manual. Competiria à própria Câmara de Jornalismo também ter um parecer final para aprovação desse Manual.

Reunimo-nos por quatro, cinco horas no final do ano passado, o conselheiro Paulo Derengoski, Mário Jakobskind, o ex-conselheiro Beto Seabra, Diogo Moyses, que ainda era o Secretário Executivo do Conselho, e eu. Debates por toda a tarde. Esse manual que havia sido entregue para a gente, para a Câmara de

Jornalismo. E tecemos nossas considerações para finalização desse parecer.

Cerca de quatro meses depois, tivemos um consentimento para um parecer final que, claro, acredito que os conselheiros integrantes da Câmara de Jornalismo também terão as suas observações a fazer, mas, na verdade, vou ler o parecer final, porque acredito que seja a forma mais objetiva de transmitir esse consenso das informações.

“Parecer n. 01/2012 – Câmara Temática de Jornalismo e Esportes.

Tema: Manual de Jornalismo.

Considerando:

I - a decisão desta Câmara, tomada em reunião de fevereiro de 2010 e afirmada no Parecer n. 02/2010, publicada em abril do mesmo ano, segundo o qual se sugeriu ao Conselho Curador a publicação de resolução específica que indicasse a Diretoria Executiva da EBC à apresentação de um planejamento para discussão e produção de uma Manual de Jornalismo da EBC;

II - as deliberações tomadas pelo Conselho Curador em sua reunião de 1º de junho de 2010 e a partir delas a edição pelo colegiado da Resolução n. 05/2010, do mesmo mês, que decidiu por aprovar o Parecer n. 02/2010, da Câmara de Jornalismo e Esportes, que determina a confecção do Manual de Jornalismo da EBC;

III – que o Conselho Curador tem como parte de seus objetivos a deliberação acerca da produção de informação da Empresa Brasil de Comunicação, bem como de sua linha editorial. Tais definições estipularam como imprescindível a existência de um Manual de Jornalismo da EBC, que pudesse orientar o processo de produção de informação na empresa, bem como os legitimar como instrumento democrático de regulação de práticas e de conteúdos jornalísticos;

IV – que a chegada de novos funcionários concursados na empresa, reforça a organicidade de linha editorial ser de fato incorporada para os funcionários, gestores e parceiros, que têm nesse manual um instrumento objetivo para o cumprimento da missão pública de uma empresa de comunicação;

V – que o papel desta Câmara Temática de Jornalismo e Esportes e deste Conselho Curador foi o de fazer cumprir na edição final deste manual as premissas fundamentais da Lei n. 11.652/2008 e que, nesse sentido, a Câmara buscou trabalhar de maneira harmônica com todos os envolvidos nessa finalização, respeitando a diversidade de pensamentos e sugerindo propostas para o aperfeiçoamento dessa produção;

VI – que a Diretoria Executiva da EBC, em sua Resolução n. 34/2012, de abril do presente, afirma aprovar o encaminhamento do Manual de Jornalismo para análise e referendo do Conselho Curador;

VII – Ressaltando-se, por fim, a importância desse instrumento para institucionalização e aperfeiçoamento da comunicação pública na EBC, a Câmara de Jornalismo e Esportes apresenta este parecer, recomendando a aprovação do Manual de Jornalismo da EBC pelo Conselho Curador;

VIII – Concluímos com a recomendação de que dentro de dois anos dada a dinâmica inerente a processos desse caráter, atente-se para a possibilidade de revisão de conteúdo deste manual.

Brasília, abril de 2012.”

A SRA. PRESIDENTE (Conselheira Ana Luiza Fleck Saibro) – Obrigada. Gostaria de passar a palavra aos demais Conselheiros da Câmara que quiserem se manifestar.

Conselheiro Paulo.

CONSELHEIRO PAULO RAMOS DERENGOSKI – Tendo participado da reunião dos membros da Câmara de Jornalismo, realizada em finais do ano passado, devo parabenizar o trabalho feito e terminado, porque eu já era Conselheiro, acredito, em 2010, e durante todos esses anos nos batemos por realizar isso aqui.

Acredito que, como bem disse o Guilherme, apresentou, solicitamos encarecidamente a aprovação do Manual de Jornalismo por este nosso Conselho, mas alguma questão apenas eu gostaria de acrescentar, concordando obviamente com o que aqui está escrito, na Seção V, Orientação para Temas e Situações Específicas. Acho que

algumas coisas que nós acrescentamos aqui empresa alguma de radiodifusão tem na sua pauta.

CONSELHEIRA HELENA CHAGAS (Ministra de Estado
Chefe da Secretaria de Comunicação Social) – Qual é a página?

CONSELHEIRO PAULO RAMOS DERENGOSKI – Página
22. Temas específicos.

Então, gostaria de ressaltar aqui principalmente o destaque que se deu nesse trabalho à cultura e à diversidade cultural, tendo à luz a declaração universal da diversidade cultural da Unesco, coisa que as nossas emissoras não têm, à exceção da nossa, aqui seguido com atenção.

Pessoalmente acho também, bati-me na Câmara e devo ressaltar aqui, que a questão do meio ambiente por nós tem sido e deve ser mais ainda enfocada, porque é prioritária para o desenvolvimento do nosso País. O nosso País está nos olhos do mundo sob o ponto de vista ambiental, principalmente agora com a realização próxima da Rio + 20, para dar um exemplo. Essa abordagem que nós fazemos, diferenciada, nacional, principalmente visando à defesa da nossa Amazônia, agora mesmo o debate enorme que se trava aí na sociedade brasileira e no Congresso sobre o Código dito Florestal, a meu ver mais agroempresarial e imobiliário do que propriamente florestal, mas, enfim, deveríamos acompanhar com a máxima atenção a Rio + 20, produzindo o que for possível dentro desse assunto.

Enfim, nessa área das situações específicas, creio que nós nos destacamos muito. Por isso estou chamando atenção sobre isso: a sociedade civil organizada, o esporte também, o nosso enfoque

sobre a violência e a segurança é diferente das outras, sem explorações grotescas das situações apresentadas nos noticiários policiais e do crime organizado, que se organiza, para não falar na questão internacional, inclusive sobre isso; a atenção ao idoso e às pessoas com deficiência, que tem sido uma característica nossa, e que o manual também enfoca com grande precisão.

Enfim, não vou me estender mais, sabemos, finalmente, na questão específica, o Poder Judiciário de Santa Catarina tem feito um trabalho muito bom sob o ponto de vista do combate à droga e aqui está bem focado isso, é uma análise das chamadas paternidades responsáveis, não é exatamente questão de DNA, mas a presença dos pais permanentemente diante dos filhos para evitar que eles venham a cair presa no tráfico de drogas.

Enfim, creio que fizemos um manual de qualidade, um manual original e que está a merecer a nossa aprovação. Tive a honra e o prazer de participar desse trabalho como jornalista que sou desde o ano de 1961, na velha Última Hora de Porto Alegre.

Obrigado.

A SRA. PRESIDENTE (Conselheira Ana Luiza Fleck Saibro) – Conselheiro Mário Augusto.

CONSELHEIRO MÁRIO AUGUSTO JAKOBSKIND – A questão que o nosso Nelson Breve tinha levantado agora de manhã achei importante reafirmar aqui neste manual a questão de direitos humanos, que, talvez, por outros manuais de redação, mesmo na mídia privada, não conheço, posso estar enganado, mas não conheço com tanta ênfase nessa questão. Seria importante, porque acho que

o diferencial da nossa mídia pública será na questão dos direitos humanos.

Então aproveito, também, para colocar uma questão, estou me adiantando, coloquei para a Câmara de Direitos Humanos e Cultura, para se fazer, em termos imediatos, uma programação específica sobre a questão da Comissão da Verdade, até porque vai ajudar didaticamente talvez a romper o impasse que está acontecendo em relação à criação da Comissão da Verdade. Seria uma pauta relacionada com as comissões da verdade em todo o mundo, fazer uma série e especialmente com ênfase para a nossa América Latina.

Inclusive, chamou-me muito a atenção, estive recentemente num seminário, em Porto Alegre, de comissões da verdade, memória e justiça do Cone Sul, chamou muito a atenção, eu falava com o Breve, em relação ao Chile, onde houve avanços muito grandes nessa área, apesar de que a legislação desse país manteve-se inalterada em relação ao regime anterior, regime autoritário e ditatorial chefiado pelo Augusto Pinochet.

Portanto, é muito importante para conhecermos o que está acontecendo no mundo. Seria uma pauta que fica sugerida, poderia ser feita, ou pelo próprio Departamento de Jornalismo, ou por terceirizados, por outras entidades, enfim, que seja levada em conta essa questão, que é da mais alta importância e, repito, vai ajudar a consolidar a imagem de que a EBC, a TV Brasil dá ênfase à questão dos direitos humanos.

A SRA. PRESIDENTE (Conselheira Ana Luiza Fleck Saibro) – Obrigada, Conselheiro.

Mais alguém gostaria de se manifestar? Conselheiro Daniel.

CONSELHEIRO DANIEL AARÃO REIS FILHO – Em primeiro lugar, queria compartilhar com os conselheiros que me antecederam, os parabéns ao manual, o sentido geral do manual é muito interessante na crítica que ele faz implicitamente às tradições dominantes no jornalismo que existe em nossa sociedade, ligado ao escândalo, ao sensacionalismo, ao total descrédito muitas vezes na publicação de notícias, acho que o manual resguarda toda uma série de direitos e se ele está preocupado em noticiar, em informar, ele também a toda hora aparecem ressalvas e cuidados de todo tipo. Então, não tenho restrições de conjunto ao manual, ao contrário, acho que ele é um grande avanço e vai ser uma referência para os jornalistas da EBC.

No entanto, tenho uma série de sugestões. Não sei se será o caso de encaminhar, se vai haver uma comissão...

A SRA. PRESIDENTE (Conselheira Ana Luiza Fleck Saibro) – Conselheiro, na verdade, é o seguinte: a nossa missão aqui, quer dizer, apresentado o parecer, seria a aprovação do manual pelo pleno do Conselho; mas, como o senhor viu aqui no parecer, ele próprio admite revisões periódicas de dois em dois anos e tal. Então, evidentemente que as suas sugestões podem ser feitas, só que a minha posição é de que não podemos mais postergar a aprovação deste manual. Isso já está em estudo há quanto tempo? Talvez possamos aprovar alguma recomendação, de que possa ser aprimorado...

CONSELHEIRO DANIEL AARÃO REIS FILHO – Há algumas coisas aqui que me parece são impróprias num manual de jornalismo e que não dizem respeito ao conjunto da orientação do manual. Algumas coisas eu queria levantar se fosse me dado um tempinho rápido, que me parece importante realmente.

A SRA. PRESIDENTE (Conselheira Ana Luiza Fleck Saibro) – Claro que sim.

CONSELHEIRO DANIEL AARÃO REIS FILHO – Em primeiro lugar, trata-se de um aspecto que foi trabalhado várias vezes aqui, inclusive trazido pela Câmara de Jornalismo e que não aparece no manual, e que me parece importante, que é uma orientação geral de promover a controvérsia, suscitar a controvérsia. Fala-se muito no manual em pluralidade, diversidade, mas essa palavra controvérsia me parece muito importante e que pode ser um diferencial do nosso jornalismo, é uma coisa que as televisões comerciais de um modo geral fogem como o diabo da cruz de suscitar controvérsias, de colocar ao vivo pessoas com pontos de vistas contrários. Isso é muito importante, é uma grande contribuição para a cultura cívica e democrática da sociedade brasileira.

Então, esse é um ponto que acho que deveria constar, o compromisso do jornalismo da EBC com a controvérsia.

CONSELHEIRO PAULO RAMOS DERENGOSKI – O colega Daniel me dá um aparte?

CONSELHEIRO DANIEL AARÃO REIS FILHO – Pois não.

CONSELHEIRO PAULO RAMOS DERENGOSKI – Essa questão da controvérsia, a nosso ver, está implícito quando citamos e, com ênfase, a questão da diversidade ali nos itens específicos. Eu, pelo menos, entendi assim.

CONSELHEIRO DANIEL AARÃO REIS FILHO – Pois é, pluralidade e diversidade podem coexistir ou não com a controvérsia, você pode ter programas que apresentem a diversidade do Brasil separadamente. Você pode ter a emissão de divergências também separadamente. A controvérsia é quando se reúnem os pontos de vistas contrários num mesmo momento. E sempre dá uma faísca especial.

Então, acho que pode estar implícito na pluralidade, mas pode não estar, não é necessário que esteja.

CONSELHEIRO MÁRIO AUGUSTO JAKOBSKIND – Perdão. Vai depender da condição do momento do debate. O objetivo, quando se coloca essa questão, é exatamente criar a polêmica, criar o contraponto.

CONSELHEIRO DANIEL AARÃO REIS FILHO – Eu senti falta disso. Se vocês acham que...

CONSELHEIRO MÁRIO AUGUSTO JAKOBSKIND –

Permita-me, Conselheiro Aarão, acho que temos até que acompanhar isso para ver, inclusive numa próxima revisão, voltar o assunto com mais ênfase.

A nossa preocupação na Câmara de Jornalismo foi exatamente essa, a polêmica.

O SR. NELSON BREVE (Diretor Presidente) – Se o Conselheiro Daniel me der uma oportunidade, só para dizer rapidinho duas coisas.

Há um item aqui em Valores Objetivos e Diretrizes que diz: Debate Público – Fornecer espaços e meios para o debate público acerca de temas de relevância local, regional, nacional e internacional.

Além disso, na questão dos Planos Editoriais, que são decorrência para cada tipo de veículo, para cada segmento do jornalismo da EBC, essa questão pode ser tratada de maneira mais explícita, que a gente entenda e submeta à Câmara.

CONSELHEIRO DANIEL AARÃO REIS FILHO – Foi uma preocupação que tive porque, inclusive, a própria Câmara já levantou isso aqui em vários momentos.

Um segundo aspecto que queria levantar diz respeito à parte da economia, pág. 25, quando, no terceiro parágrafo, adota como principal destinatário o jornalismo da EBC, o cidadão, especialmente o consumidor e os micro e pequenos empresários.

Por que não utilizar o termo “os trabalhadores”? Porque o consumidor e os micro e pequenos empresários, essa eleição não me

parece conceitualmente muito defensável. O cidadão é genérico; especialmente o consumidor. Os trabalhadores e os micro e pequenos empresários, fiquei meio assim... A única classe social especificada são micro e pequenos empresários. Ou você não especifica, ou você especifica de maneira mais ampla, porque se não parece que a EBC é uma empresa de pequenos e médios proprietários e acho que não é o caso.

O SR. NELSON BREVE (Diretor Presidente) – A observação é absolutamente pertinente até porque, logo na introdução, está dizendo que abriga diversos segmentos, a saber: empresários, trabalhadores, consumidores e governos. Então acho que foi um esquecimento, no segundo parágrafo, de repetir aqueles atores que estavam no primeiro.

CONSELHEIRO DANIEL AARÃO REIS FILHO – Pode gerar ruídos.

A mesma coisa na pág. 26, no segundo parágrafo. “Vamos acompanhar os acontecimentos relativos à economia solidária em todas as suas formas de associativismo, especialmente o cooperativismo.”

Eu, pessoalmente, sou simpático ao cooperativismo, mas não me parece que houve uma discussão, porque isso é quase uma opção política, você privilegiar do ponto de vista das perspectivas igualitaristas e socialistas o cooperativismo. É um modelo político-social proposto à opinião pública no século XX. Não acho que caiba fazer uma opção por isso.

Enfatizo que, pessoalmente, sou muito simpático ao cooperativismo, mas acho que não cabe, num manual de jornalismo, uma opção desse tipo. Na pág. 26.

Por outro lado, acho que caberia bem, na parte de economia, pautar como preocupação reportar as condições de trabalho do povo brasileiro, a questão da criança no trabalho, a questão do trabalho escravo. Enfim, essas mazelas que ainda permanecem, isso deve ser objeto de cobertura da EBC e isso não aparece na cobertura das TVs comerciais a não ser muito excepcionalmente.

Em todo caso, eu não faria nem questão de acrescentar, embora ache adequado, mas não me parece razoável essa ênfase aí no cooperativismo.

O SR. NELSON BREVE (Diretor Presidente) – Só para esclarecer, Conselheiro Daniel, aí é porque a ênfase, na verdade, é na economia solidária.

CONSELHEIRO DANIEL AARÃO REIS FILHO – Na economia solidária. Tudo bem. Até aí eu chego, mas especialmente o cooperativismo você está fazendo uma opção político-social, que acho que isso não passou por um processo de amadurecimento.

O SR. NELSON BREVE (Diretor Presidente) – Dentro da economia solidária. Certo? O cooperativismo dentro da economia solidária.

A ideia é só para dizer o seguinte: isso aqui não está fora da economia solidária, está dentro dela. Dentro da economia

solidária, especialmente o cooperativismo. É isso que o Conselheiro não concorda?

CONSELHEIRO DANIEL AARÃO REIS FILHO – É. Acho que essa eleição do cooperativismo é um pouco demasiada, é como se tivéssemos um sistema social cooperativista hegemonicamente, aí era um aconselhamento natural, mas no atual estágio da nossa democracia formular uma opção desse tipo me parece um pouco descabido. É uma observação que faço para uma ponderação dos conselheiros.

O SR. NELSON BREVE (Diretor Presidente) – É porque dentro da economia solidária o mais importante que tem é o cooperativismo. Era só essa questão. É absolutamente descartável o cooperativismo, é que quem entende de economia solidária sabe que dentro dela a principal forma é o cooperativismo, são as cooperativas que movimentam a economia solidária.

CONSELHEIRO DANIEL AARÃO REIS FILHO – Bem, continuando, na letra m, de Maria, pág. 30, Segurança Pública e Violência, mencionaria aqui na pág. 32, no final, se não valeria a pena estarmos preocupados em pautar para o jornalismo da EBC a vigilância e a crítica da violência exercida pelas autoridades, particularmente a tortura. Acho que esse é um ponto que deveríamos privilegiar na pauta do nosso jornalismo, estar vigilante, considerando-se a tradição da tortura no Brasil e a sua disseminação, acho que não seria abusivo levantar esse aspecto.

Na letra seguinte, n, na pág. 32 ainda, no internacional, eu me pergunto se não seria o caso de ressaltar aqui a América Latina e a África como prioridades na nossa cobertura internacional.

Na pág. 36, na letra p, Drogas, eu me pergunto se não seria interessante levantar a questão de incentivar os debates sobre a questão da legalização e da descriminalização das drogas, que é um grande debate social. Acho que a EBC tem que tomar um partido desse ponto de vista, não um partido a favor ou contra, mas um partido de incentivar o debate sobre a questão.

CONSELHEIRO MÁRIO AUGUSTO JAKOBSKIND – As matérias sobre droga devem sempre instruir o público sobre os efeitos do uso e da dependência.

CONSELHEIRO DANIEL AARÃO REIS FILHO – Pois é. Aqui a redação me pareceu assim um pouco tradicional. Acho que hoje a sociedade está aberta e reivindicando um debate sobre esse assunto. Parece que a EBC vai incentivar uma política de restrição. Fiquei achando que a questão da descriminalização está colocada hoje na mesa: legaliza, não legaliza, criminaliza, não criminaliza. Acho que essas são as grandes questões, sobre as quais evidentemente a EBC não deve tomar partido, mas o que me preocupa é incentivar o debate a respeito.

Queria finalizar levantando duas questões que dizem respeito mais ao uso de termos. Temos que considerar que esse manual vai ser publicado e os nossos adversários não são gentis, são sempre muito furibundos.

Há uma utilização da palavra “justa”. Quando eu fazia parte de organizações revolucionárias, tínhamos muito essa definição.

Nós temos a linha justa. Era uma ambição muito desmedida. Aqui, duas vezes aparece “a cobertura da EBC vai ser equilibrada e justa”; “a cobertura política deve ser apartidária e justa”. Acho que é dispensável essa palavra. Alcançar a justiça é como alcançar a verdade, é alguma coisa muito etérea. E ela não é essencial, o que nos interessa é sermos imparciais, o que já é muito difícil. Em todo caso, vamos tentar ser apartidário, autônomo, equilibrado. Agora, o justo...

E, finalmente, o uso da palavra “ética”, com a qual estou plenamente a favor desde que se explicita a ética dos valores que a EBC presa. Aqui no Brasil é muito comum a pessoa dizer: eu sou ético. Não explicita quais são os seus valores éticos. O Carlinhos Cachoeira tem uma ética, ninguém vive sem ética, ninguém, rigorosamente ninguém, todo mundo tem sua ética. O bicheiro tem a sua ética, o ladrão tem a sua ética, não existe pessoa sem ética. Então não basta dizer: nós queremos ser éticos. Queremos valorizar determinados princípios, determinados valores. Então, sempre que se referir a essa palavra “ética”, reportar a ética dos valores da EBC e não soltar a palavra assim solta, porque realmente ela não quer dizer rigorosamente nada, embora se diga muito. A gente sabe, vulgarmente quando a pessoa diz: eu sou ético, ela está querendo dizer: eu sou honesto. Mas isso que se aceita num diálogo corriqueiro, num manual de jornalismo as coisas devem ser mais amarradas, para que não se prestem a interpretações...

O SR. NELSON BREVE (Diretor Presidente) – Nesse caso, Daniel, perdão, a ética aqui, onde estão os valores, ela é a observância da Declaração Universal dos Direitos Humanos, dos Princípios Fundamentais da Constituição, da Declaração da Unesco sobre as Mídias e do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros,

documentos anexados a este manual. Aqui está explicitado isso na pág. 4.

CONSELHEIRO DANIEL AARÃO REIS FILHO – Mas, às vezes, Nelson, no corpo do texto aparece frequentemente: “devem estar baseadas na mútua confiança, na ética, no profissionalismo”. Na ética dos nossos valores, porque senão fica uma coisa abstrata. É um problema de terminologia aí, não é um problema de divergências de fundos.

CONSELHEIRO MÁRIO AUGUSTO JAKOBSKIND – Só para lembrar o seguinte: tem um avanço muito grande, até já falei em outras oportunidades que é a incorporação do Código de Ética dos Jornalistas, que foi debatido em vários congressos de jornalistas. Há várias questões aí, não é o caso de se discutir agora, mas existe um código de ética, que deve ser seguido ou não. Deve ser seguido, claro. Acho que é um avanço que um manual de jornalismo tenha incorporado esse código de ética de uma categoria.

CONSELHEIRO DANIEL AARÃO REIS FILHO – Sem dúvida, sem dúvida.

A SRA. PRESIDENTE (Conselheira Ana Luiza Fleck Saibro) – Professor Daniel, a lista de intervenções é longa.

CONSELHEIRO DANIEL AARÃO REIS FILHO – Estou encerrando. Professor universitário tem essa mania de, quando pega um texto, mas evidencia a minha leitura interessada e minuciosa.

Solicitaria que tirássemos uma expressão aqui na pág. 23: “coerentes com seus dogmas”. Acho que “dogmas” é muito forte, mas seus “princípios” suas “referências”. Dogma quem tem é religião. Ainda não chegamos lá, pode ser que cheguemos.

Então eu solicitaria que não utilizássemos essa palavra, embora eu concorde plenamente com o sentido do parágrafo, é coerente com os princípios de respeito ao cidadão, os nossos princípios pétreos.

CONSELHEIRO PAULO RAMOS DERENGOSKI –
Conselheiro Daniel, um aparte final.

Voltando à questão da palavra “justa”, quando a utilizamos aqui não quisemos utilizá-la da maneira que era utilizada nos velhos tempos. Utilizamos a palavra “justa” dentro dos princípios hoje utilizados pela justiça brasileira, que é um Poder independente. Há até a frase latina, temos aqui o nosso ex-governador, que sabe disso, quando um juiz percebe que uma causa é justa ou não, ele usa a expressão “fumus boni juris”. É nesse sentido que nós usamos aqui, não no sentido das reuniões que se faziam no passado.

A SRA. PRESIDENTE (Conselheira Ana Luiza Fleck Saibro) – Conselheiro Daniel, muito obrigado pelas contribuições.

Conselheiro Cláudio Lembo, o senhor se inscreve?

CONSELHEIRO CLÁUDIO SALVADOR LEMBO – Trata-se de um problema de redação muito singelo. Fomento à construção da cidadania, pág. 3. A consolidação da democracia. Nunca vai ser consolidada essa democracia, ela deve ser aperfeiçoada sempre. Consolidada ela está, tanto que existe a TV Brasil. Acho que aí aperfeiçoamento seria melhor do que consolidação. Isso também era dos anos de chumbo, consolidar uma democracia; agora é aperfeiçoar.

A SRA. PRESIDENTE (Conselheira Ana Luiza Fleck Saibro) – Obrigada.

Ministra Anna de Hollanda, por favor.

CONSELHEIRA ANNA MARIA BUARQUE DE HOLLANDA (Ministra de Estado da Cultura) – Quando fala nos parâmetros da edição, chega na pág. 21, a questão da nudez. Entendo perfeitamente o que está colocado. Agora, preocupa-me quando fala: “relacionados à saúde, educação, representam rituais de pobres cujas vestimentas diferem das convencionais, índios e tal”. Acho que tem que pôr a cultura também, porque frequentemente vai se fazer alguma reportagem sobre uma peça de teatro, algum filme, de repente tem que cortar se tem nudez. Quer dizer, isso faz parte do contexto, isso seria uma certa censura exagerada.

O SR. NELSON BREVE (Diretor Presidente) – Então, saúde, educação, cultura...

CONSELHEIRA ANNA MARIA BUARQUE DE HOLLANDA (Ministra de Estado da Cultura) – Põe a cultura que se entende. Só isso.

O SR. NELSON BREVE (Diretor Presidente) – Está OK.

A SRA. PRESIDENTE (Conselheira Ana Luiza Fleck Saibro) – A Conselheira Ima e depois o Conselheiro Martins.

CONSELHEIRA IMA CÉLIA GUIMARÃES VIEIRA – A minha questão é ligada à questão das orientações para temas e situações específicas. Eu não vi nenhuma referência com relação à religião. Qual a orientação quando a pauta for religiosa. Por exemplo, questionamentos de atos religiosos, a questão de aborto, uso de camisinha, dízimo etc., como é que isso seria tratado, onde está isso? Talvez pudesse ficar aqui junto com direitos humanos, aí tem gênero, raça e etnia, orientação sexual. Poderia ter um item orientação religiosa, alguma coisa assim.

A outra é na Seção VII, Estratégias para a Qualidade. Também não vi, pode ter me passado, a questão de correção. Temos visto nos jornais, principalmente, algumas correções que devem ser feitas. E como é que faz isso? Qual é a melhor estratégia para fazer isso? Eu não sei, sou ecóloga, mas deve ter uma melhor estratégia.

CONSELHEIRO JOSÉ ANTÔNIO FERNANDES MARTINS – Quero sugerir o seguinte, de acordo com os meus companheiros Paulo e Mário: acho que aí faltou uma preocupação grande, aliás é uma das poucas coisas de que entendo, que é

“mobilidade”. Ainda ontem houve uma solenidade grande no PAC sobre a mobilidade urbana, com a participação da presidente e de vários prefeitos. Hoje, aliás, as duas ministras se atrasaram provavelmente por causa do trânsito. Então hoje mobilidade é um dos problemas mais sérios que nós temos. A nossa infraestrutura não tem acompanhado o volume de caminhões, de carros, motos e bicicletas que se despejam na rua. A falta de mobilidade, o nosso governador sabe muito bem o que representa isso, a mobilidade, automóveis parados na rua poluem violentamente o meio ambiente, estressam as pessoas, criam problemas seriíssimos em termos de saúde, e hoje o mundo inteiro, um dos problemas mais sérios que hoje tem no mundo chama-se mobilidade. Hoje, Brasília, que era uma cidade nova, aqui o trânsito já está um negócio impressionante. São Paulo então...

Ontem, por exemplo, governador, cheguei de Congonhas até o centro da cidade, às cinco horas da tarde, levei uma hora e quarenta e cinco para chegar. Quer dizer, é um troço absurdo uma coisa dessas.

Então acho que mobilidade. Se fazem congressos, se fazem eventos, o PAC mesmo está jogando 45 bilhões de reais entre corredores para ônibus, VLT, metrô, tanto de superfície como o chamado metrô pesado, porque precisamos achar uma solução para a mobilidade.

Acho que seria muito importante, Presidente Breve, que tivesse exatamente um estudo, porque mobilidade diz respeito a todas as nossas cidades, a todos os nossos municípios e que está na mão dos prefeitos. Então, se nós na imprensa pressionarmos, criarmos um movimento sobre isto vamos logicamente ter uma solução melhor.

O SR. NELSON BREVE (Diretor Presidente) – E acho que cabe em direitos humanos. Mobilidade.

CONSELHEIRO JOSÉ ANTÔNIO FERNANDES MARTINS – Então, diga-se: deixe o automóvel em casa e ande de ônibus.

O SR. NELSON BREVE (Diretor Presidente) – Só um esclarecimento. Ima, a correção a gente tem na pág. 11, item “erros”. É que está como “erros”. A EBC parte do princípio de que é imprescindível evitar os erros e equívocos, mas se ocorrerem é obrigatório corrigi-los. O jornalismo da EBC deve admitir abertamente os erros que tenha cometido e publicar as correções com presteza. Isso deve ser feito de forma honesta e rápida. Um erro de informação prejudica diretamente o público, a empresa e seus profissionais.

CONSELHEIRA IMA CÉLIA GUIMARÃES VIEIRA – Mas é mais uma orientação, não é estratégia. Mas o critério de correção qual é?

O SR. NELSON BREVE (Diretor Presidente) – Nos planos editoriais cada veículo terá uma, porque uma é para impresso, outra é para televisão e outra é para rádio.

A SRA. PRESIDENTE (Conselheira Ana Luiza Fleck Saibro) – Ministra Helena, depois Conselheira Maria da Penha e o Conselheiro Murilo.

CONSELHEIRA HELENA CHAGAS (Ministra de Estado Chefe da Secretaria de Comunicação Social) – Exatamente para concordar com o Conselheiro Daniel em relação à questão do consumidor. Acho que esse parágrafo por mim se limitaria ao cidadão, porque acho que “cidadão” é um termo abrangente, que acho que engloba aqui todo mundo: micro e pequenos empresários etc. Eu tiraria tudo isso e deixaria o “cidadão”.

Em relação à controvérsia, entendo o que ele quis dizer, mas acho que está contemplado quando se coloca o debate público. Talvez em algum lugar acentuar, dar um pouquinho mais de ênfase: debate público, vírgula, em que sejam ouvidos ao mesmo tempo os lados divergentes, as principais posições divergentes, talvez para deixar isso um pouco mais explicitado. Lembrando que, no Repórter Brasil, a gente tentou, Eduardo, durante um bom tempo, levar para a entrevista do Repórter Brasil, um lado e outro lado, chegamos a colocar o Aleluia e o Paulo Bernardo para brigar. Acho que ele tem toda razão na controvérsia, porque acho que isso anima o jornal, isso dá vida, isso é importante também.

O SR. NELSON BREVE (Diretor Presidente) – Acho que cabe também, Ministra, um compromisso com a qualidade.

CONSELHEIRA HELENA CHAGAS (Ministra de Estado Chefe da Secretaria de Comunicação Social) – Compromisso com a qualidade, você colocar mais explicitamente a obrigatoriedade de se

levar os dois lados. Quer dizer, o problema é que nem sempre são só dois lados, são três, quatro, cinco, oito. Então tudo isso passa por uma mediação da edição para você escolher aqueles dois mais representativos.

Uma outra coisa que observo também é que no item “inovação” poderíamos carregar mais nas tintas na inovação, porque acho que o jornalismo na TV pública é exatamente para fazer o que os outros jornalismo das outras televisões não fazem, exatamente para mostrar o que eles não mostram, não é para fazermos um Jornal Nacional igualzinho ao Jornal Nacional, ainda que ideologicamente diferente, com o mesmo formato, com o mesmo jeito, apresentador parecido, sentadinho.

Acho que a gente precisa carregar mais nas tintas da inovação, acho que temos que ter no nosso manual um pouco mais da liberdade que se tem numa TV pública de fazer formatos diferentes, formatos jornalísticos diferentes, mostrar coisas diferentes, ter quase que essa obrigação de inovar, de fazer uma coisa diferente dos demais.

Não sei aonde isso se encaixaria, mas no compromisso com a qualidade eu daria mais ênfase a inovar, sobretudo na participação do cidadão. Tem uma parte aqui, um capítulo sobre jornalismo participativo, que acho importante, aquele quadro no Repórter Brasil, enfim, e que acho que tem que ter mais. Com os recursos que teremos agora com a TV digital, com a internet, você pode fazer um telejornal totalmente participativo. Aliás, o Eduardo tem uma ideia nesse sentido, um projeto muito legal nesse sentido, acho que temos que ousar mais, arriscar mais, senão vamos ficar iguais ao outros e com menos recursos financeiros e menos condições de fazer.

Quero abrir um parêntese aqui para elogiar o manual e dizer que ele veio na hora certa. O manual certo é esse, depois de quatro anos de trabalho, em que as pessoas viveram o dia a dia, viveram como é fazer o jornalismo na TV pública, ele está nascendo na hora absolutamente adequada e certa, na medida em que ele é um produto amadurecido, da prática do dia a dia; ele não é uma teoria que chegamos, sentamos e dissemos: ôba, vamos fazer um jornalismo assim e assado. Aí você faz um manual lindo e maravilhoso, mas que no dia seguinte não tem nada a ver com o jornalismo que você está fazendo.

Então, dou parabéns e a minha saudação é porque acho que ele veio na hora certa.

Enfim, acho que não vai esgotar, um manual não é uma Constituição, não é uma Bíblia, não vamos conseguir jamais esgotar. Acho até que houve uma tentativa de enquadrar as situações, válida, muito válida, mas sempre se vai ter situações que vão estar fora do manual e que será preciso agir à luz do princípio do manual, mas sem o detalhamento e vamos ter que refazer o manual de dois em dois anos, de um em um ano, o manual é uma obra aberta. Mas dou parabéns a todo mundo.

A última coisa seria uma ênfase, não quero usar muito didatismo, porque senão fica parecendo professores dando aula para o público e não é isso. Agora, acho que tem que ficar muito claro em algum lugar do manual o papel da TV pública de, no meio do telejornal, explicar: vem cá, mas o que é taxa Selic mesmo? O que é commodity? Como é que se calcula a inflação? Fazer esse tipo de coisa, porque isso é chato de fazer, isso gasta tempo, isso às vezes é chato para quem já sabe o que é, mas acho que a nossa função de TV pública é ter esse lado didático, é ter esse lado explicativo, é um jornalismo que as pessoas compreendam, que você usa uma

linguagem mais acessível ou, pelo menos, que se ilustre as coisas de uma forma que facilite o entendimento.

Enfim, quero dar parabéns a todos os que produziram, fico pessoalmente muito feliz porque vivi essa experiência aqui no jornalismo.

A SRA. PRESIDENTE (Conselheira Ana Luiza Fleck Saibro) – Conselheira Maria da Penha.

CONSELHEIRA MARIA DA PENHA MAIA FERNANDES

– Boa tarde a todos. Gostaria de mencionar, aqui na Seção V, por que de os itens não serem por ordem alfabética, porque facilitaria a leitura. Por exemplo, começou por educação, o segundo item foi saúde, mas poderia ser por ordem alfabética, ficaria mais bem exposto.

Mas pedi a palavra exatamente para ver aqui a pág. 33, sobre gênero, raça e etnia, quando fala que a EBC deve investir na formação e informação de suas equipes de jornalismo, de maneira a contribuir para ampliar, aprofundar e qualificar a cobertura jornalística sobre essa temática.

Então eu incluiria nos anexos a discussão e o conhecimento sobre a Convenção de Belém do Pará, que é uma convenção internacional que o Brasil assinou e ratificou, que pega exatamente as questões de gênero. E nós nos colocamos à disposição para capacitar, temos o Instituto Maria da Penha, que trabalha essa capacitação frente a vários grupos de pessoas, exatamente para que a notícia seja dada de maneira precisa, sem discriminar a ou b, homem e mulher. E que os jornalistas tenham o entendimento de como podem levar esse tema para a notícia, para a

informação da TV pública. Certo? Era isso que gostaria de acrescentar.

A SRA. PRESIDENTE (Conselheira Ana Luiza Fleck Saibro) – Obrigada.

Conselheiro Murilo.

CONSELHEIRO MURILO CÉSAR OLIVEIRA RAMOS –

Na verdade, só me inscrevi para confirmar o encaminhamento, porque o meu entendimento é de que as observações, todas muito boas que estão sendo feitas aqui, estão sendo incorporadas. Certo?

Uma delas, que achei muito interessante, foi a do Conselheiro Martins, de mobilidade surgir como um tema específico. De fato, é uma questão hoje absolutamente essencial, global e que merece um tratamento temático de acompanhamento.

Enfim, achei muito interessante. Só isso.

A SRA. PRESIDENTE (Conselheira Ana Luiza Fleck Saibro) – Conselheiro Mário Augusto.

CONSELHEIRO MÁRIO AUGUSTO JAKOBSKIND –

Era mais em função do que a Ministra tinha colocado, em relação à linguagem, acho que o grande desafio da mídia pública neste momento, estávamos conversando com o nosso amigo da Agência Brasil, que é esmiuçar a área econômica, que hoje deliberado ou não as editorias de economia são feitas de uma forma para ninguém entender. E decifrar o economês é uma tarefa muito importante e é

um desafio, até porque o que acontece na economia, que diz respeito aos cidadãos, é colocado de uma forma para ninguém entender. Então esse é um grande desafio, acho que a ênfase deve ser dada aqui na nossa mídia pública a essa questão da economia. Acho que nesse sentido o companheiro da Agência Brasil já deu uma receita, já tinha falado sobre isso, da importância de entendermos o economês, decifrar essa linguagem.

CONSELHEIRO PAULO RAMOS DERENGOSKI – Só para complementar o Mário Augusto, todo bom jornalista tem por princípio transformar em linguagem fácil aquilo que é difícil. Se a NASA manda lá para o meu jornal uma matéria sobre a conquista do último planeta descoberto atrás de Plutão, em linguagem científica, cabe a nós colocarmos de uma maneira factível, capaz de a pessoa ler e entender. Isso é uma coisa óbvia, é o principal trabalho de um jornalista. E são poucas as pessoas que conseguem fazer isto, só os jornalistas, os bons jornalistas conseguem fazer e por isso mesmo deveriam ser mais bem remunerados.

O SR. EDUARDO CASTRO (Diretor Geral) – Eu concordo, com esta eu concordo.

A SRA. PRESIDENTE (Conselheira Ana Luiza Fleck Saibro) – Conselheira Ana Veloso.

CONSELHEIRA ANA MARIA DA CONCEIÇÃO VELOSO
– Boa tarde a todos e todas. Eu concordo e apoio a sugestão de Maria da Penha da Convenção de Belém do Pará, bem como, Maria da

Penha, as próprias proposições que compõem a política da Secretaria Nacional de Política para as Mulheres, das conferências das mulheres brasileiras, são várias recomendações com relação ao fortalecimento, inclusive, da própria EBC dentro dessas considerações, para também elas poderem ser incorporadas.

E na questão de raça e etnia, que tem colocado muito bem por todo o manual, por toda a redação, sugiro que, se for necessário, se for avaliada a necessidade de realização de oficinas ou debates sobre essa questão, tem uma organização que tem feito um trabalho muito interessante de monitoramento da mídia, inclusive com relação aos casos de racismo e judiciabilidade sobre isso, e elaborou agora um manual de mídia e igualdade racial, que posso até disponibilizar, não trouxe hoje, mas vou pedir para disponibilizar para o Conselho e para a Empresa, existe um observatório negro. Pode ser uma ferramenta interessante para também dentro da Empresa.

São as minhas sugestões que considero para a questão dos direitos humanos.

Inclusive, Maria da Penha, vai ser lançado no Recife, também verei se consigo trazer um exemplar para o Conselho e para a Empresa, que é um manual dos direitos das pessoas com deficiência, que será lançado inclusive lá.

Portanto, são essas questões que acho que serão interessantes também para a apreciação nesse manual.

Obrigada.

A SRA. PRESIDENTE (Conselheira Ana Luiza Fleck Saibro) – Mais alguém? Maestro.

CONSELHEIRO WAGNER TISO – É mais para minha informação, nem sei se cabe isso nesse contexto do jornalismo, mas o que minha classe pergunta é se a EBC ou a TV paga os direitos autorais artísticos, direito de arena, direito de imagem, direito de sincronização. É uma pergunta. Se não paga deveria dar o exemplo, acho que tem toda uma classe aí. Gostaríamos de ver se está incluído no manual de jornalismo. É uma curiosidade minha e acho que deveria pagar o direito autoral.

O SR. NELSON BREVE (Diretor Presidente) – Aí vamos para um longo debate, porque temos estamos tendo um debate com o Ecad e também contribuições à lei dos direitos autorais, não em nome da EBC, mas em nome da comunicação pública. Os nossos parceiros de rede também acham que um veículo público de comunicação, não um comercial, ou veículo educativo de comunicação não comercial deveria ter o direito de não pagar, porque senão ele tem que fazer escolhas em relação ao orçamento público. Podemos debater isso, mas não está no âmbito do manual.

A SRA. PRESIDENTE (Conselheira Ana Luiza Fleck Saibro) – O senhor pode encaminhar como sugestão de debate. Vai ser bom esse debate.

Mais alguém? Então só me cabe agradecer as valiosíssimas contribuições e propor o seguinte encaminhamento: aprovamos o manual ressalvadas as contribuições aqui feitas pelos conselheiros. Evidentemente que a EBC procederá à incorporação das contribuições e eu serei a guardiã de que todas serão incluídas. Podemos fazer assim?

Gostaria de marcar um prazo para mim mesma, para o Nelson, porque esse manual já está virando quase adolescente. Podemos fazer assim: em dez dias você acha que conseguimos fazer isto, Nelson?

O SR. NELSON BREVE (Diretor Presidente) – Eu consultei o Aquiles, a quem eu queria agradecer. A Nereide não está presente porque já tinha férias marcadas, há meses agendada. Mas agradecer ao Aquiles e toda equipe que participou disso, a Câmara, Nereide. Dizer que o Aquiles concorda com os dez dias.

O SR. AQUILES – Ele citou meu nome agradecendo. Agradecimento coletivo. Isso é uma típica obra coletiva de muita gente da melhor qualidade, de dentro e de fora da EBC, a quem nós recorremos. A eles todos, temos muito a agradecer.

Fizemos o conhecimento, a leitura, o estudo dos manuais de nove países. Esses detalhes foram interessantes vocês saberem. Examinou-se o que há de melhor no mundo em matéria de manuais. Eles têm muita coisa em comum sobre os direitos das pessoas, a qualidade da informação. O da Inglaterra, Equador, há muita coisa em comum neles todos.

O que acrescentamos, eles não têm, está no nosso manual e, modestamente, melhor do que os demais, porque entramos com política de qualidade, com orientação específica para temas que precisam induzir a prática de jornalismo público nos veículos públicos, e o manual ajuda muito nisso. Eu sou muito grato.

Eu também gostaria de registrar o seguinte: é um trabalho coletivo como muita coisa tem sido coletiva aqui. Aqui, nesse momento, quero, com toda independência pessoal que tenho, louvar o ato de coragem do Presidente Nelson Breve, porque isso é um ato de coragem, compartilhar com outros, com grupos, com comitês, como estão fazendo com o planejamento estratégico, com muita gente participando e se integrando. Isso é uma generosidade, é uma coragem do gestor, do Presidente.

O SR. NELSON BREVE (Diretor Presidente) – Lembrando de três pessoas. Sei que tem muitos mais, mas os jornalistas Alberto Dimas, Luiz Nacif, Lalo colaboram. Então, a colaboração também foi de outras pessoas além daquelas.

A SRA. PRESIDENTE (Conselheira Ana Luiza Fleck Saibro) – Eu gostaria de incluir os jornalistas da Casa, Assis, Guilherme, Mara Régia. Não quero deixar ninguém de fora. Lúcio. Estou lembrando de cabeça, corro e assumo o risco de esquecer os demais, mas gostaria de nominar esses que estou lembrando.

Os conselheiros concordam com o encaminhamento?
Aprovamos o manual, ressalvadas as contribuições?

CONSELHEIRO MÁRIO AUGUSTO JAKOBSKIND – Dois anos é um prazo muito longo.

A SRA. PRESIDENTE (Conselheira Ana Luiza Fleck Saibro) – Você gostaria de propor o quê?

CONSELHEIRO MÁRIO AUGUSTO JAKOBSKIND – Pelo menos um ano.

A SRA. PRESIDENTE (Conselheira Ana Luiza Fleck Saibro) – Aprovamos um ano?

CONSELHEIRO JOSÉ ANTÔNIO FERNANDES MARTINS – Presidente, eu só gostaria de fazer um pequeníssimo comentário. O que precisar, Nelson, sobre mobilidade, disponha da nossa empresa, da Marcopolo, da Fiesp e do sindicato que presido, Sinef, que junta toda a indústria metroferroviária, toda a indústria de ônibus, toda a indústria de implementos rodoviários, moto, bicicleta e camping. Lá está a ciência da mobilidade.

A SRA. PRESIDENTE (Conselheira Ana Luiza Fleck Saibro) – Só está faltando o avião para trazer os conselheiros para cá.

O SR. NELSON BREVE (Diretor Presidente) – Eu já tinha dito para o Aquiles que pior é a mobilidade. Eu falei para ele que a mobilidade era o mais difícil, o resto fácil.

A SRA. PRESIDENTE (Conselheira Ana Luiza Fleck Saibro) – Aprovamos o manual?

Coloco em votação o manual, ressalvadas as contribuições trazidas pelos conselheiros, com a ressalva de que poderá sofrer revisão anualmente, vamos dizer assim.

Todos concordam?

Essas palmas são um pouquinho para você também, Aquiles.

Eu esqueci de agradecer ao Diogo pela sua contribuição na sistematização desse texto. Vamos ter de trabalhar mais um pouquinho.

Os conselheiros querem tomar um cafezinho? Vamos passar para a próxima pauta? Sim?

Quinze minutos. Quatro e meia retomamos.

Intervalo

A SRA. PRESIDENTE (Conselheira Ana Luiza Fleck Saibro) – Dando continuidade a nossa reunião, no quarto item da pauta.

Apresentaremos para os senhores conselheiros e demais presentes a pesquisa realizada pela Universidade Federal de Santa Catarina sobre a Agência Brasil.

Contamos com a presença do coordenador da pesquisa professor Rogério Cristofollete, da Universidade de Santa Catarina, e professor Josenildo Luiz Guerra, da Universidade Federal de Sergipe.

Eles farão uma breve e rápida apresentação da pesquisa.

Eu gostaria de saber dos professores quanto tempo estão prevendo a exposição. Só para termos uma ideia. Quinze minutos? Trinta? Não mais que isso, por favor.

O SR. ROGÉRIO CRISTOFOLLETE (UFSC) – Boa tarde a todos.

Ao cumprimentar a Ministra de Estado Anna de Hollanda, Presidente Nelson Breve e Presidente do Conselho Curador Ana Fleck, queremos estender os nossos cumprimentos a todos os conselheiros e a todos os presentes. Não pretendemos ser muito exaustivos.

Os resultados dessa pesquisa acabaram gerando um relatório de quase 200 páginas e deve ter chegado até vocês. Por isso não seremos tão detidos, porque depois podemos debater mais sobre isso.

Essa pesquisa foi realizada não só pela Universidade Federal de Santa Catarina, lideramos a pesquisa, mas também de maneira consorciada trabalhamos também com professores da Universidade de Brasília, Samuel Lima, que está como visitante na Universidade Federal de Santa Catarina, e professor Josenildo Guerra, da Universidade Federal de Sergipe. Nossa equipe conta ainda com a professora Maria José Baldessar, da Universidade Federal de Santa Catarina, e com outros assistentes de pesquisa, o que vi gerar uma equipe de 16 pessoas.

Tivemos seis meses para realizar. Ela foi de outubro do ano passado até finalzinho de março de 2012. Propusemos fazer a

seguinte estrutura de pesquisa, lembrando que essa foi demandada pela Câmara de Jornalismo, que solicitou que fosse realizada uma pesquisa abordando qualidade na Agência Brasil. Então, notem que os resultados que iremos apresentar se referem dentro desse intervalo de tempo que sinalizei, de outubro do ano passado até março, começo de abril desse ano, especificamente com a Agência Brasil. Evidentemente que algumas coisas podem ser transportadas para outros canais e outras nem tanto.

Pensamos de maneira modular, pensamos em termos de eixos. Dividimos a equipe em três eixos de maneira a cuidar, primeiro, tratar das condições de produção e focar aspectos organizacionais da Agência Brasil. No eixo dois, observando o produto em si, o site, aquilo que o leitor comum tem acesso, e aí vendo a sua funcionalidade e usabilidade. Terceiro eixo, monitoramento de processos jornalísticos. Como as coisas funcionam lá dentro. E, claro, preocupações evidentemente com o aspecto da qualidade. Esses três eixos foram feitos de maneira sincrônica, todos juntos. A equipe foi produzindo relatórios parciais, até que chegamos aos relatórios finais que vocês tiveram acesso.

A proposta era que a partir de uma afirmação, lembrando que a pesquisa foi demandada pela Câmara de Jornalismo, de que a Agência Brasil como uma principal agência noticiosa do sistema da EBC precisava de uma política de qualidade. Uma política de qualidade vai depender de uma série de fatores, entre os quais, um dos fatores, um dos dispositivos, um dos gatilhos para isso é um bom diagnóstico ou um diagnóstico amplo da agência. Nós nos propusemos a fazer um diagnóstico assentado naqueles três eixos, levando em consideração essa abordagem múltipla e tentando coordenar as ações ao longo do tempo.

Nossos objetivos. Oferecer um diagnóstico da Agência Brasil; contribuir para os esforços que vêm sendo empreendidos já há algum tempo para se criar condições para implantação efetiva de canais públicos de comunicação do sistema público de comunicação; subsidiar de alguma maneira os gestores para conceber e implementar mudanças, e esse relatório pode ser um instrumento de uso da gestão; e, claro, contemplar aspectos que já foram observados tanto por funcionários, quanto por gestores. Essa era uma preocupação muito clara para nós.

Não estávamos apenas lá em Santa Catarina lançando olhar aqui para a Agência Brasil, mas tínhamos constantemente dois assistentes de pesquisa aqui. Eu vim fazer uma visita, missão de caráter técnico, o professor Josenildo também. Então, o nosso propósito era ouvir as diversas partes interessadas e envolvidas na produção dos conteúdos da Agência Brasil para ter uma noção de como se pensa a qualidade, como essa qualidade se espelha no produto e assim por diante.

Associamos diversas técnicas de pesquisa. São elas: claro, a revisão documental e bibliográfica, tanto do ponto de vista acadêmico, como mercadológico; fizemos entrevistas e aplicamos também questionários, formulários eletrônicos; fizemos entrevistas *in loco* com diversos personagens, diversos atores envolvidos; fizemos uma avaliação do site, e vou me demorar um pouco mais sobre isso daqui a alguns slides; fizemos o monitoramento de processos; e uma breve análise de conteúdo para se ter noção do que vem sendo veiculado no site da Agência Brasil.

Indo para o Eixo Um, pensando nas condições de produção, nos aspectos organizacionais. Não vou me deter tanto em caracterizar a Agência – é chover no molhado –, mas a Agência Brasil

está debaixo de uma guarda-chuva que, pensem, duas emissoras de TV, oito emissoras de rádio, duas agências de notícia e mais EBC Serviços. A Agência Brasil está muito centrada em algumas praças, notadamente o Distrito Federal e, também, Rio de Janeiro, onde temos onze elementos trabalhando, em São Paulo, sete, um correspondente em Curitiba e um repórter temporário em Buenos Aires.

Evidentemente que essa característica muito centrada em algumas praças vai de alguma maneira impactar no noticiário produzido, na pauta que observamos. A Agência, o site em si, tem ali uma rotina que cobrirá quase 24 horas, sendo “aberta” às cinco da manhã e indo até a meia-noite.

Importante notar que a Agência Brasil não tem pauteiros, mas um agendão. Ela segue um agendão da EBC, o que, a nosso ver, pode fragilizar um pouco os conteúdos produzidos e, também, de alguma maneira vai interferir, influenciar os processos de produção do jornalismo da Agência Brasil.

Os documentos que analisamos. Tivemos acesso a plano de trabalho, relatório de atividade, manual de jornalismo da Radiobrás, o novo manual de jornalismo da EBC. Tivemos acesso à penúltima versão e essa tivemos na semana passada. Então, efetivamente faremos alguns ajustes no nosso relatório já contemplando virtuais, eventuais mudanças que aconteceram.

No novo manual, já foi mencionado aqui pelo conselheiro Guilherme no parecer da Câmara, a questão da qualidade é contemplada, e ela é, de maneira pausada, contemplada nesses aspectos, em termos de planos editoriais, prevendo gestão da informação, pauta colaborativa, atuação integrada, questões de *web*

writing e, também, o comitê editorial de jornalismo. Se fossemos agrupar aí essas questões da qualidade previstas no novo manual de jornalismo da EBC, focando na qualidade, teríamos esse tripé. A qualidade está assentada na multimídia, na crítica e na organização.

Ainda pensando no Eixo Um, além da revisão de documentos, além da revisão bibliográfica, foi feita uma estratificação de públicos para serem ouvidos. Elaboramos, com base num documento anterior – anteriormente, em 2009, eu o professor Josenildo, estivemos à frente de uma consultoria junto à Unesco para elaboração de parâmetros, de critérios de qualidade jornalística. Isso gerou uma matriz de indicadores e a adaptamos para se pensar em formulários, questionários, que foram voltados para três públicos, os gestores da EBC, que chamamos de G1, Grupo 1; gestores da Agência Brasil e seus editores, G2; e jornalistas da Agência Brasil.

Esses questionários tinham muitas semelhanças, mas preponderavam em alguns focos. No G1, voltado para gestores da EBC, o foco estava nas relações da Agência Brasil com o mantenedor, o Estado, gestores, jornalistas, além de questões de qualidade e de padrões éticos. No G2, gestores da Agência Brasil e do editores, o foco desse questionário estava muito mais e aspectos gerenciais e escolhas editoriais, observando critérios de noticiabilidade, relevância, critérios que impactavam na escolha de um acontecimento em detrimento de outro, por exemplo, dentro da pauta. No G3, os repórteres, jornalistas da Agência Brasil, o foco estava na prática efetiva, nas rotinas produtivas, nos procedimentos.

Claro que não tem caráter estatístico, essa não era a nossa preocupação, o nosso foco, o nosso interesse, mas, por exemplo, quatro elementos do G1 receberam, três acabaram respondendo e assim por diante, o que vocês têm ali nessa tabela.

No total, encaminhamos para 19 e tivemos 10 respondentes. A partir daí extraímos informações para que pudéssemos tecer algumas considerações e eventuais recomendações.

Alguns resultados que percebemos. O que é importante? A independência editorial parece garantida. Ela está assegurada no documento formal e também é exigida na prática. Isso nos três extratos que observamos nas respostas. Há também de maneira bastante clara procedimentos práticos para algumas questões que são delicadas. A Agência Brasil aparenta ter normas claras quanto a alguns aspectos, sobretudo coberturas especiais, questões que já chamei de delicadas. Uma das questões, por exemplo, perguntava sobre cláusula de consciência, que é algo que foi mencionado aqui, o Código de Ética do Jornalista, isso está previsto no Código de Ética. Se os repórteres podem deflagrar ou acionar a cláusula de ética e isso foi respondido de maneira positiva.

Houve uma aparente discordância entre os respondentes em relação ao atendimento da demanda diária. Alguns nos responderam que "é impossível, fazemos só o arroz com feijão e olhe lá". Outros não, dizendo que "é possível fazer além disso". Mas como houve discordância, isso nos chamou muita atenção, porque está associado, por exemplo, à estrutura de equipe, à própria estrutura tecnológica e à própria gestão das rotinas ali.

Mais alguns resultados. Importante. O leitor ajuda na qualificação do material, mas não participa. Vou mostrar de maneira um pouco mais detida como isso vai se refletir. Onde? No site, nos canais de interatividade, que não existem, ou são muito precários.

Notaram-se poucas informações sobre a gestão para a equipe entre os estratos da pesquisa. O público não tem acesso aos

compromissos editoriais da EBC e da Agência Brasil. Outra coisa que foi percebida é que inexistia um conselho editorial institucionalizado. Existe o manual de redação, ele existe, ele vigora e está em vigência e, agora, terá um novo capítulo. Houve uma série de críticas em relação à estrutura tecnológica da Agência Brasil. Vejam que estou falando de Agência Brasil, quer dizer, os repórteres, o reportariado, alguns editores, questionavam isso, “estamos muito sobrecarregados” ou “não temos soluções tecnológicas que atendam às demandas mínimas para se trabalhar”.

Partindo para as recomendações do Eixo Um. Condições de produção. O que se percebe, como já foi mencionado ali, existe um fosso, um *gap*, entre os gestores da EBC da Agência Brasil e os jornalistas. Isso compromete não apenas a compreensão do papel e a dimensão da EBC, da Agência Brasil, mas também dificulta a adesão a algumas atividades.

Recomenda-se o quê? Que sejam criados mecanismos de inclusão. E verificávamos aqui pela manhã uma atividade bastante importante que é o planejamento estratégico. Isso vai ao encontro de uma recomendação que estamos salientando aqui, para haver a inclusão dos diversos estratos para que haja uma organicidade maior para a implementação de ações.

Recomenda-se também tornar públicos os compromissos editoriais da Agência Brasil. E estamos nos referindo prioritariamente ao novo manual do jornalismo, lembrando que o novo manual não é apenas uma gramática jornalística, mas também pode se constituir numa carta de princípios, num documento de compromisso com o público; e, claro, de busca de identidades e de aperfeiçoamento desse pacto de delegação do público para aquela que informa.

E também criar e dar condições de trabalho para um conselho editorial, o que vem a impactar de maneira muito positiva em termos de condição de produções. E assim finalizo o primeiro eixo.

Vamos para o eixo dois.

Focando especificamente no site. O site, como todos sabem, usa as licenças *Creative Common*, tem uso livre; ele é bastante reproduzido por pequenos meios de comunicação no país, mas também por grandes. E pelos grandes meios, muitas vezes como a fonte do governo. Isso revela certa ignorância do papel da EBC. Quer dizer, a EBC fala pelo governo ou ela é uma agência que reporta, também, as ações do Governo?

No ano passado tivemos esse tipo de número: 22 milhões de páginas visualizadas; 5 milhões de visitas – um aumento expressivo, de 74%, com relação a 2010; 2011, tivemos quase 2,5 milhões de visitantes únicos – um crescimento que mais que dobrou, 131%, em relação ao exercício anterior; um tempo de permanência que ultrapassa os seis minutos.

Esses foram os números contabilizados e repassados nos documentos formais da Agência Brasil: quase 23.000 matérias, mais de 16.000 fotografias veiculadas no período.

A equipe de pesquisa observou usabilidade e funcionalidade do site. Recorremos a alguns parâmetros. Primeiro parâmetros de sites jornalísticos, de portais noticiosos; padrões de usabilidade e aí voltados, de maneira geral, não só a jornalísticos; e também recursos que são, de alguma maneira, disponibilizados para o público.

Característica do jornalismo *on line*, que estamos lançado aqui. Não estamos apresentando as referências bibliográficas, mas elas estão no relatório.

Hipertextualidade, multimidialidade, interatividade, customização de conteúdo ou personalização desse conteúdo, instantaneidade, memória, e ubiquidade.

Eu me referia há pouco sobre critérios voltados para portais noticiosos, jornais *on line*. Agora me refiro ao que um dos Papas da usabilidade, o Nielsen chama de Dez Eurísticas, que são as dez preocupações, dez características que os sites devem observar para que possam conduzir de maneira clara o leitor, o visitante, o internauta, pelo seu site, sem ele se perder, de maneira econômica, fácil, ergonômica e tudo o mais.

Feed back; usar a linguagem do usuário; saídas claramente demarcadas; consistência e padronização; existência de mecanismos para prevenção de erros; facilitar o reconhecimento ou minimizar a sobrecarga da memória do usuário; atalhos dentro do site; aspectos de design que busquem um design natural, minimalista, com poucos recursos, pouca poluição; mecanismos que auxiliem o usuário a reconhecer e reparar erros; e protocolos de ajuda e documentação.

Como falava antes, além de observar aspectos do jornalismo *on line*, e também aspectos de usabilidade, também fizemos um mapeamento dos recursos do site, atentando para interativos clicáveis, slides shows, narrativas de áudio, slides narrados, animações, *warecashing*, recursos para *print plus* e por aí vai.

A verificação desse mapeamento se deu em três períodos de cinco dias, em outubro do ano passado, novembro e dezembro do

ano passado e janeiro deste ano. No total mapeamos 1.125 matérias; criamos um banco de dados para lançar e observar que multimídia e interatividade foi usado pela equipe da Agência Brasil.

Em paralelo mandamos para cá duas assistentes de pesquisa, para que elas conversassem com personagens importantes da SUCOM, da Agência Brasil. Aqui já quero antecipar um agradecimento ao Ricardo Negrão, que rapidamente nos mandou, logo após a leitura do nosso relatório final, algumas indicações de imprecisão, que já vamos corrigir, e também recebeu as nossas pesquisadoras e encaminhou para os diversos, para que elas pudessem fazer essas entrevistas e tirarem as dúvidas com relação ao site.

Alguns resultados do site. Aqui vou ser bastante rápido. Em termos de hipertextualidade, ela está expressa no site via hipertextos, links. Mas num dos depoimentos que colhemos, junto a editores, por exemplo, da Agência Brasil, percebemos algumas falhas, como a falta de padronização. Por exemplo, não há um dicionário de *tags*, de categorias, para "taggear", etiquetar as informações, para facilitar uma busca no site. Esse é um primeiro problema.

Outro problema. Geralmente quem cria os links é editor que vai publicar. E ele faz isso muito menos de maneira usual, ele faz muito mais de maneira visual. Muitas vezes ele deixa de colocar um link, para, como disse ele mesmo, não poluir o texto. Esse é um aspecto.

Multimídia está presente, mas ela é muito subutilizada. Geralmente se usa texto e foto. Alguma coisa a mais, mas de maneira ainda muito acanhada. No período de avaliação o

site não apresentava nenhum canal de interatividade, a exemplo de fóruns, espaço para comentários ou enquetes.

Sabemos que um novo portal virá. Estamos conscientes disso, mas estávamos detidos no que se apresenta e o que está no ar ainda hoje. Na verdade, esse nosso relatório pode vir a corroborar com as decisões que devem estar sendo implementadas.

Apesar de ter um bom serviço de compartilhamento, há diversas opções no final das matérias, de compartilhamento daquele conteúdo, mas a Agência Brasil ainda não investiu em redes sociais. Ainda não tem um editor de redes sociais, não há uma política de redes sociais, usando as redes sociais de maneira mais ampla para difusão de seus conteúdos. Por exemplo, o Twitter apenas menciona e dá o link para a matéria. Poderia se estabelecer uma série de outras estratégias para se usar o Twitter, Facebook, ou como outros veículos de comunicação fazem, como, por exemplo, o New York Times que tem uma rede própria – uma rede social própria de seu leitores. Ele alimenta aquilo com novos conteúdos e isso vai fidelizando, vai gerando um movimento.

Quanto à personalização, a Agência Brasil oferece o serviço de *feeds*, aquela sindicalização de conteúdos, que você clica ali, se inscreve via Google Readers, por exemplo, e é informado das atualizações, mas apenas isso. Não há alerta por e-mails e outras ferramentas tecnológicas que poderiam facilitar isso.

A instantaneidade é presente, mas não há um autorefresh. Quer dizer, o site só vai se atualizar se você der um F5 no seu computador e isso poderia ser oferecido de outra maneira para o leitor – outra experiência para ele, mais dinâmica.

Falando das eurísticas, o *feed back* não se aplica, porque necessariamente vai estar ligado ao navegador; usar a linguagem do

usuário, o portal se utiliza das linguagens, da maioria da terminologia do usuário, como por exemplo, links, web, compartilhar, galeria de fotos; também são encontrados ícones de fácil reconhecimento e isso facilita; saídas claramente demarcadas, a Agência Brasil não possui, necessariamente, saídas, mas sempre o banner de cima está visível e isso ajuda o usuário a se localizar, ele não se perde com tanta facilidade; o site atual da Agência Brasil segue a maioria das convenções dos sites jornalísticos, principalmente no que se refere a consistência e padronização; não foram encontrados recursos, estratégia ou ferramentas de prevenção de erros; ainda tem caminhos confusos, com pouca indicação, embora haja certa sinalização; o design tem clareza visual, há uma boa escolha de fontes, de cores, há uma limpeza do site de maneira geral, e isso facilita, não cansa, facilita a legibilidade, e a experiência da navegação; claro, isso vai impactar no tempo de permanência no site.

Ele informa erros de maneira clara. Nós usamos uma ferramenta para mostrar quando tem um link quebrado; e ele informava de maneira muito clara que o link está quebrado, se remeta a tal página, e assim por diante.

E no rodapé existem links para contato, mapa do site, mapa de produtos. Isso ajuda a documentar e orientar o internauta.

Vamos, agora, a uma rápida análise do site. Como já afirmei anteriormente, há pouca exploração das diferentes mídias. O que se percebe é que o site atual ainda está no que chamamos de fase transpositiva, que é aquela fase intermediária entre o impresso e efetivamente com um movimento específico para o *on line*. Ainda está muito entre texto e foto. Então, é necessário haver uma mudança do seletor. Claro, para ter ganhos na experiência de leitura.

Em termos de usabilidade, tem um bom tempo de carregamento, não é um site pesado, que afasta, que afugenta o leitor, e tem uma boa organização do conteúdo. Isso facilita.

Como já falei, as fontes foram bem escolhidas, o site é limpo.

E esse é um problema que não é apenas desse site, outros respondentes na pesquisa já haviam afirmado que isso era uma problema recorrente dentro do site da Agência Brasil, o sistema de busca é confuso. Claro, por questões tecnológicas e, também, por questões culturais na hora de “tagear” os conteúdos.

Recomendações. Aqui são recomendações não apenas de caráter técnico e tecnológico, mas também cultural. Isso nos chamou muita atenção. É necessário investir na criação de uma cultura de jornalismo e produção *on line* na EBC. O que se percebe é que muitos dos produtores dos conteúdos ali não têm uma cultura *on line*, não são o que chamamos, no mercado, de um *havy user*, quer dizer, um usuário experimentado e que pode navegar com muito mais facilidade pelos desafios do *on line*. *On line* não é apenas um repositório do que deve ser do impresso, é outra linguagem, outros desafios, outras questões.

Sugere-se, também, uma interface mais amigável. E aqui estamos falando de questões tecnológicas, estamos falando do próprio publicador, e já pensando em alguns modelos que temos no mercado, como *Blogger* e *Wordpress*, que têm interfaces bastante amigáveis e intuitivas. Isso facilita para o produtor de conteúdo na hora de produzir o conteúdo e disponibilizá-lo.

Todos os profissionais, não só os editores, deveriam, a nosso ver, se familiarizar com a interface da postagem, para que eles estivessem mais envolvidos no processo, não apenas na captação, na

escritura, na apuração das informações e estruturação das matérias, mas também em pensar uma narrativa. Aqui podemos às últimas consequências e pensar o conceito de narrativa transmidiática.

E claro pensar também numa formação de uma equipe multidisciplinar, não apenas jornalistas, mas programadores, técnicos de tecnologia da informação, designers; esses outros profissionais, claro, não vão fazer jornalismo, mas vão ajudar os jornalistas a embalar, empacotar esses conteúdos de maneira atraente, viável, interessante, útil para o internauta.

Recomenda-se uma capacitação da equipe atual. Muitos sentem muita dificuldade. Alguns dos relatos para nossas assistentes de pesquisa, por exemplo, algumas pessoas ficaram semanas para fazer uma linha do tempo, que é uma coisa que pode ser feita em horas, ou minutos, dependendo da ferramenta que venha a utilizar, como um *History Fi*, ou qualquer outra ferramenta que pode ser adicionada e buscar uma forma de casar com o site, com a plataforma de publicação. Então, o que se percebe é que a equipe necessita e anseia saber mais.

Recomenda-se maior aproximação entre as equipes da SUCOM e da Agência Brasil. Elas vão cada vez mais serem desafiadas a trabalharem juntas. O que se percebe é que ainda agora, por questões geográficas, uma equipe está lá e a outra está aqui, mas logo estarão no mesmo ambiente. Então, seria muito conveniente que elas conversassem mais e trocassem mais.

Para o desenvolvimento de uma cultura *on line* são necessárias mudanças nas rotinas produtivas para reportagem e para edição. Isso vai impactar, pois pensar diferente *on line* é pensar diferente reportagem *on line*, a narrativa *on line*, e, claro, a narrativa está intimamente ligada à cadência, ao ritmo, à edição.

E aqui uma questão mais técnica, que é aperfeiçoar o uso do arquivo de notícias. Ele está incompleto, ele é uma ferramenta importante, e vai impactar naquilo que apontávamos ali como penúltimo aspecto, que é o de memória.

Agora passo para o Professor Josenildo, para falar de processos.

O SR. JOSENILDO LUIZ GUERRA (UFSC) – Boa tarde, Senhora Presidente, Senhor Presidente, Senhores Conselheiros. Vou direto ao ponto para tentar otimizar a apresentação.

Quando falamos em qualidade, sobretudo aplicada em relação aos processos jornalísticos, as fases efetivas de produção do conteúdo jornalístico, estamos tentando conceber e analisar quatro momentos.

Definição de requisitos. O que se espera do produto? O que ele tenha para apresentar.

Quais são os processos, os mecanismos de trabalho utilizados para produzir o produto com esses requisitos?

Um sistema de avaliação; como vamos avaliar se os processos estão efetivamente obtendo, no caso, as notícias, dentro daquele conjunto de requisitos que foram planejados em relação ao produto.

E, por fim, um conjunto de mecanismos de correção e desenvolvimento de melhorias.

Ou seja, eu defino o que eu quero para minha notícia, eu desenvolvo uma forma de trabalhar para alcançar esse conteúdo, tenho mecanismos de avaliação para ver se estou conseguindo

alcançar aqueles resultados e detecto falhas, limitações e insuficiências e desenvolvo melhorias contínuas no sentido de aperfeiçoar continuamente o trabalho.

Quem está participando da discussão sobre o planejamento estratégico da empresa, certamente vai perceber algumas correlações, porque estamos adotando, para análise dos processos jornalísticos, alguns conceitos de gestão de processos próprios da área de Administração, de engenharia de produção, que estamos tentando trazer e adaptar para a esfera da análise da produção jornalística.

Tudo isso é fundamental que seja documentado, que se gere registros, se gere alguma documentação que permita uma análise posterior, pois não adianta, por exemplo, falar apenas em termos do que a gente quer se não documentamos. Por isso que iniciativas como o Manual, por exemplo, são extremamente importantes, pois é uma forma de documentar intenções que tornam possível uma avaliação tanto da própria equipe quanto de pessoas externas em relação àquilo que está se tentando produzir.

Na análise, também, da avaliação, os requisitos devem ser de quatro tipos. Isso foi extraído das normas ABNT e ISO, que são certificações internacionais de qualidade. Quando pensamos requisitos para determinado produto, pensamos em quatro tipos. Um primeiro são aqueles requisitos focados no cliente, focados no público que a organização espera atingir.

Então, qual é o cliente, qual é o cidadão, qual é o perfil do cidadão que a Empresa Brasil quer atingir?

Segundo, os requisitos não declarados pelo cliente, mas necessários para o uso específico ou pretendido ou desconhecido. Aqui é fundamental, pois uma empresa jornalística serve para que

finalidade, do ponto de vista de sua missão pública, do seu compromisso, por exemplo, com a democracia?

No relatório está um pouco mais documentado. Temos que buscar espaços para a imprensa: formação da agenda pública, fiscalização dos poderes instituídos, fiscalização de outros atores sociais, informação com veracidade e relevância. Esses critérios, independentemente de o público vir a demandar ou não, são obrigações relacionadas ao papel, à missão que a atividade jornalística tem em relação à sociedade democrática, que lhe oferece algumas prerrogativas, como liberdade de expressão, liberdade de crítica e outras mais, e, conseqüentemente, cobra resultados, que ela cumpra uma função social no sentido de fomentar o debate, fomentar informações qualificadas para a cidadania.

Requisitos estatutários. Por exemplo, aqueles que constam do regimento da EBC, do estatuto, da lei que criou a EBC, são requisitos de natureza estatutária, legal que devem nortear o funcionamento da empresa. Além de outros requisitos que a empresa considere, por sua conta e risco, que queira oferecer ao seu cliente.

A nossa análise dos processos também se baseou num conjunto de diretrizes relativas à questão da qualidade, que elaboramos nesse documento que Rogério sinalizou para a Unesco, e essas diretrizes foram extraídas das Normas ISO 9000 de qualidade e das diretrizes da Fundação Nacional da Qualidade, que é uma instituição nacional voltada para a excelência.

O que fizemos nesse trabalho da UNESCO? Tentamos extrair as informações dessas diretrizes, aplicáveis à atividade jornalística. É um trabalho perceber as especificidades e adaptá-las à atividade jornalística. Para esse trabalho específico, tentamos aplicar alguns conceitos relativos à elaboração de estratégias e planos de

natureza jornalística para realização do trabalho; como a produção jornalística, no seu raio de trabalho, prevê a audiência e a sociedade, que é o foco de seu trabalho, seu objetivo final; como ela opera informações e conhecimento, ela gera um volume imenso de informações no seu trabalho; como ela gerencia, administra e trabalha esse volume de informações.

Aqui é uma ênfase que vou dar um pouco mais à frente, em gestão do conhecimento e sistemas de informação.

Realização do produto; como efetivamente a atividade é realizada, a partir de especificações de processos; como se deve realizar cada atividade, para se obter os resultados que se espera; e medição, análise e melhoria dos resultados, que é fundamental para se verificar se os objetivos pretendidos dos planos estão sendo efetivamente atingidos.

Essa é uma parte conceitual. Em virtude do avançado da hora, vou passar e retomo pontualmente nos slides à frente.

Aqui eu já vou apresentar algumas análises e alguns diagnósticos que fizemos durante esse trabalho. São alguns que extraímos do documento. Nessa pesquisa, fizemos análise dos documentos que regem o trabalho da EBC; fizemos uma análise dos processos de produção – o Sr. Ivanir recebeu nossa equipe e deu todas as condições de trabalho; e analisamos o conteúdo publicado, para ver em que medida os processos produzidos levaram aos resultados previstos nos documentos, a partir da análise do conteúdo colocado. Os documentos preveem um tipo de conteúdo, os processos produzem um determinado produto. Tentamos avaliar em que medida esse produto está adequado aos objetivos traçados nos documentos de referência.

Em relação aos planos estratégicos, percebemos certa ausência de referência a essas ferramentas de gestão, digamos assim, do trabalho jornalístico. Certamente a ausência do manual gerou um pouco esse déficit, e a referência a uma diretriz editorial era feita de modo genérico, ao interesse do cidadão, mas não se percebia um lastro por trás dessa informação que a sistematizasse dentro de um conjunto fundamentado de orientações capazes de sustenta-la com mais solidez.

Então, certamente o manual vem suprir essa lacuna. Agora, em virtude dessa percepção que tivemos na Redação, achamos que será importante um trabalho de disseminação dos conteúdos do novo manual junto à equipe de jornalistas, a fim de que as pessoas realmente entendam, compreendam a lógica, os fundamentos que orientam a diretriz para o cidadão que foi ali especificada como foco no cidadão.

Além disso, e aí uma breve análise sobre o novo manual, ele comporta informações relativas a diferentes níveis organizacionais. Temos orientações estratégicas, que são aquelas genéricas, de orientação geral, e orientações mais de caráter operacional. Quando fundimos essas várias informações num único documento, ficamos querendo aprofundar algumas informações que são necessárias de se aprofundar. Entretanto, como é um documento que não pode ser muito longo, evitamos aprofundar excessivamente o que deveria ser aprofundado, para oferecer refinamentos de orientações à equipe. Então, pode ser que os novos planos editoriais que serão desdobrados do manual, supram essa necessidade de maior especificação nas orientações de natureza jornalística, mas pode ser que novos planos, novos documentos sejam demandados a fim de especificar melhor orientações de trabalho e, conseqüentemente, objetivos a serem avaliados na execução do trabalho.

E não há previsão de um sistema de avaliação regular dos resultados. Apenas referências à Ouvidoria e ao Comitê Editorial de Jornalismo. Falta aí aquela avaliação de rotina para se verificar se os resultados pretendidos estão sendo alcançados. Sem essa avaliação de rotina, a equipe pode ficar um pouco perdida, sem saber se está ou não está no caminho certo. Essa é uma ausência.

Há previsão nos planos de trabalho. Mas essa previsão feita, nos planos de trabalho, não constam nos outros documentos.

Em relação ao trabalho específico de produção jornalística. Em relação à produção de pauta, muitas pautas são surgidas a partir das caixas de e-mail. 300, 500 e-mails que a equipe recebe diariamente. Ora, se recebe na caixa de e-mail, é porque provavelmente grande parte desse conteúdo é material de release, de divulgação de quem quer divulgar esse material. E outras fontes de consultas são, por exemplo, os sites oficiais do governo e publicações oficiais, como o Diário Oficial. Isso denota uma dependência dessas fontes de informação para produzir o noticiário, e que precisa, nesse sentido, certa ampliação a fim de buscar outros extratos sociais que não tenham esses mesmos mecanismos de acesso, de busca, de contatar a equipe de redação.

E o ciclo de produção, também uma coisa que percebemos tanto na análise do conteúdo quanto nas entrevistas avaliadas, o factual é um aspecto muito forte no trabalho, aquilo que acontece na dinâmica do dia a dia do trabalho jornalístico.

Certamente o factual é um aspecto fundamental no jornalismo, mas se a EBC quer fomentar debates de políticas públicas, essa cobertura do factual é insuficiente. Então, é necessário estabelecer estratégias de coberturas temáticas; e aí seria importante que, do ponto de vista da produção de pauta, fosse dividida certa atenção entre o factual e uma atenção relativa à produção temática

voltada à produção de matérias de debate de assuntos públicos. É um desafio para a equipe, nesse caso.

A distribuição de repórteres por editoria, e, conseqüentemente, por rubrica. O que percebemos é que há uma forte concentração de pessoas trabalhando em certas áreas, e isso vai, obviamente, repercutir numa forte produção de conteúdo naquela área. Nós temos as editorias de política, de economia e editoria social. Na editoria de economia tem 7 profissionais, com uma distribuição muito própria nas instituições do setor. E isso vai repercutir, por exemplo, Rogério, numa ênfase do conteúdo noticioso, que captamos na análise de conteúdo, que economia sozinha responde por mais de ¼ do conteúdo produzido pela agência. Foram 26,89% desse material.

Conteúdo nacional, genérico, foi 22% e política, 13%.

Esses três assuntos, no período analisado, dão quase 60% das matérias produzidas. Então, saúde, cidadania, educação, cultura, esporte, pesquisa e inovação aparecem com percentual significativamente menor.

A pergunta é se esses dados refletem os objetivos editoriais da Agência Brasil. Refletem os objetivos de coberturas temáticas voltadas para as políticas públicas, a diversidade de conteúdos? É uma questão que se coloca.

CONSELHEIRO DANIEL AARÃO REIS FILHO – Permite um aparte? Esse nacional aí não inclui política?

O SR. JOSENILDO LUIZ GUERRA (UFSC) – Veja bem, a forma de categorizar, às vezes é um pouco aleatória, mas envolve outros assuntos que tenham repercussão nacional, como, por exemplo, o vazamento da Bacia de Campos, que pode entrar numa cobertura de meio ambiente, mas como tem uma repercussão nacional, também poderia ser incluído numa cobertura nacional. O conteúdo de política é aquele mais voltado para as questões políticas no sentido Legislativo, Executivo; provavelmente oriundas da cobertura do Planalto, da cobertura do Senado, da Câmara, que gera esse tipo de conteúdo.

O SR. NELSON BREVE (Diretor Presidente) – Só para ajudar no esclarecimento. Essa divisão economia, política e nacional é uma divisão tradicional da cobertura do poder. Economia é econômica, política é política, e nacional é o resto. Certo? Aí esse é o resto daquilo que não está efetivamente segmentado, ou que, às vezes, envolve mais de um segmento, e, portanto, tem repercussão. Então, são as políticas públicas que não são parte da discussão da política geral, de disputa do poder, ou da política congressual, etc., e nem são economia. Mas isso é tradicional.

O SR. JOSENILDO LUIZ GUERRA (UFSC) – É uma cultura que, na verdade, o que não está inserido nem em economia e nem em política, e que de alguma forma tem repercussão nacional é que vai bater no nacional. Mas tem temas, por exemplo, saúde no Distrito Federal, ou até temas locais que acabam não sendo no nacional, mas, por exemplo, em saúde, como se fosse um assunto mais genérico.

Só dentro dessa parte de economia, também, percebemos que dentro dela ainda assim há uma grande concentração de conteúdos. Os índices de indicadores econômicos respondem por 8 e 8%, respectivamente; e outras coberturas são muito focadas em índices e indicadores, como produção industrial, crescimento da economia, taxa de juros. Então, é uma cobertura muito focada nesses dados estatísticos.

Enfim, é um exemplo que cito, que utilizei economia para analisar isso aqui, porque talvez ele mostre de uma forma um pouco mais precisa como certa distribuição de equipe numa determinada área, no caso, a economia, pode gerar uma sobrevalorização dessa área em relação a outras áreas que poderiam receber uma cobertura. Então, isso é para se pensar.

Agora, a grande questão é se os índices e indicadores efetivamente representam aspectos importantes para a questão das políticas públicas e para os temas que interessam? Se sim, a cobertura pode estar no caminho certo. Se não é bem isso, talvez seja necessário rever alguns aspectos, até porque outras áreas acabam tendo uma sub-representação no noticiário, como pudemos ver nos dados anteriores.

A gestão do conhecimento. Gestão de conhecimento, quando usamos esse termo, é quando falamos de conversão de conhecimento implícito em conhecimento explícito. É tirar o conhecimento que é privativo de uma pessoa e convertê-lo em conhecimento corporativo, em conhecimento organizacional. Isso só se faz, ou se faz de uma forma muito mais efetiva quando se utilizam, por exemplo, sistemas de informação gerencial. Se consegue informatizar o processo de produção jornalística, ou explorar os recursos que os sistemas permitem, vão gerar uma série de informações que podem ser importantes para os próprios gestores

redefinirem suas orientações de pauta. Depois vou dar algumas explicações.

Nesse caso da cobertura econômica, se essas informações são extraídas do sistema de publicação, elas podem oferecer um dado ao gestor que ele pode dizer, olha, vamos mudar um pouco esse ritmo, e aí ele reorienta o trabalho de cobertura.

Se esse monitoramento é feito ao longo do processo, ele pode ser acompanhado e as rotas podem ser modificadas ao longo do processo.

Então, é nesse ponto que digo que os sistemas de informação são pouco utilizados, mas isso representa, de certa forma, uma limitação da própria cultura jornalística, sobretudo, apenas para fazer um pequeno paralelo, quando falamos de convergência e de multiplataformas, estando pensando muito na produção do conteúdo e a disponibilização do conteúdo nas diversas plataformas. Quando falo em gestão do conhecimento, estou pensando em como usar as ferramentas de informática para ajudar na captura da informação primária, através de banco de dados que possam auxiliar o jornalista na produção da reportagem. É utilizar essa inteligência em prol da apuração, que pode gerar qualificação de conteúdo. Esse é o desafio que tento apresentar na avaliação desse item de gestão do conhecimento organizacional.

A SRA. PRESIDENTE (Conselheira Ana Luiza Fleck Saibro) – Professor, eu pediria para ser mais sucinto, porque daqui a pouco os conselheiros terão que pegar voos e acho uma pena...

O SR. JOSENILDO LUIZ GUERRA (UFSC) – Inclusive eu também tenho.

A SRA. PRESIDENTE (Conselheira Ana Luiza Fleck Saibro) – Então, estamos de acordo.

O SR. JOSENILDO LUIZ GUERRA (UFSC) – Mais cinco minutos, no máximo.

Baixa rastreabilidade dos registros. Os registros são gerados em boa quantidade no processo, mas não são arquivados, guardados, o que permite uma rastreabilidade. Por exemplo, o Agendão é feito e guardado por algumas pessoas dentro da redação, como, por exemplo, a pessoa que o consolida. Mas se na Hora H quiser buscar o Agendão, cadê o Agendão de ontem? Essa informação não vai chegar com tanta rapidez. Não há, por exemplo, uma central que documenta esses registros gerados ao longo do processo, que permitiria uma consulta posterior, caso as pessoas quisessem. A geração de prioridades geradas da reunião de pauta. Essa relação não está arquivada em determinado local, ela fica dispersa e isso dificulta a rastreabilidade. Como foram as prioridades do dia tal? Para poder encontrar isso, vai depender de quem da equipe, por conta própria, guardou aquele arquivo.

Ao mesmo tempo, se não gera registros, não se documenta, não se objetiva as informações, essas informações vão se perder, e ninguém vai saber como reanalizá-las ou analisa-las, posteriormente, porque a informação não foi documentada. E aí perde-se aquele conhecimento porque a informação, simplesmente, de alguma forma, se perdeu.

Pouca especificação de requisitos, indicadores e padrões para aferição de resultados. Existe o relatório de erros, que funciona, tem uma pessoa responsável por analisar os erros da Agência Brasil, gera relatórios diários, interessantes, que a Agência se vale deles para fazer suas ações. Agora, não são especificados requisitos e indicadores necessários à avaliação de conteúdo. Quais são os critérios de relevância que a empresa adota, quais são os critérios editoriais? Quais são os critérios para aferição de pluralidade, para orientar o trabalho jornalístico? Se esses critérios não são especificados, não podem ser medidos, conseqüentemente não podem ser usados para avaliar a cobertura realizada e a gente fica sem ter meios de avaliar como a cobertura efetivamente foi produzida, se atendeu ou não às diretrizes pretendidas pela agência.

Isso também se constatou, a ausência de critérios foi constatada nas entrevistas, inclusive, ou pela dificuldade das pessoas expressarem os critérios – ah, é a experiência, é o faro jornalístico –, ou pela referência a critérios genéricos, factual, novidades, são critérios clássicos jornalísticos, mas não incorporados ou adaptados, ou vistos sob a ótica do projeto editorial da Agência. Certamente a existência de um projeto editorial dificulta essa aplicação, essa compreensão do que se quer, e de expressão racional, fundamentada, como inclusive tem um item no manual de que todo jornalista deve saber oferecer as razões do trabalho da EBC.

Recomendações, de curto prazo, que é proposta à equipe de pauta de rever um pouco a sua dinâmica, abrir mais um pouco do factual e tentar produzir material temático; avaliar se seria o caso de um desenho da distribuição das editorias, avaliar se o conteúdo econômico ou outro conteúdo tem sido muito concentrado; implementar a ferramenta do sistema publicador de relatórios para rubricas, daquelas palavras-chave, porque se aquelas rubricas forem sistematizadas num conjunto de palavras que organizam as diretrizes

editoriais, elas podem gerar uma ferramenta a curtíssimo prazo, da leitura do conteúdo apresentado. Isso é relativamente fácil de fazer, desde que se categorizem as palavras-chave e o relatório gere uma contabilidade dessas palavras-chave; e iniciar uma cultura de registro de processos decisórios – está se fazendo uma reunião de pauta, qual o critério eu adotei para essa pauta; objetivar isso, externalizar isso, é um exercício, porque quando se pensar em definir indicadores, será fundamental para saber como avaliar isso.

E estratégias de longo prazo, preparar uma documentação adequada. Plano de diretrizes editoriais, como vocês já têm; plano de conteúdo – eu acompanhei a discussão riquíssima aqui sobre que conteúdos devem constar ou não devem constar no manual; a ideia do plano de conteúdo é muito similar a essa, só que seria uma ferramenta anual pautada pela conjuntura, porque todos os temas têm sua importância, mas conjuntamente uns temas têm mais e outros temas têm menos. Então, o plano de conteúdo seria um trabalho profundo, de pesquisa, de levantamento de políticas públicas, de atores, de teses de ideias, que seriam documentadas, preparadas num relatório a ser estudado pela equipe, porque inclusive serviria de base sobre o que está acontecendo para a equipe de pauta gerar pautas e gerar conteúdos. É uma possibilidade.

Plano de produção, inclusive já está previsto.

E definir um conjunto de requisitos, indicadores e padrões. É preciso estabelecer adequadamente quais são os indicadores que vão medir os resultados, como vão ser medidos e padrões, quais são os padrões a serem alcançados, coisa que está bem dentro do planejamento estratégico que está se colocando.

Vou encerrar por aqui, e me colocar à disposição de quem quiser, para poder esclarecer um ou outro ponto do relatório.

Agradeço a atenção, e desculpem a extensão do prazo de apresentação.

CONSELHEIRO JOSÉ ANTÔNIO FERNANDES

MARTINS – Queria só fazer uma observação. O que se colocou aqui, a avaliação de qualidade é quando se mede. Isso aqui é mais normas e procedimentos de qualidade a serem seguidos pela EBC, porque quando não mede não é avaliação; avaliação tem que ser quantitativamente medidas. Eu posso fazer tantos, como aquele negócio que ele dividiu de comercial, etc., etc.. Tudo que vimos aí é um conjunto de normas e procedimentos objetivando a qualidade, que eu acho o trabalho muito bem feito.

A SRA. PRESIDENTE (Conselheira Ana Luiza Fleck Saibro) – Obrigada, conselheiro. Algum outro conselheiro gostaria de se manifestar. Vamos abrir inscrições. Conselheiro Takashi e depois Conselheiro Guilherme.

CONSELHEIRO TAKASHI TOME – Gostaria de parabenizar o trabalho realizado. Peço desculpas porque não tive chances de ler o relatório; em função dos compromissos pessoais só cheguei hoje de manhã. Entretanto, gostaria de fazer uma sugestão e uma pergunta. A sugestão é que senti um pouco a falta de uma seção geral, logo na introdução, explicitando a metodologia de pesquisa. Então, seria uma sugestão de talvez umas duas páginas dando uma visão geral da pesquisa adotada.

A pergunta, na verdade, eu coloco como uma inquietação, não exatamente uma pergunta para a qual os senhores tenham uma

resposta pronta. Aqui no finalzinho, quando o professor questionou algumas falhas, alguns pontos que precisamos prestar atenção, entendi que colocou o faro jornalístico como um ponto negativo, ou seja, que a pauta deveria ser formada com critérios mais objetivos, e o faro jornalístico talvez não seja um bom parâmetro.

Minha dúvida é a seguinte. Eu venho de uma área de pesquisa tecnológica. Pesquisa tecnológica, também temos muito disso, muita gente critica ou sugere, recomende que a pesquisa tecnológica, científica deve ser muito objetiva, baseada em pauta objetiva. Entretanto, o que vemos? Vemos que as grandes pesquisas, as grandes descobertas científicas, as grandes inovações tecnológicas não ocorrem em cima de pautas objetivas, elas ocorrem em cima de coisas, a partir de ideias altamente nebulosas. Qual é a minha dúvida? E nesse sentido gostaria de colocar como inquietação. Quando critica aspectos como faro jornalístico, estamos adotando um princípio de raciocínio que é essencialmente cartesiano, reducionista, que é o problema que também temos na área tecnológica. Se somos muito reducionista, muito cartesiano, acabamos fazendo apenas coisas óbvias, não conseguimos fazer grandes inovações.

Então, eu sinto que no jornalismo também a coisa é meio por aí, se seguir apenas as coisas objetivas, corremos o risco de noticiar apenas o que é óbvio. Nesse sentido, eu gostaria, talvez, nesse trabalho no prazo que resta não seja possível abordar isso, mas discutir uma forma de pegar essa coisa altamente subjetiva que é o faro jornalístico e de alguma forma materializar ela, conseguir trazer para um patamar um pouco mais objetivo, para que nossos jornalistas possam trabalhar essa habilidade, digamos assim, dos grandes jornalistas do passado.

A SRA. PRESIDENTE (Conselheira Ana Luiza Fleck Saibro) – Mais alguém? Os jornalistas ali? Queria ver se o Ivanir queria falar. Posso dar a palavra para ele, porque é mais envolvido.

Conselheiro Paulo, por favor.

CONSELHEIRO PAULO RAMOS DERENGOSKI – Eu li o trabalho dos meus conterrâneos, embora não os conhecesse. Creio que como análise está razoável, está bem feito. Mas como comentava com o nosso presidente antes da reunião e até gostaria que ele falasse sobre isso, porque expôs muito bem, faltam conclusões, sugestões objetivas; falta uma orientação mais precisa, mais didática nesse trabalho. Como análise do que foi feito está bom, mas faltam indicações para o futuro. Essa é minha opinião.

A SRA. PRESIDENTE (Conselheira Ana Luiza Fleck Saibro) – Conselheiro Strozi, desculpa, só um minutinho. É que ele já tinha pedido.

CONSELHEIRO DANIEL AARÃO REIS FILHO – Eu queria levantar uma questão de ordem. Eu acho que o plenário já se esvaziou muito, acho que o trabalho feito teve certa consistência, acho que tem problemas. Mas eu não ousaria, inclusive, me estender sobre isso, em função do adiantado da hora não sei até que ponto seria recomendável retomar essa discussão na próxima reunião. Acho que a Agência Brasil merece, pela sua importância e pelos problemas que ela acumula.

A SRA. PRESIDENTE (Conselheira Ana Luiza Fleck Saibro) – Com certeza. Fica a sugestão. Conselheiro Strozi, por favor.

CONSELHEIRO GUILHERME GONÇALVES STROZI – Então, na verdade, se formos dar continuidade a esse debate em uma próxima reunião, acredito que seja até mais interessante e produtivo deixar algumas das recomendações, ou críticas e sugestões ao projeto para a próxima reunião. Ou podemos falar?

A SRA. PRESIDENTE (Conselheira Ana Luiza Fleck Saibro) – Eu estou aqui para ouvi-lo.

CONSELHEIRO GUILHERME GONÇALVES STROZI – Concordo plenamente com a sugestão do Conselheiro Daniel, de estender essa discussão para a próxima reunião. Talvez seja o caso até de a Câmara de Jornalismo se debruçar sobre esse trabalho da Universidade Federal de Santa Catarina, em parceria com a Universidade Federal de Sergipe. Sei lá, talvez apresentar um parecer da Câmara de Jornalismo para todo conselho curador; aí, sim talvez a gente consiga uma apuração um pouco mais em sintonia com o conselho curador, e que talvez possa ser utilizada como base para uma discussão mais profunda sobre os resultados apresentados.

Queria parabenizar os pesquisadores. Acho que qualquer trabalho acadêmico em relação a uma supervisão do trabalho feito pela EBC é muito bem-vindo; também concordo com a observação de que a metodologia da pesquisa, feita pelo Takashi, não foi bem apresentada; achei que também faltaram alguns dados que

explicitasse melhor a metodologia da pesquisa. Tenho uma dúvida em relação ao critério da escolha dos jornalistas da ABR, que participaram da pesquisa. Não sei, a meu ver, a ABR possui mais de 40 profissionais e apenas 10 respondem à pesquisa. Vi que o convite foi feito para 19. Mas vendo a pesquisa mesmo, eu me debrucei bastante sobre ela nos últimos dias, e algumas questões bastante importantes foram respondidas por uma pessoa; outras questões muito importantes respondidas por duas pessoas. Então, na verdade eu nem sou uma pessoa com bastante propriedade para falar sobre isso, porque não sou um pesquisador acadêmico, mas numa primeira visão pareceu um ambiente bastante pequeno, bastante restrito para geração de perspectivas que são mais amplas em relação à Agência Brasil.

Dito isso, achei alguns pontos da pesquisa bastante interessantes, e gostaria de ressaltar aqui como algo que acho importante de ser levado a debate aqui no conselho. Um primeiro ponto, que é da área da qual eu trabalho na EBC e que vejo na Agência Brasil é ausente, é a abertura de participação do cidadão, por canais principalmente voltados a comentários das matérias. Não existe o espaço para comentários nas matérias da Agência Brasil, como ressaltou a pesquisa. Não existe um trabalho efetivo das redes sociais que vá além da divulgação dos conteúdos produzidos pela Agência Brasil. Ou seja, o cidadão só tem acesso às matérias da Agência Brasil, mas não consegue ter um *feed back*, não consegue ter uma interatividade por meio das redes sociais com a Agência Brasil.

Acho que também é necessário ter o espaço do jornalismo participativo na Agência Brasil. O jornalismo participativo, hoje, na empresa, está restrito à TV Brasil, porém o manual de jornalismo aprovado hoje nessa reunião já delibera que todos os canais da EBC precisam ter um foco específico, um manual específico, uma diretriz

específica para o jornalismo participativo, e aí acredito que o manual contempla uma necessidade apontada pelos pesquisadores, de uma participação maior da sociedade, exclusivamente nesse ponto, voltada para o jornalismo participativo.

E abertura, também, para os cidadãos sugerirem grandes reportagens, sugerirem uma pauta, enfim a necessidade urgente da abertura de participação mais proativa do cidadão na Agência Brasil.

Acredito que seja muito importante mesmo a indicação da necessidade da falta de uma sistematização do fluxo da informação, e das diretrizes apontadas pela Agência Brasil. Concordo que falta mesmo essa indicação para a sociedade civil, de quais são as diretrizes da Agência Brasil, de qual é esse fluxo da informação, da pauta à edição, dos registros, dos indicadores que a Agência Brasil utiliza para obter esses processos. Não é claro para a sociedade brasileira, a meu ver, de que forma que a Agência Brasil... Quais são os indicadores da Agência Brasil para produzir a informação. Acho que essa sistematização é muito importante.

Debatemos que o nosso foco precisa ser na formação crítica das pessoas, e temos, talvez como um legado do antigo manual da Radiobrás o foco do cidadão. Mas neste atual manual também temos a premissa de que fazemos um jornalismo com o foco do cidadão e no cidadão. E aí acredito que essa tabela do total de matérias mostrando 26% das matérias voltadas para economia, e dentre essas matérias de economia, uma macroeconomia, vamos pensar assim, relacionado a um fluxo de informação que não é tão claro, como a Ministra Helena propôs, não é tão dinâmico, não é tão didático para o cidadão; 22% do conteúdo nacional; 13% do conteúdo de política. E aí, na verdade, não sei bem a colocação dela, mas 4,34% para matérias voltadas para cidadania.

Então, se a palavra cidadão permeia praticamente todo o nosso manual de jornalismo, a editoria cidadania talvez precisa ser melhor pensada na Agência Brasil, porque se 4% só da cobertura está voltada para esse eixo temático e o nosso manual de jornalismo tem uma ênfase na cobertura voltada ao cidadão, talvez as diretrizes para que essa cobertura ao cidadão seja efetuada não está em sintonia com o que significa a editoria de cidadania da Agência Brasil.

E aí uma provocação, na verdade, porque conversando com os conselheiros me surgiu, mas principalmente conversando com os próprios funcionários: a necessidade de saber como a Agência Brasil é vista pela sociedade. A EBC tem a postura de fazer com que a Agência Brasil tenha um jornalismo voltado para a formação crítica das pessoas. E dentro do nosso manual de jornalismo uma premissa bastante importante, repito novamente, do foco do cidadão e no cidadão. Mas a sociedade brasileira vê a Agência Brasil dessa forma? A Agência Brasil é vista pela sociedade brasileira como uma agência pública de notícias preocupada com o cidadão e com a formação crítica de pessoas ou talvez, também, por um passado, por um legado deixado pelas outras empresas que não tinham esse foco e esse compromisso público da EBC, a Agência Brasil é vista como uma agência de notícias governamental? A Agência Brasil é vista como uma agência de notícias tradicional, que abastece outros veículos de informação e, principalmente, com essa versão – aí eu cito a fala dos pesquisadores – de informações relativas a ações do governo federal?

Qual é o cuidado que a EBC tem que ter, e este Conselho Curador, de fazer com que a Agência Brasil então seja vista como o conselho curador quer que ela seja vista, como uma agência de notícias voltada para a formação crítica das pessoas? E ela, nesse momento, está sendo vista assim pela sociedade? Aí é uma provocação.

Na verdade eu não tenho essa resposta, não tenho esses índices de pesquisa para saber, mas baseado na pesquisa feita pelas três universidades, aparentemente parece que esse foco não está voltado para os princípios previstos pelo planejamento estratégico e pelo manual de jornalismo. Basicamente é isso.

A SRA. PRESIDENTE (Conselheira Ana Luiza Fleck Saibro) – Muito pertinentes as suas contribuições, Guilherme. Parabéns. Já está provado que o tema vai se estender para o nosso próximo encontro. Mais tarde combinamos com os professores os procedimentos, etc., e tal.

Ivanir ou Nelson? Os dois?

O SR. NELSON BREVE (Diretor Presidente) – Não vou deixar o Ivanir falar aqui, deixa para ele defender na Câmara de Jornalismo. Apenas um minuto, talvez um e meio, no máximo, porque não vou defender os pontos de vista, acho que é outro fórum, na Câmara de Jornalismo e depois no conselho curador.

Apenas queria dizer o seguinte, a felicidade do Professor Martins, da síntese que ele fez desse trabalho é uma coisa, não sei se todos perceberam aqui, mas é perfeita. Esse é um trabalho sobre normas e procedimentos, não é uma avaliação, porque uma avaliação pressupõe que pudéssemos saber o resultado do trabalho, que estivesse presente lá em relação ao conteúdo, ao que está errado no conteúdo da Agência Brasil. O conteúdo ficou de fora. Eu falei isso com os professores antes, hoje de manhã aqui, e eles me disseram que analisaram o conteúdo efetivamente, mas não tiveram braço para sistematizar isso e mostrar qual é a relação do problema em

relação à norma e procedimento da Agência, e o reflexo disso no resultado do trabalho.

Então, acho que seria pertinente, talvez, que os professores, as universidades se debruçassem nesse material que levantaram sobre o conteúdo para que pudéssemos fazer aquilo, pois eles próprios disseram, o que não pode ser medido não pode ser avaliado. E a única medição que teve aí é a medição em relação à quantidade de matéria, por editoria, vamos chamar assim. Então, é preciso medir o restante das coisas também para que possamos ter uma avaliação melhor.

E também a título de contribuição, não é defesa, é contribuição, para melhor entendimento da Agência Brasil. Nós falamos hoje, estamos trabalhando com o conceito de multiplataformas, produção de conteúdo; produção de conteúdo é uma coisa, empacotamento é outra e distribuição é outra. Se estamos trabalhando com esse conceito, temos que entender a Agência Brasil não como um site na internet, ou equivocadamente como um portal da internet, como tem aqui no trabalho; tem que se entender a Agência Brasil como uma produtora de conteúdo para rádios, para jornais do interior, e, também, para a internet.

Portanto, essa produção do conteúdo tem que ser pensada para todos. Acho que muitos dos problemas que foram apontados aqui se resolvem com o manual e com o portal. Por quê? A SUCOM foi criada, e eu vim para a EBC para criar dentro da EBC um ambiente que fosse fazer toda a gestão do empacotamento e distribuição dos conteúdos da EBC pela internet. E não só da Agência Brasil, porque da Agência Brasil é um deles, na época era a que tinha mais problemas, conseguimos solucionar os problemas técnicos dela, em parte; sabíamos que não estávamos solucionando todos, mas imaginando que com o portal, inclusive a questão de redes sociais...

O jornalista, ao produzir uma matéria, se é para a rede social, se é para o cidadão que lê um site normal, ou se é para um veículo lá na China que quer aproveitar esse material, com a chancela de uma agência que não é oficial, mas que ela é pública – embora eu concorde que haja essa confusão –, então é preciso que ela produza de um determinado jeito e que outros jornalistas, com a utilização de ferramentas tecnológicas, inclusive, que eles façam a distribuição conforme a linguagem de cada plataforma de comunicação.

Então, é preciso pensar a agência como muito mais que um site na internet. Ela não é um site na internet, ela é uma agência de notícias que tem uma chancela de ser uma agência não a oficial, mas uma voz que se sobrepõe às demais, para fazer isso.

Depois a gente faz a defesa dos outros pontos, para compreender melhor por que a situação atual é essa. Tem uma história e a gente quer contar essa história, dizer chegamos aqui e daqui queremos ir para mais adiante.

A SRA. PRESIDENTE (Conselheira Ana Luiza Fleck Saibro) – Consulto os professores se querem se manifestar ou deixamos para a próxima reunião? Deixamos para a próxima?

O SR. ROGÉRIO CRISTOFOLLETE (UFSC) – Deixamos, porque aí fica mais rico.

CONSELHEIRO DANIEL AARÃO REIS FILHO – Eu ia propor, se fosse possível, que a direção da EBC, a Câmara, se for se reunir antes da nossa próxima reunião, e os próprios trabalhadores

da Agência Brasil, se pudessem também, fazer um breve comentário a respeito do trabalho, porque isso enriqueceria a próxima reunião.

A SRA. PRESIDENTE (Conselheira Ana Luiza Fleck Saibro) – Essa é a ideia. Quando vier para o plenário, o pleno já estaria mais ou menos esmiuçado. Depois fazemos as combinações possíveis e necessárias para isso.

CONSELHEIRO GUILHERME GONÇALVES STROZI – Só uma informação. Então, no caso, vocês acham que seria interessante enviar essa pesquisa para os funcionários da Agência Brasil?

A SRA. PRESIDENTE (Conselheira Ana Luiza Fleck Saibro) – Sim. Também acho que não tem. Depois combinamos um procedimento que contemple todo mundo.

Mais alguém gostaria de falar?

A nossa querida Ouvidora, hoje, não vai falar, não é Dra. Regina? É por causa da pauta, só isso; nós sempre contamos com a sua brilhante contribuição, mas hoje, por causa do adiantado da hora eu vou lhe pedir para deixar.

Um abraço a todos e muito obrigado. Até a próxima, e continuo à disposição. Boa noite.