

Direito de Resposta Infraero x Jornais Impressos¹

Adriana Mesquita do Nascimento²
Vaneska Freire Marques³
Mariella Silva de Oliveira Costa⁴
Faculdade Anhanguera de Brasília, DF

RESUMO

O artigo analisa a ética no jornalismo impresso brasileiro, a partir da análise de três grandes veículos - Folha de São Paulo (SP), O Estado de São Paulo (SP) e O Globo (RJ) - e sua cobertura de assuntos referentes à Empresa Brasileira de Infra-Estrutura Aeroportuária – Infraero. A amostra compreendeu 118 textos dos três jornais e também o acervo da assessoria de imprensa da Infraero, analisado ao longo do mês de outubro de 2011. Com enfoque no respeito ao direito de resposta, verificou-se que a maioria das publicações realizadas não apresentaram a versão da Infraero. A pesquisa evidencia a atual postura dos principais jornais impressos brasileiros em relação a ética com o direito de resposta, assegurado na Constituição Federal Brasileira.

PALAVRAS-CHAVE: direito de resposta; jornal impresso; assessoria de imprensa.

INTRODUÇÃO

A função do jornalista é repassar informações de interesse público, devendo apurar os fatos e ouvir todos os lados envolvidos antes de divulgar uma matéria. Os jornais impressos são veículos de comunicação de massa e, pela grande abrangência, a publicação de uma notícia errada pode causar prejuízos aos envolvidos, causando danos a sua moral e imagem. Por isso, todos os erros publicados devem ser corrigidos o quanto antes. Todos os cidadãos têm o direito de resposta assegurado pela constituição, na sessão dos direitos e deveres individuais e coletivos, que determina que o espaço para a resposta seja proporcional à ofensa. Entretanto, nem sempre as respostas ocupam o mesmo espaço que as matérias, sendo normalmente publicadas com menos destaque que a divulgação original. Além disso,

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática de Jornalismo, da Intercom Júnior – VII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante do sétimo semestre do curso de Jornalismo da Faculdade Anhanguera de Brasília, e-mail: drica-nascimento88@hotmail.com

³ Estudante do sétimo semestre do curso de Jornalismo da Faculdade Anhanguera de Brasília, e-mail: vaneskafmarques@hotmail.com

⁴ Orientadora da pesquisa, docente do Curso de Jornalismo da Faculdade Anhanguera de Brasília e jornalista, e-mail: mariella@aedu.com

a vítima da notícia incorreta pode pedir judicialmente uma indenização por dano material, moral ou à imagem. A repetição de erros pode ser um fator negativo para o veículo, porém, ao divulgar uma correção, o jornal demonstra o seu compromisso com o público na transmissão de notícias. (MIGUEL e BIROLI, 2010; BRASIL, 1988)

A imparcialidade e a objetividade devem fazer parte da prática profissional como um valor, diante das pressões internas e externas ao campo jornalístico. Essas ferramentas devem ser um referencial ético compartilhado pelos profissionais. (MIGUEL e BIROLI, 2010)

O setor aéreo é um assunto constante nos noticiários dos jornais impressos, como a Folha de São Paulo, O Estado de São Paulo (Estadão) e O Globo. Esses veículos estão entre os jornais impressos brasileiros de maior circulação nacional, tendo uma tiragem média anual em 2011 de 286.398, 263.046 e 256.259 exemplares, respectivamente, conforme dados divulgado em 2012 pela Associação Nacional de Jornais – ANJ.

A Infraero é uma empresa pública, responsável pela administração de 66 aeroportos brasileiros, sendo que os aeroportos de Brasília (DF), Guarulhos e Campinas (SP) são administrados em conjunto com empresas concessionárias desde junho de 2012. A empresa tem aproximadamente 36,7 mil profissionais, entre empregados concursados e terceirizados. A estatal é responsável por implantar, administrar, operar e explorar comercialmente a infraestrutura aeroportuária, concentrando aproximadamente 97% do movimento do transporte aéreo regular no Brasil. (INFRAERO, 2012)

A assessoria de imprensa da estatal, além de responder as demandas sobre seus aeroportos, analisa as matérias publicadas e, em caso de erros, envia pedidos de correção aos jornais.

Diante disso, a pesquisa identifica a relação entre os jornais impressos - O Globo, O Estado de São Paulo e a Folha de São Paulo - e a Infraero durante o mês de outubro de 2011, analisando o material publicado, considerando a quantidade de matérias, a publicação do posicionamento da estatal, os erros cometidos, os pedidos de correção e o prazo para publicação das retratações, além de classificar as matérias em positivas, neutras ou negativas. Avaliando, com isso, a postura e a relação entre as empresas envolvidas.

A pesquisa é quanti-qualitativa, feito com base na metodologia de análise de conteúdo, buscando responder: Qual o posicionamento dos principais jornais da imprensa brasileira em relação ao direito de resposta da empresa Infraero, considerando os princípios éticos e de imparcialidade na atividade jornalística?

OBJETIVOS DA PESQUISA

Geral

Analisar o posicionamento da imprensa na publicação de informações advindas do direito de resposta da empresa Infraero, durante o mês de outubro de 2011.

Específicos

Identificar a quantidade e a frequência das publicações com e sem o posicionamento da Infraero nos jornais impressos – Folha de São Paulo, O Estado de São Paulo e O Globo – ponderando se a versão da estatal foi omitida pelo jornal ou se a Infraero não se pronunciou;

Avaliar o teor das matérias classificado-as em negativas, neutras ou positivas, identificando as matérias com erros e considerando se foi solicitado e publicado nota de correção;

Apontar as editorias que mais fazem referências ao órgão e quais os aeroportos mais citados.

ÉTICA JORNALÍSTICA

No processo de produção de matérias, o jornalista deve levar em consideração que a ética profissional é mais importante do que a publicação de textos jornalísticos. De acordo com Christofolletti (1997, p. 44), as respostas éticas e morais estão intimamente relacionadas à atividade jornalística e "se há limites na atuação ética do profissional, o que precisa ser removido são os limites e não a ética". Assim como o jornalista de redação, o assessor também deve ser ético e apurar as matérias com rigor e responsabilidade, salienta Mafei (2008). Na visão de Chinem (2003), ele deve usar sua consciência ética para influenciar a opinião pública.

Barcellos (1992) reforça que os dois lados devem ser ouvidos para ajudar o receptor a formular opiniões sobre os assuntos abordados, tornando as matérias imparciais e sem juízo de valor. Segundo Bueno (2003) e Noblat (2003), com um mercado extremamente competitivo, os jornalistas estão transformando as notícias em espetáculos, o que acaba prejudicando a sua ética. Os interesses envolvidos na produção das informações abrangem grupos empresariais fora da área de comunicação.

A Lei de Imprensa (Lei nº 5.250/67), criada em 1967, apresentava um capítulo dedicado ao Direito de Resposta que especificava em quais casos e como se poderia reivindicar esse direito. A lei vigorou até 2009, quando o Supremo Tribunal Federal - STF a revogou,

alegando inconstitucionalidade. Desde então, este direito ficou assegurado pelo Artigo 5º da Constituição da República Federativa do Brasil (1988), estabelecendo que o direito de resposta seja proporcional à gravidade, podendo gerar indenização por dano moral, dano material ou dano à imagem da pessoa ou da instituição prejudicada. Mas a forma de assegurá-lo não está prevista. Segundo a Lei de Imprensa (1967), em casos de erros, ofensas e difamações publicadas por jornais impressos, a vítima deveria procurar o próprio veículo responsável pela falha e solicitar a correção, o que também poderia ser feito judicialmente. Mesmo que o veículo publique uma retratação voluntária, não é garantido que o destaque seja o mesmo da ação inicial, como previa a lei revogada. Ela determinava que a resposta deveria ser publicada no mesmo lugar e com o mesmo tamanho e destaque da publicação original. Outros itens importantes da extinta lei são os prazos para retratação, estabelecendo que a resposta seja publicada na próxima edição, e aplicação de penalidades, como multas por falta ou atraso na retratação. (BRASIL, 1967; BRASIL, 1988)

ASSESSORIA DE IMPRENSA

Com cumplicidade, a comunicação interna das instituições e a imprensa acabam criando relações necessárias a sobrevivência da atividade jornalística, afirma Mafei (2008). O Manual de Comunicação da Fenaj (2007) explica que a assessoria deve criar uma relação de confiança com a mídia e inserir a imagem do assessorado de forma positiva. Mafei acrescenta que com uma relação de confiança, o assessor aumenta as chances de ter suas matérias publicadas na mídia. Já Chinem (2003) concorda que esse relacionamento deve ser bem resolvido, mas defende que o assessor, mesmo estando constantemente em contato com a imprensa, não trabalha para a mídia, devendo apenas intermediar a relação entre o assessorado e os veículos de comunicação

Conforme descreve Mafei (2008), sempre que os assessores facilitam o acesso do repórter a entrevistados e/ou alertam para os erros de informação publicados e insistem na correção, os leitores também são beneficiados. Segundo Bueno (2003), os interesses envolvidos na produção e na comercialização das informações jornalísticas abrangem hoje grupos empresariais que não se localizam na área de comunicação, podendo prejudicar a transmissão do noticiário.

METODOLOGIA

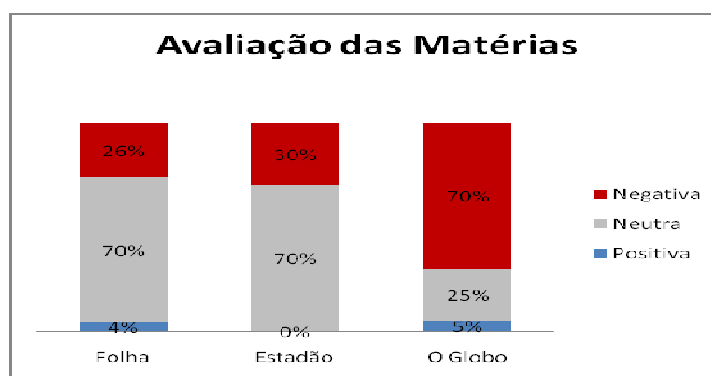
A amostra da pesquisa compreende as matérias com referência à Infraero, publicadas nos jornais Folha de São Paulo, O Estado de São Paulo e O Globo, no período de outubro de 2011. A pesquisa, quanti-qualitativo, mensurou as matérias publicadas nos veículos, bem como o teor das publicações. A abordagem quantitativa e a qualitativa não têm o mesmo campo de ação, a primeira, obtém dados estatísticos, esta análise é mais objetiva e exata, enquanto a segunda corresponde a um procedimento mais subjetivo, analisando o teor das informações. Este tipo de análise possibilita o uso de hipóteses. O método de pesquisa utilizado foi análise de conteúdo, por meio de formulário para coleta de dados. (BARDIN, 2009)

RESULTADOS E DISCUSSÃO

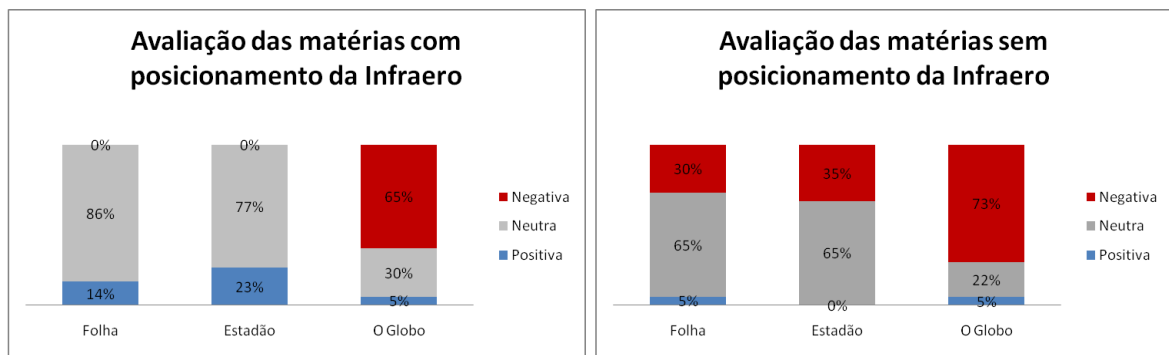
Durante o mês de outubro de 2011, foram divulgadas 118 matérias relacionadas diretamente a Infraero. Dessas, 52% foram do O Globo, 25% do Estadão e 23% da Folha. Os aeroportos mais citados foram os internacionais de Galeão (24%), Guarulhos (20%), Campinas (15%) e Brasília (15%), sendo que, 100% das publicações sobre Brasília e Campinas e 75% sobre Guarulhos fazem referência ao leilão de concessões desses aeroportos, assunto que fazia parte da *agenda setting* – termo utilizado para notícias em repercussão - no período.

As editorias que mais divulgaram a empresa aeroportuária foram: Poder (30%) e Mercado (30%), na Folha; Economia (54%) e Cidades/Metrópole (23%), no Estadão e Rio (46%) e Economia (21%), no jornal O Globo.

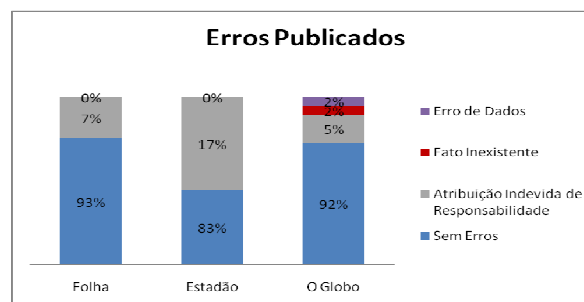
No O Globo, 70% das reportagens foram consideradas negativas, enquanto na Folha e Estadão 70% foram classificadas como neutras. O Globo também se destacou por publicar 92% das matérias referentes ao Galeão, sendo que 88% delas foram negativas.



Foi constatado que, 64% das publicações não apresentaram a versão da Infraero, o que representa 74% da Folha, 67% do O Globo e 50% do Estadão, duas matérias do Estadão afirmam que a estatal não se pronunciou. A pesquisa comparou as notícias que apresentaram ou não o posicionamento da estatal, concluindo que o número de matérias negativas foi 39% maior entre as que não publicaram a versão da Infraero. Dentre as que apresentaram a resposta da empresa, os jornais Folha e Estadão não publicaram matérias negativas, porém, quando ela não foi ouvida, este número passou para 30% e 35%, respectivamente. Enquanto isso, o jornal O Globo teve 65% de publicações negativas nas matérias com o posicionamento da estatal e 73% nas que não citaram respostas do órgão.



Em média, 88% das matérias não apresentaram erros. A publicação de erro mais comum foi de atribuição indevida de responsabilidade, que ocorreu em 17% das notícias do Estadão; 7% da Folha e 5% do O Globo, nas outras matérias incorretas foram identificados fato inexistente e/ou erros de dados. Foi publicado nota de correção em apenas uma matéria, do jornal Estadão, quatro dias após o erro, na publicação original foi informado que a estatal não se pronunciou. Para as outras notícias com erros, a Infraero não solicitou a correção.



CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo concluiu que os jornais impressos, na maioria das vezes, desrespeitam os princípios da imparcialidade, expondo apenas um lado dos fatos, privando os leitores do direito de conhecer a versão da Infraero. Grande parte das matérias não apresentaram erros,

mas entre as tinham dados incorretos, a Infraero solicitou apenas uma correção, que foi publicada pelo veículo quatro dias após a matéria original. O número de matérias negativas foi maior entre as que não publicaram a versão do órgão. O Globo se destacou pela maior parte das publicações negativas, sendo que o assunto mais abordado foi o Aeroporto Internacional do Rio de Janeiro/Galeão – Antonio Carlos Jobim (RJ), fato que pode ser justificado pelo regionalismo, já que o veículo está localizado no Rio de Janeiro.

REFERÊNCIAS

AZEVEDO, Fernando Antônio. **Mídia e democracia no Brasil: relações entre o sistema de mídia e o sistema político**. Revista Opinião pública, Campinas, vol.12, n°, abril/maio, 2006, p 88-113.

BARCELLOS, Caco. **Rota 66**. 6. ed. São Paulo: Globo, 1992.

BARROS FILHO, Clóvis de. **Ética na Comunicação: da informação ao receptor**. São Paulo: Moderna, 2001.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2009.

BIROLI, Flávia; MIGUEL, Luis Felipe. **A Produção da Imparcialidade - A construção do discurso universal a partir da perspectiva jornalística**. 2010

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília: Senado Federal, 1988.

BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação Empresarial. Teoria e Pesquisa**. Barueri, SP: Manole, 2003.

CHINEM, Rivaldo. **Marketing e divulgação da pequena empresa: como o pequeno e o microempresário podem chegar à mídia**. São Paulo: Senac, 2001.

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

KOPPLIN, Elisa e FERRARETTO, Luiz Artur. **Assessoria de imprensa: teoria e prática**. 4. Ed. **Porto Alegre**: Sagra Luzatto, 2001.

MAFFEI, Maristela. **Assessoria de Imprensa: como se relacionar com a mídia**. São Paulo: Contexto, 2008.

NOBLAT, Ricardo. **A arte de fazer um jornal diário**. São Paulo: Contexto, 2002.

PIRATININGA, Paulo. **Como usar a mídia a seu favor**. São Paulo: CLA Editora, 2008.

WOLF, Mauro. **Teorias das Comunicações de massa**; Tradução Karina Jannini- 4ª Ed. - São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2009.

_____. **Manual de Assessoria de Comunicação Imprensa-2007** - Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj). 4ª edição revista e ampliada. Disponível em: http://www.fenaj.org.br/mobicom/manual_de_assessoria_de_imprensa.pdf. Acessado em, 22 de maio de 2012.

_____. **Maiores jornais do Brasil** – Associação Nacional de Jornais (ANJ) <http://www.anj.org.br/a-industria-jornalistica/jornais-no-brasil/maiores-jornais-do-brasil> (acessado em 20/06/2012)