

# VI - Princípios do Comportamento Jornalístico

## 1 - DO COMPORTAMENTO JORNALÍSTICO

Apesar de se tratar aqui de pontos mais diretamente ligados ao fazer dos jornalistas da Radiobrás, esses parâmetros devem também pautar o comportamento dos demais funcionários. Em uma empresa de comunicação que tem foco no cidadão, todos os funcionários devem estar comprometidos com esse comportamento.

### 1.A) A RELAÇÃO COM O PÚBLICO

O objetivo da Radiobrás é levar conteúdo jornalístico às pessoas, consideradas sobretudo em sua dimensão de cidadãs (titulares de direitos) e não apenas em sua dimensão de consumidoras. A primeira razão de ser da Radiobrás é dar informação relevante e a mais completa possível ao cidadão. A programação deve ter o foco no serviço ao público, não na venda de produtos. Dessa postura, substancialmente distinta daquela adotada por empresas de mercado, decorre o modo de fazer jornalismo na Radiobrás.

A Radiobrás almeja aumentar a audiência, mas não a qualquer custo. A Radiobrás deve primar pelo interesse público, pela honestidade, pela precisão – inclusive no reconhecimento de erros – e pela clareza. E não publica sensacionalismo, rumores ou revelações feitas no anonimato. A Radiobrás emprega apenas métodos lícitos, públicos e declarados para obter, editar e veicular informações.

#### 1) Interesse público

É de interesse público toda informação que diga respeito ao exercício e à proteção da cidadania. O interesse público, para o jornalismo, é um valor fundamental, que justifica a liberdade de imprensa e que exige respeito à pessoa humana, à justiça social e ao funcionamento normal das instituições democráticas.

#### 2) Honestidade

Ser honesto com o público é reconhecer que ele tem direito à informação mais completa possível e assumir o compromisso de levar até ele a notícia com objetividade, sem ocultar nenhum interesse e sem buscar o convencimento do cidadão. Ser honesto com o público é dotar o cidadão das informações necessárias para que ele forme livremente a sua opinião.

A origem e a qualidade da informação que um órgão de imprensa apresenta aos cidadãos nem sempre são evidentes por si só. Assim, como norma geral, deve-se fornecer o maior número possível de indicações sobre a procedência das informações, para que o público avalie o seu peso e nível de credibilidade.

O jornalista não apenas junta informações, mas deve ter discernimento para avaliar o senti-

dode cada uma delas, dando-lhes a devida hierarquia.

### 3) Precisão

O mais alto valor de qualquer empresa de comunicação é a credibilidade. Por isso, a precisão e a objetividade devem ser uma obsessão. A exatidão é obrigatória. Os dados devem ser atuais e checados. O repórter deve pesquisar o fato antes de sair para a cobertura. Deve ler o que de mais importante tiver sido publicado a respeito e pedir orientação aos editores e pauteiros.

Quando erra, o jornalista põe em xeque não só a credibilidade da organização em que trabalha, mas também a credibilidade dos colegas.

### 4) Erros

A Radiobrás parte do princípio de que é impossível evitar todos os enganos, mas é obrigatório corrigi-los. O jornalismo da Radiobrás deve admitir abertamente os erros que tenha cometido e publicar as correções com presteza. Isso deve ser feito de forma honesta e rápida. O mais aconselhável é voltar às circunstâncias do erro, expondo-o e reparando-o de maneira clara. Um erro de informação prejudica diretamente o público.

### 5) Clareza

Para serem claras e concisas, as notícias devem ser enxutas, escritas na ordem direta e construídas com frases curtas. Deve-se privilegiar o substantivo e ter cuidado no emprego de adjetivos e advérbios; seu uso indiscriminado pode levar à emissão de um juízo de valor.

Alguns nichos de informação têm seus termos e, não raro, seus jargões próprios. É o caso da economia, do legislativo, do judiciário, da medicina, entre outros. A “tradução” desse linguajar específico é essencial para que pessoas leigas entendam o que se diz. A elegância do texto jornalístico reside na clareza, não nos enfeites estilísticos.

### 6) Ouvidoria Pública

O cidadão usuário dos serviços de comunicação da Radiobrás não é um consumidor de entretenimento. Por isso, tem à sua disposição uma Ouvidoria Pública diretamente ligada à TV Nacional e à Radio Nacional AM. Ela visa assegurar ao cidadão um canal aberto para que ele exerça o seu direito à crítica sobre o jornalismo e a comunicação da Radiobrás, sem impedimentos ou discriminações. (Ver, em Anexo, Norma da Ouvidoria Pública da Radiobrás)

## 1.B) A RELAÇÃO COM AS FONTES

### 7) Eqüidade

O jornalismo deve procurar o equilíbrio. Equilíbrio é o cuidado de ouvir os principais envolvidos e de apurar os aspectos mais importantes da notícia, para reportar um acontecimento com objetividade. Ao apurar um fato, o jornalista deve analisar o interesse de cada pessoa ou grupo a ele relacionado. Tem que se perguntar quem mais é afetado pela notícia e ir além da velha agenda de fontes, trazendo novos interlocutores para comentar o tema.

Ouvir sempre dois ou mais lados distintos de uma questão é fundamental para a equidade e para o desenvolvimento do trabalho de qualidade que a Radiobrás se propõe a fazer. Fontes da sociedade civil organizada devem ser consultadas e cidadãos não organizados devem ser considerados.

A edição tem que se estruturar de maneira igualitária e seguir o bom senso. Cada pessoa deve ocupar o tempo proporcional à sua importância relativa dentro da notícia. Quem foi criticado deve ter a chance de responder.

## 8) Transparência

Ser transparente com o entrevistado é informá-lo sobre o caráter da conversa em todos os aspectos relevantes: se está falando ao vivo ou sendo gravado, onde suas falas serão publicadas, se serão editadas e do que trata a matéria. Isso também vale para entrevistas feitas por telefone ou e-mail. É fundamental que o entrevistado saiba a natureza da sua participação.

Nos casos de debate, é aconselhável que se revele quem são os demais participantes. Os temas propostos devem ser antecipados. Não é respeitoso convidar alguém para uma entrevista e, no meio da conversa, mudar para um assunto que o entrevistado, se fosse avisado com antecedência, se recusaria a comentar.

## 9) Off the record

A Radiobrás não publica informação off the record, ou seja, não publica nenhuma informação sem revelar sua fonte. Isso porque o off dá ao público o direito de duvidar da origem da informação.

## 10) Direito à privacidade

À imprensa cabe respeitar os limites que separam o interesse público da invasão de privacidade gratuita e observar que mesmo as pessoas de vida pública têm direito à privacidade.

A Constituição Federal, em seu artigo 5º, sobre direitos e garantias individuais, assegura que a liberdade de informar não pode estar acima do direito à privacidade, honra, intimidade e imagem do cidadão.

## 1.C) OS LIMITES DA APURAÇÃO

## 11) Gravadores e câmeras escondidos

A Radiobrás não adota disfarces para a obtenção de informações, nem câmeras ou microfones ocultos, assim como não se vale do truque da omissão da identidade de jornalista.

## 12) Ilegalidade

É proibido aos profissionais da Radiobrás recorrer a métodos de investigação que possam configurar algum tipo de crime ou ilegalidade.

## 13) Escutas telefônicas

O inciso XII do art. 5º da Constituição Federal diz: “é inviolável o sigilo da correspondência e das comunicações telegráficas, de dados e das comunicações telefônicas, salvo, no último caso, por ordem judicial, nas hipóteses e na forma que a lei estabelecer para fins de investigação criminal ou instrução processual penal”. A única forma de escuta telefônica admitida é a autorizada pelo judiciário, segundo regulamenta a lei 9.296/96. A publicação do conteúdo de um “grampo telefônico” está sempre condicionada à sua legalidade e à aceitação expressa dessa publicação pela autoridade competente.

## 14) Posição privilegiada em coberturas

Por ser uma empresa cujas despesas são pagas pelo Tesouro, não há razão para que as equipes da Radiobrás sejam transportadas por aviões comerciais quando há disponibilidade de lugares nos aviões da presidência da República. Casos assim dão aos jornalistas da empresa uma situação de privilégio em relação aos colegas de outros veículos, pela proximidade com as fontes de notícia. Todo assunto surgido desse ambiente deve merecer a devida cautela ao ser publicado – a Radiobrás veicula apenas informação autorizada por fonte declarada – e não deverá ser usado, em hipótese alguma, pelo jornalista e por técnicos operadores no exercício profissional em outros veículos.

## 15) Referência a outros veículos

A Radiobrás apura e veicula informações em primeira mão. Ela não divulga ou “repercute” manchetes publicadas em outros veículos. Porém, motivada por essas matérias, pode vir a apurar e publicar material próprio. Nesses casos, o crédito pelo material primário deve ser dado ao veículo que trouxe a notícia exclusiva.

## 1.D) OS LIMITES DA EDIÇÃO

## 16) Responsabilidade do editor

O editor verifica todo o material e decide o que vai ao ar. Ele é o responsável pelo material exibido e é o primeiro a responder por problemas provenientes de uma edição mal feita. Seu trabalho não se resume a cortar, gravar, tornar mais claro, escrever melhor, apanhar erros. A edição é um processo contínuo de decisão sobre o que cobrir, quem entrevistar, como tratar uma notícia e coordenar a atividade de reportagem.

## 17) Edição de sons, imagens e aspás

O processo da edição das falas de entrevistados levanta questões de precisão e fidelidade. Em tempos de edição em áudio digital, essa questão torna-se ainda mais delicada pela facilidade em alterar o som original.

Alguns editores se recusam a suprimir até mesmo os sons emitidos durante pausas sob o argumento de que eles são parte do contexto, ou de que a maneira como alguém se apresenta também faz parte da matéria. Outros editores retiram essas pausas para encurtarem o tempo, eliminam referências irrelevantes ou que podem confundir o ouvinte. Ambos têm suas razões. Na Radiobrás, quando editadas para os telejornais ou boletins de rádio, as matérias não devem conter pausas desnecessárias à clareza da informação. O corte e as emendas de sons e imagens devem ser feitos na mesma linha de pensamento do entrevistado, mantendo a precisão e a percepção do todo. Se o trecho que está sendo retirado vai alterar a percepção do público de maneira substancial, o melhor é mantê-lo intacto.

Nos textos, as falas dos entrevistados que estiverem entre aspás poderão ser editadas para melhorar o entendimento da linha de pensamento do entrevistado, também mantendo a precisão e a percepção do todo. Erros de pronúncia, repetições e outras características da linguagem falada poderão ser editados.

## 18) Plágio

Entende-se por plágio a apresentação de trabalho jornalístico alheio como sendo próprio, sejam frases, sentenças, trechos de matérias ou matérias inteiras. O plágio é uma violação ética e um crime previsto em lei (Lei 9610/98). Se comprovado em processo administrativo, o plágio resulta em demissão por justa causa.

As citações utilizadas nas matérias que não tenham sido obtidas de primeira mão pelos jornalistas devem ser atribuídas às suas fontes originais – sejam elas de edições anteriores do próprio veículo, de entrevistas a outras emissoras de rádio e televisão, de jornais, de revistas, de livros ou de agências de notícias.

A reprodução de texto de press-releases é mau jornalismo por definição. Mas, se a citação

de um trecho de press-release é relevante para a reportagem, a fonte deve ser obrigatoriamente mencionada.

## 2 - SOBRE CONFLITOS DE INTERESSE

No jornalismo, conflitos de interesses referem-se à escolha entre a responsabilidade assumida perante o público e eventuais compromissos, tácitos ou expressos, firmados ou insinuados com agentes de interesses estranhos ao direito à informação, mediante o recebimento de benefícios, materiais ou não, de ordem privada ou pessoal. A Radiobrás colhe informação em nome do cidadão, tendo o interesse público como motivo. Se os motivos do jornalista estão contaminados por ambições ou medos de outra natureza, se ele age segundo interesses que não são públicos – ganho pessoal, ideologia ou amizade –, provavelmente haverá conflitos de interesses.

O principal objetivo da Radiobrás é atender as necessidades do cidadão, portanto este deve ter a garantia de que as informações são objetivas e independentes de interesses comerciais, governamentais, partidários, religiosos e outros.

Para dar essa garantia ao cidadão, a Radiobrás e os seus jornalistas partilham do objetivo de evitar não apenas os conflitos de interesses, mas também a impressão de que eles existem. A mera aparência de conflito, mesmo quando improcedente, pode causar danos à credibilidade. Os jornalistas de empresas públicas não devem apenas parecer justos, equilibrados e precisos, mas o cidadão deve ter a certeza de que eles são assim.

Enumeramos aqui alguns procedimentos desejáveis para uma empresa que busca credibilidade e excelência jornalística. O assunto é extenso e ainda inesgotado. Em casos omissos, uma consulta à Diretoria de Jornalismo é recomendada.

### 2.A) PROCEDIMENTOS PARA EVITAR CONFLITOS

#### 1) Vantagens e presentes

São refeições, viagens, hospedagens, entradas para jogos ou teatro, livros e presentes em geral. O perigo deles é: quem dá o presente às vezes espera do jornalista um senso de obrigação, de gratidão ou, no mínimo, de boa vontade quando for dar notícias relacionadas ao ofertante. Mesmo que o próprio jornalista não se sinta obrigado a fazer uma cobertura tendenciosa, pode parecer aos outros que ele está comprometido.

O funcionário da Radiobrás não aceita:

- viagem, hospedagem, alimentação ou transporte gratuito de fontes de notícias e empresas, salvo em circunstâncias muito especiais em que não haja nenhuma outra forma de acesso à notícia;
- presentes que tenham valor de mercado oferecidos por fontes;
- almoços, jantares ou festas de comemoração oferecidos por fontes;
- descontos comerciais em compras particulares de bens e serviços em razão de

suas funções na empresa;

- participação em sorteios de bens de valor promovidos por suas fontes atuais e não faz a cobertura dos sorteios em que é participante.

## 2) Coberturas feitas para concorrer a prêmios

A Radiobrás tem interesse em oferecer ao público informações de relevância para a cidadania. Se as matérias provenientes desse interesse podem concorrer a premiações externas, ótimo. Contudo, nenhum jornalista na condição de empregado da Radiobrás está autorizado a produzir matérias cujo foco seja o prêmio, não o cidadão.

## 3) Financiamentos externos de coberturas

Algumas coberturas podem ser financiadas ou apoiadas por órgãos do governo ou instituições públicas. Para isso, deve ser feito um acordo formal entre a Radiobrás e essas entidades parceiras. Para que não haja conflitos de interesses, é necessário considerar a motivação do apoio proposto.

Se o assunto merece uma matéria, mesmo sem a existência do apoio; se o patrocinador é motivado pelo interesse público e não busca benefício financeiro ou partidário ou promoção do órgão ou entidade pública que ensejou a matéria, em conformidade com o princípio da impessoalidade, a redação pode concretizar a cobertura. É preciso deixar claro ao público que a reportagem teve aquela contribuição. O mesmo desvio que a Constituição Federal busca evitar na publicidade, deve ser evitado no jornalismo das empresas públicas.

(CF, art. 37 §1º –“A publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo e de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos”)

## 4) Uso do cargo para solução de problemas pessoais

Jornalistas que usam sua condição profissional de representantes do público para atingir objetivos pessoais ou outros desligados dos deveres de sua profissão traem a confiança pública de que são investidos. O jornalista não deve envolver sua condição de funcionário da Radiobrás na solução de problemas pessoais. Exemplo: é impróprio redigir uma carta de reclamação a uma empresa ou instituição em papel timbrado da empresa. Também é proibido defender questões pessoais de consumidor utilizando-se dos veículos da Radiobrás.

## 5) Atividades externas dos jornalistas

A Radiobrás e seus jornalistas respeitam e sustentam os direitos de livre expressão, de opção política e religiosa. O jornalista, como cidadão, tem o direito de participar de movimentos políticos, sociais e culturais desde que tal atitude não prejudique sua função primordial de informar com objetividade.

O jornalista da Radiobrás busca permanentemente a objetividade diante da realidade, que é a matéria-prima de seu trabalho, e evita o alinhamento, público ou velado, com um dos lados de qualquer questão que ele cubra como profissional.

## 6) Duplo emprego

A condição de duplo emprego de alguns funcionários da Radiobrás deve ser objeto de atenção nas nossas atividades de comunicação. O duplo emprego não está vedado por lei e nem no contrato aos funcionários da Radiobrás que não trabalham em regime de dedicação exclusiva. Mas precisamos estar atentos ao fato de que essa condição de funcionário de duas empresas de comunicação pode trazer conflitos de interesse. Muitas vezes o trato e a cobertura da coisa pública pede posturas distintas das praticadas em outras empresas do mercado.

As relações entre a Radiobrás e seus jornalistas devem estar baseadas na mútua confiança, na ética e na transparência. Só nesse ambiente é possível produzir informação com a credibilidade que os usuários exigem. As normas seguintes balizam essas relações:

- A Radiobrás reconhece a seus jornalistas, quando não contratados para dedicação exclusiva, a liberdade de realizar trabalhos para outras empresas.
- Ao ser convidado para outro trabalho em horário diferente do cumprido na empresa, o jornalista considera os interesses da Radiobrás – para isso consulta o chefe da redação.
- O jornalista empregado ou colaborador de outra empresa deve deixar claro que esse trabalho não prejudica nem interfere em suas responsabilidades básicas e éticas na Radiobrás.
- Quando colabora para outros órgãos de imprensa, o jornalista deve guiar-se pelos mesmos padrões de correção e de ética que observa quando trabalha para a Radiobrás.

## 7) Assessoria de imprensa

Para preservar a sua independência, o jornalista da Radiobrás não faz assessoria de imprensa de entidades relacionadas à sua área de cobertura e não participa da propriedade de empresas de assessoria.

## 8) Palestras

Palestras e outras atividades paralelas dos jornalistas e radialistas que envolvam o seu tra-

balho na Radiobrás devem ser do conhecimento da sua chefia. Ao prestar esses serviços, o profissional é responsável pela imagem que passa da Empresa e deve atentar para a possibilidade de conflito de interesses ao realizar palestras para grupos cujas atividades ele cobre. Também não deve aceitar pagamento, reembolso de despesas ou transporte gratuito, salvo em convites de instituições acadêmicas, do setor público ou culturais de direito público ou privado.

## 9) Equipamentos

Os empregados da Radiobrás não devem utilizar o equipamento da empresa, pago pelo contribuinte, quando fizerem seus trabalhos para terceiros (como free lancer, por exemplo).

## 3 – PARÂMETROS DA RADIOBRÁS

### Abuso sexual

Crimes sexuais, quando relevantes ao interesse público, devem ser noticiados com a máxima proteção à identidade da vítima. O direito de informar não deve submeter quem sofreu o crime ao constrangimento ou à vergonha.

### Acusações sem provas

Não podem ser feitas. Toda denúncia deve vir acompanhada de provas obtidas de maneira lícita, por meio de flagrantes ou documentos (ver Criminosos).

### Aids

Não usamos a palavra *aidético* pela dose de preconceito e discriminação contida no termo. O melhor é dizer “doente de aids, ou portador de aids”. O termo *soropositivo* é correto apenas para designar pessoas que foram infectadas pelo vírus HIV e, contudo, ainda não desenvolveram a doença.

### Alcoolismo, tabagismo e uso de drogas

A Radiobrás não publica notícias que estimulem o consumo de álcool, tabaco e outras drogas. Matérias sobre o alcoolismo devem proteger a identidade dos consumidores e tratá-los como dependentes do álcool, nunca alcoólatras (ver Drogas).

### Anonimato ou off

A Radiobrás não divulga informações que tenham sido oferecidas *off the record*. Caso haja menção de vítimas ou testemunhas de crimes que devem manter sua identidade em sigilo, a decisão sobre a publicação do material (com sombra, distorção técnica do áudio ou dublagem da voz) deve ser da chefia do jornalismo (ver *Off the Record em Relação com as Fontes*).

## Arquivo

Material de arquivo usado para ilustrar uma matéria deve ser identificado com a palavra “arquivo”. A Radiobrás evita o uso de material que constranja ou cause sofrimento ao sujeito (dor, violência, morte, contravenção, prisão), principalmente quando o objetivo é ter imagens genéricas para ilustrar uma matéria. Nesse caso, toda exposição de arquivo cujos personagens sejam identificáveis em momentos como os descritos acima deve estar autorizada pela direção de jornalismo antes da publicação.

## Assessoria de imprensa (pautas de)

As assessorias de imprensa merecem respeito e confiabilidade, mas não são as únicas fontes de informação. É papel dos jornalistas da Radiobrás enriquecer as pautas sugeridas por elas, muitas vezes, inclusive, retirando o caráter comercial ou unilateral da sugestão que resultou na matéria (ver crédito a empresas). Também devem estar atentos às tentativas que esse trabalho faz de divulgação gratuita e de dar roupagem informativa a pessoas ou produtos.

## Autopromoção e promoção indevida

A conduta de radialistas e apresentadores de rádio das emissoras da Radiobrás estão normatizadas. Aqui repetimos alguns de seus artigos sobre comportamentos vedados aos profissionais e o conjunto dessas normas pode ser consultado em apêndice.

- Utilizar seu programa como instrumento de promoção pessoal, privilegiar artistas, políticos e personalidades públicas em geral, incluindo-se líderes religiosos, empresários, sindicalistas e lideranças comunitárias, por meio de tratamento diferenciado na programação;
- Promover produtos e eventos com finalidade diversa da autêntica prestação de serviços ao cidadão brasileiro;
- Promover seus próprios discos por meio de veiculação na programação ou quaisquer outros produtos artísticos através de informativos de caráter propagandísticos;
- Utilizar equipamentos e instalações da Radiobrás para promoção de eventos e shows de funcionários da Empresa;

(Ver em anexo NORMA DE REGULAMENTAÇÃO DA CONDUTA DO RADIALISTA QUANTO A CONFLITOS DE INTERESSES E QUESTÕES RELACIONADAS - NOR 308 - 11/02/2004)

## Calúnia

Caluniar é acusar uma pessoa de um crime que ela não cometeu. A calúnia aparece com destaque na Lei de Imprensa (art. 20) e pode resultar na prisão por até três anos e multa a quem cometer esse crime. A Radiobrás precisa ter o máximo cuidado para impedir que calúnias sejam veiculadas. Exemplo: acusar alguém falsamente por corrupção, violência, tráfico, etc. (ver Difamação e Injúria).

## Clichês e lugares-comuns

São expressões prontas que, de tanto uso, perderam a sua força e vivacidade. Ex.: “rastros de

destruição, amor sem fronteiras, terras tupiniquins, etc.". Essas "muletas" deixam o texto sem criatividade. Devem ser evitadas.

## Consumidor

O consumidor é a pessoa física ou jurídica que compra ou utiliza um produto ou serviço, segundo a definição do Código de Defesa do Consumidor. Como cidadão, ele pode e deve ser orientado sobre os seus direitos pela programação da Radiobrás.

## Crédito a empresas

É comum que as assessorias de imprensa tentem valorizar pessoas e produtos da sua carteira de clientes. Muitas vezes, essas empresas sugerem notícias apenas para dar publicidade a eles. É tarefa do jornalista da Radiobrás perceber essas tentativas e eliminá-las da programação caso não tenham foco no exercício da cidadania. No caso de uma empresa estar na vanguarda de algo que está dentro nos nossos critérios de notícia, o nome pode ser mencionado, mas é importante dar espaço também a outros ocupantes do mercado (ver Assessorias de imprensa).

## Crianças

A participação de crianças na programação e nos noticiários deve ser autorizada pelos pais ou responsáveis. É preciso, também, ter o consentimento da própria criança. Crianças e adolescentes em conflito com a Lei Em obediência e respeito ao Estatuto da Criança e do Adolescente, a Radiobrás protege a identidade de crianças e adolescentes em conflito com a Lei, suspeitos ou acusados de delitos.

## Criminosos

Previsto no art. 5º, inciso LVII, da Constituição brasileira, o princípio da presunção de inocência se traduz por "ninguém será considerado culpado até o trânsito em julgado de sentença penal condenatória". Sendo assim, mesmo que alguém confesse o crime à polícia, continuará sendo tratado como "suspeito" ou "acusado". São considerados culpados apenas aqueles indivíduos assim definidos pela Justiça após o fim de um processo, quando não há mais possibilidade de recursos. (ver Acusações sem provas).

## Dano moral

Uma pessoa que se sente ofendida por uma reportagem pode reivindicar indenização não só pelas perdas financeiras que a matéria pode ter causado, mas também pelo constrangimento moral que julgue sofrer.

## Denúncias

Toda denúncia deve ser checada antes de ir ao ar. A apuração de uma denúncia deve manter o seu caráter jornalístico, ou seja, não se deve cair no voluntarismo ou na curiosidade de investigar o que cabe à polícia ou ao Ministério Público.

## Difamação

Segundo o Artigo 21 da Lei de Imprensa, difamação é atribuir a alguém um fato ou característica que ofende a sua reputação e a forma como a pessoa é vista nas suas relações sociais. É importante notar que a diferença entre a difamação e a calúnia está no objeto da acusação. Tratando-se de uma acusação de crime, a ofensa é considerada calúnia (ver Calúnia). Se não há acusação de crime, mas a ofensa altera a maneira como os outros vêem o acusado, é difamação. Também é considerada difamação a lembrança de um delito cometido pela pessoa cuja pena já tenha sido completamente cumprida.

## Direito de resposta

Os indivíduos ou instituições acusados de ilegalidade em um programa devem ser procurados pela produção para que se defendam no mesmo espaço. Caso isso seja impossível ou inapropriado, a direção de jornalismo decidirá o que fazer. Segundo o art. 68 da Lei de Imprensa, “a sentença condenatória nos processos de injúria, calúnia ou difamação será gratuitamente publicada, se a parte o requerer, na mesma seção do jornal ou periódico em que apareceu o escrito de que se originou a ação penal, ou, em se tratando de crime praticado por meio do rádio ou televisão, transmitida, também gratuitamente, no mesmo programa e horário em que se deu a transmissão impugnada”.

## Discriminação

A identificação das pessoas por raça, credo, nacionalidade, status, orientação sexual ou doença deve ser feita apenas quando relevante para o conteúdo da notícia (ver Estereótipos e Sexualidade de agentes públicos). Jornalistas e radialistas da Radiobrás devem impedir qualquer comentário discriminatório que venha a aparecer em suas emissoras. Se feitos por convidados ao vivo, devem ser contestados com cordialidade, mas muita firmeza. Se o comentário é considerado um crime, como o racismo, por exemplo, ele deve ser avisado que está sujeito às punições da lei.

## Disfarces

O jornalista deve sempre se apresentar como tal diante das pessoas ou entidades das quais pretende obter informações. Pessoas e entidades procuradas têm o direito de saber que estão falando à imprensa.

## Drogas

É preciso cautela na divulgação de informações que possam colaborar com a indústria de drogas lícitas e ilícitas e fazer apologia ao consumo. As matérias sobre drogas devem sempre instruir o público sobre os efeitos negativos do uso e da dependência química. Os programas não podem exibir cenas de consumo e não devem expor os usuários, a não ser com o seu consentimento. No

caso de crianças e adolescentes até 18 anos, a gravação deve ser autorizada e vista pelo responsável legal (ver Alcoolismo, tabagismo e uso de drogas)

## Eleições

A Radiobrás dispõe de um protocolo público de conduta durante campanhas eleitorais e eleições. Pode ser consultado na página da Agência Brasil na internet: [www.Radiobrás.gov.br](http://www.Radiobrás.gov.br)

## Entrevistas

Quem entrevista deve se pautar pela elegância, pelo respeito, pela boa educação e pela objetividade. O controle do tempo de respostas do entrevistado deve ser inteligente, os cortes devem ser convenientes e deve ser dada a ele a chance de responder completamente às perguntas feitas. O repórter não deve induzir respostas ou demonstrar parcialidade. Em entrevistas coletivas, o jornalista da Radiobrás tem liberdade para perguntar tudo o que está de acordo com o interesse da sua pauta, desde que o faça com cordialidade e destituído de arrogância. Em uma entrevista exclusiva o entrevistado é dono das suas palavras até a publicação. Pode voltar atrás e cancelar o que disse (exceto no caso de confissão de erro ou delito).

## Estatísticas

É preciso cuidado ao divulgar e interpretar números. Nas estatísticas de publicação regular, avaliar os resultados à luz das tendências colhidas ao longo de um período maior. Sempre se deve revelar a fonte da pesquisa, para que o público julgue a credibilidade de quem fez o levantamento.

## Estereótipos

O jornalista da Radiobrás não julga pessoas pelo que vestem, pela maneira como falam, por suas idéias ou comportamentos (ver Discriminação), mas sabe que pode ser julgado por isso. Dessa maneira, o jornalista da Radiobrás veste-se adequadamente, expressa-se com correção e elegância e se comporta com boas maneiras.

## Fotografia

Uma foto jornalística ou documental não deve ser manipulada em seu conteúdo informativo. Não se admitem encenações de fatos passados para reconstruir um cenário desfeito. Os fotógrafos não devem reconstituir cenas ou eventos com o propósito de fazê-los parecer reais (veja verbete reconstituição de fatos). Todas as fotos da Agência Brasil devem ter legenda e crédito, com redobrada atenção para a data em que a imagem foi feita. Na legenda, a padronização das posições é da esquerda para a direita.

## Greves

Na cobertura de greves, é importante ouvir todos os lados envolvidos e acompanhar o dia-

dia do movimento. A greve é um movimento social legítimo, um direito do trabalhador e tem o respaldo da Constituição brasileira (à exceção das greves declaradas ilegais pela Justiça).

## Gírias

As gírias geralmente empobrecem a linguagem e têm sua compreensão restrita a alguns grupos sociais. Por isso, as gírias são usadas somente se estiverem inseridas em importantes declarações de fontes e personagens. Mesmo assim, o repórter deve explicar o que elas representam, em nome da universalidade da comunicação.

## Infrações da lei

O jornalista não pode, em qualquer hipótese, recorrer a métodos de investigação que possam configurar algum tipo de crime ou ilegalidade (ver Disfarces).

## Injúria

Injuriar é agredir alguém verbalmente com termos degradantes ou ultrajantes que ofendam a dignidade e o decoro. A acusação, portanto, tem um caráter pessoal e íntimo. Se alterar a reputação ou a maneira como os outros vêem o acusado, passa a ser difamação. (ver Calúnia e Difamação).

## Internet

Ao pesquisar algo na Internet, deve-se ter o cuidado de checar outras fontes que confirmem ou neguem as informações. Procurar os sites mais confiáveis para embasar a sua pesquisa e lembrar-se sempre de citar a fonte na reportagem.

## Jargão

O jargão é uma linguagem específica que, se não interpretada pelo comunicador, pode ser de difícil entendimento para as pessoas leigas sobre o assunto. Interpretar não significa, nesse caso, inferir opiniões, mas traduzir o fato para que ele seja compreendido (ver Clareza).

## Leis locais

O repórter deve se submeter às leis locais, dentro e fora do País. Caso elas interfiram gravemente na produção do material, a Diretoria de Jornalismo deverá ser consultada.

## Liberdade de opinião

A Constituição Federal classifica como livre a manifestação do pensamento (capítulo 5º, inciso IV). Desde que não sejam injuriantes, caluniosas e difamatórias, as opiniões devem ser recebidas com atenção pelos jornalistas e radialistas da Radiobrás. A empresa prima pela opinião do seu público e, por isso, mantém ativa a sua ouvidoria. O telefone é (61) 3327.4348. E-mail: ouvidoria@Radiobrás.gov.br

## Merchandising

As emissoras da Radiobrás não recebem dinheiro ou favorecimentos para colocarem em seu espaço editorial quaisquer tentativas de vender um produto dando a ele cara de notícia (ver Crédito a empresas) – prática denominada merchandising.

## Nudez

Os programas da Radiobrás não exibem a nudez com objetivos comerciais, para aumentar a audiência. Programas relacionados à saúde, educação ou que representam os rituais de povos cujas vestimentas diferem das convencionais (índios, por exemplo) poderão ser exibidos. Se um documentário apresenta, por exemplo, cenas de garotas seminuas vítimas do turismo sexual, deve ser usada uma tarja preta ou mosaico na exibição dos corpos (ver Pornografia).

## Opiniões ofensivas

Caso seja necessário entrevistar pessoas cujos comportamentos e posicionamentos sejam considerados ofensivos, as perguntas devem ser feitas com firmeza e retrucadas de maneira enérgica. O jornalista ou radialista deve manter o mínimo de cordialidade necessário para o bom andamento da conversa.

## Opiniões pessoais

O jornalista e o radialista da Radiobrás não devem dar a opinião pessoal sobre temas considerados polêmicos. É preciso distinguir o que é fato e o que é interpretação (do jornalista ou do próprio veículo). Passar ao público uma versão deliberada dos acontecimentos sob o manto de relato puramente factual é uma prática perniciosa.

## Pagamento a fontes

Sob nenhuma circunstância a Radiobrás ou qualquer de seus jornalistas e radialistas estão autorizados a pagar pessoas por entrevistas ou declarações.

## Palavrões

Jornalistas e radialistas não devem usar palavrões nos programas jornalísticos. Se partem da boca de um entrevistado, devem ser suprimidos na edição. Se ditos ao vivo e de maneira repetida, o entrevistado deve ser exortado por quem comanda a entrevista.

## Partidarismo político

A Radiobrás é uma empresa pública comprometida com o Estado e com o cidadão brasileiro, não com partidos políticos que ocupam o poder ou fazem oposição a estes. A cobertura política deve ser apartidária, justa, objetiva, autônoma e equilibrada, em sintonia com o interesse público. O profissional da Radiobrás não tem o direito de confundir o legítimo interesse público do Governo com interesses partidários dos ocupantes de cargos de Governo.

## Pornografia

Pornografia é a representação do comportamento erótico com o objetivo de provocar excitação sexual, sem valor social. A Radiobrás não exhibe conteúdos desta natureza, por não estarem de acordo com a missão e os objetivos da empresa (ver Nudez). Pesquisas de opinião e de mercado (ver Estatísticas)

### Recusa em participar

Se uma parte importante da discussão que é objeto de uma cobertura se recusa a participar da reportagem, é interessante que se diga que a pessoa foi procurada, mas preferiu não falar. O jornalista ou radialista, então, pode dar uma breve explicação sobre o contexto e a opinião já conhecida dessa pessoa sobre o assunto em pauta.

### Reconstituições de fatos

Não são autorizadas na Radiobrás.

### Sexualidade de agentes públicos

A não ser que tenha relação direta com o fato noticiado, a orientação sexual dos agentes públicos e a maneira como conduzem a sua vida sexual não interessam à Radiobrás.

### Sigilo

Documentos confidenciais que podem comprometer a Segurança Nacional e informações protegidas sob sigilo pela Justiça ou pelo Governo não entram na pauta da Radiobrás, mesmo que outros veículos os noticiem. De resto, toda documentação obtida por meios legais e oficiais (cujas fontes podem ser publicamente identificadas) pode ser usada como fonte de matérias.

### Suicídio

As causas da morte quando se trata de suicídio só serão noticiadas caso a pessoa seja uma autoridade e, mesmo assim, se houver interesse público de acordo com os Planos Editoriais de cada veículo e com a anuência da direção de jornalismo.

### Violência

Cobertura policial está fora do foco do jornalismo da Radiobrás. Contudo, crimes podem eventualmente aparecer em nossos noticiários locais, desde que inseridos num contexto social dentro do foco de cobertura da empresa, ou abordados em conjunto com políticas públicas referentes a eles. Detalhes mórbidos de chacinas, assassinatos e crimes sexuais não acrescentam nada ao noticiário e, portanto, devem ser deixados de fora da notícia.