

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO
CURSO DE GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL
HABILITAÇÃO JORNALISMO

“A VOZ DO DONO - O *OMBUDSMAN* DO *ANCAPITAL*”

Trabalho de conclusão de curso submetido ao Departamento de
Comunicação da Universidade Federal de Santa Catarina

Acadêmico: Marcelo de Oliveira Santos
Orientador: Prof. Dr. Nilson Lemos Lage

Florianópolis
Julho de 1997

Agradecimentos

Aos meus pais e todo o restante de minha família na distante Lorena, minha querida *terra das Palmeiras Imperiais*. A todos os amigos de lá, de Florianópolis, do Rio de Janeiro e de São Paulo. Não vou começar a citar nomes. Tenho medo de esquecer alguém involuntariamente. Quem me conhece sabe que eu nunca me perdoaria por tal erro.

Obrigado ao jornalista Mário Xavier, que me cedeu em disquete todas as colunas que foram objeto de minha pesquisa e se prontificou, desde o começo, a me ajudar, mesmo sabendo que o resultado da pesquisa poderia não ser muito favorável ao trabalho dele como *ombudsman* do *ANCcapital*.

Um grande abraço a todos os meus amigos do curso de jornalismo da UFSC. Aos meus amigos professores, servidores - em especial aos da secretaria - e aos meus amigos e colegas alunos.

Muito obrigado ao professor Hélio Schuch, pela idéia, e ao professor Nilson Lage, pela orientação na execução desse trabalho.

E, é claro, um beijo muito especial à Carine, minha namorada. Obrigado pela paciência em me agüentar nesse período final do meu curso e pela força que você me deu para eu passar em certas disciplinas que, só quem já fez sabe a tristeza que elas são. A festa, presenciada por você, que fizemos quando o semestre 96/1 terminou é um pequeno demonstrativo do que foi nossa agonia.

Obrigado a todos e já chega de agradecer. Muita frescura na hora de acabar é coisa de...você sabem o quê.

Introdução

A idéia deste trabalho surgiu de conversas com o Prof. Dr. Hélio Ademar Schuch, do Departamento de Comunicação da UFSC. Ele me propôs fazer um estudo sobre o trabalho do jornalista Mário Xavier, *ombudsman* do jornal *ANCapital*, de Florianópolis, e único profissional a exercer essa função na imprensa da região Sul do Brasil. Utilizando os textos que me foram entregues pelo próprio Mário Xavier, li as colunas que foram publicadas de setembro de 1995 a setembro de 1996, o primeiro ano de "mandato" dele na função, num total de 51 textos.

O objetivo inicial foi o de identificar os assuntos que Mário tratava nas colunas e quais eram seus pontos de vista em relação a eles. Utilizei um método quantitativo para medir a incidência de determinados assuntos-chaves que foram sendo definidos durante a leitura dos textos. Após isso, esses assuntos identificados foram divididos em *pró* e *contra*. A idéia era saber qual a carga de observações positivas e negativas do *ombudsman* em relação aos assuntos abordados, como o próprio jornal onde ele trabalha, por exemplo. Com isso, imaginava poder traçar um perfil de atuação do profissional na função de *ombudsman*. As análises contidas neste trabalho visam somente a traçar esse perfil, e não julgar o profissional.

O resultado quantitativo pode ser observado na tabela seguinte:

Assunto	Quantidade	Pró / %	Contra / %	Neutra / %
<i>ANCapital</i>	98	66 / 67,3 %	29 / 29,6 %	03 / 3,1 %
<i>Ombudsman</i>	19*			
Jornalistas	03	03 / 100 %	00 / 00 %	00 / 00 %
Divulgação <i>ANCapital</i>	09**			
Informações gerais	12			
Imprensa	13	08 / 62 %	03 / 23 %	02 / 15 %
Sindicato dos Jornalistas/SC	04	03 / 75 %	00 / 00%	01 / 25%
Jornal ZERO	01	00 / 00 %	01 / 100 %	00 / 00 %

* Essas notas contêm apenas informações sobre a função ou tentam mostrar a importância do trabalho de *ombudsman* para se melhorar o jornal.

** Nessas notas, o jornalista se limitou a divulgar assuntos do jornal que nada tinham com o que ele chama de "crítica de mídia". São notas a respeito de colunas novas que o jornal passou a ter, promoções que o jornal estava fazendo, entre outras.

Muitas das notas consideradas acima referiam-se a assuntos variados, eventualmente neutros, mas concluíam com afirmações alinhadas como está na tabela. Os assuntos acima foram escolhidos por uma questão de critério pessoal: considerei as categorias destacadas de maior importância ou por terem aparecido em maior frequência ou por surgirem em textos mais longos e mais aprofundados na coluna do *ombudsman*.

Pelos números, percebe-se a uma grande quantidade de notas a respeito do *ANCapital*. Não poderia ser diferente, já que o trabalho dele é de análise do jornal do ponto de vista do leitor. Um ombudsman exerce, por definição, a função informal de “advogado do leitor”, recebendo reclamações e críticas de alguém que, eventualmente, tenha-se sentido prejudicado por alguma matéria publicada no jornal.

Mas o *ombudsman* não tem a obrigação de falar somente de seu próprio jornal. Ele também comenta outros jornais, outras redes de comunicação, enfim, a mídia em geral. Durante o período estudado, Mário fez 13 citações da imprensa. Algumas eram sobre determinados jornalistas, outras sobre jornalismo em geral.

Outro assunto muito abordado foi a própria função de *ombudsman*. Desde o início do “mandato”, o jornalista procurou esclarecer aos leitores da importância do trabalho do *ombudsman* para a melhora do que ele chamava de “produto jornal”. A função é muito nova e quase que desconhecida da população brasileira em geral. Poucas pessoas no Brasil têm o hábito de reclamar por seus direitos. A função do *ombudsman* de imprensa, além de lutar pelos direitos dos leitores, é também a de informar esses leitores desses direitos.

O *ombudsman* usou seu espaço para falar da categoria dos jornalistas. Foram poucas as citações, apenas três, mas todas elas em defesa da classe. *Stress* e falta de condições de trabalho foram alguns dos temas.

Considereei como informações neutras aquelas em que ele somente passava informações ao público leitor, sem manifestar opiniões ou julgamentos pessoais. Muitas abordavam assuntos totalmente alheios à imprensa.

O Sindicato dos Jornalistas Profissionais de Santa Catarina teve na figura do *ombudsman* um instrumento de divulgação de seus trabalhos. Palestras e debates promovidos pelo sindicato foram comentados pelo jornalista em algumas de suas colunas. Em quatro notas, ele tratou especificamente de assuntos do Sindicato, isso sem contar as vezes que ele participou de algum debate ou palestra promovido pelo sindicato, como mediador ou debatedor.

O jornal-laboratório *ZERO*, do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina, foi mencionado em uma coluna do *ombudsman*. Nesse dia ele tratava de assuntos relativos a uma suposta campanha de discriminação e preconceito que teria acontecido no curso de jornalismo da UFSC. O jornalista resolveu julgar a conduta ética do *ZERO* no tratamento do assunto, reprovando o jornal e toda a equipe responsável por ele. O *ZERO* foi o único jornal que tentou elucidar toda a questão, dando a oportunidade a todos de dizer o que achavam do episódio, ao passo que outros jornais, como o próprio *ANCapital* e o *Diário Catarinense*, simplesmente se aproveitaram da situação para “malhar” o curso de Jornalismo, a ponto de certos colonistas dizerem que havia entidades neonazistas internacionais financiando a publicação dos jornaizinhos chamados de “O Cretino”.

Numericamente, esses foram os principais assuntos abordados pelo jornalista Mário Xavier durante seu primeiro ano de "mandato" como *ombudsman* do jornal *ANCapital*. Passarei agora a uma análise do conteúdo das colunas. O que ele falou, como utilizou o espaço disponível para elogiar ou criticar o jornal em que trabalha e fazer a chamada "crítica de mídia".

A História

O primeiro jornalista a exercer a função de *ombudsman* de imprensa no Brasil foi Caio Túlio Costa, na *Folha de São Paulo*, em 1989. De lá para cá, apenas outros quatro jornais instituíram a figura do “advogado do leitor”. A *Folha da Tarde (SP)*, *O Povo (CE)*, o *Correio da Paraíba (PB)* e o *ANCapital (SC)*.

Os “mandatos” dos jornalistas na função de *ombudsman* na imprensa brasileira normalmente duram um ano, sendo renováveis por mais um período igual. Durante o “mandato”, e nos 12 meses subsequentes a sua saída, o jornalista não pode ser demitido. Isso serve para manter uma independência para se exercer a função, que implica, muitas vezes, em críticas públicas à empresa onde trabalha.

Quando foi lançado, em 15 de setembro de 1995, o *ANCapital* já tinha um jornalista designado para a função. Mário Xavier, 15 anos de profissão. Inicialmente prevista para operar experimentalmente durante 90 dias, foi aprovada pela direção da empresa para existir durante 12 meses. Em setembro de 1996, o “mandato” de Mário Xavier na função foi renovado por mais um ano.

Em seu primeiro ano na função, Mário Xavier publicou 51 colunas dominicais, onde falava dos mais variados assuntos. Os temas variavam de problemas na edição do jornal:

“Aumento”

A chamada “linha de apoio” do título “Servidores municipais continuam com paralisação”, na pág. 6 do ANC de 21.05.96, trouxe erro comum na imprensa brasileira. Junto ao título o jornal afirmou que “*Ontem, em assembléia geral, categoria decidiu aumentar a pressão para obter um aumento salarial de 64%*”. Já no corpo da matéria lê-se que “*...Ficou decidido que o que os municipais querem é a reposição das perdas históricas no governo Grandó, de 64%*”. Ou é aumento (real) ou é reposição, reajuste, recuperação de perdas. São duas coisas diferentes. Este tipo de cuidado se aplica a várias outras questões envolvendo reajustes de salários e preços tanto em categorias de trabalhadores como em diversos setores da economia que produzem bens e serviços.

até o surgimento de um novo vírus de computador pela cidade:

Vírus

“Tequila”: este é o nome de um dos mais recentes vírus que podem atacar programas de computadores e causar graves transtornos e prejuízos à vida de milhões de usuários da informática. Mesmo com todos os programas de vacina anti-vírus disponíveis para detectar estes “monstrinhos” de origem internacional e nacional, ninguém está livre de contaminar seu computador através de novas versões até então desconhecidas, como é o caso do “Tequila”. Ele chegou recentemente na Ilha e já pegou gente desprevenida. Trata-se de um vírus que desorganiza aplicativos (*softwares*) de memória alta, acima de 640kb. Graças aos especialistas do Mack Center, de Coqueiros, uma vacina para o novo vírus deverá estar disponível na cidade semana que vem, segundo assegura Marcos Silva, um dos responsáveis pela empresa. Todo cuidado é pouco, já que ainda não inventaram uma “camisinha” completamente eficiente para proteger disquetes e discos rígidos da contaminação estimulada pelas novas formas do que poderia se chamar de “promiscuidade e perversão computacional”.

Como a função de *ombudsman* é pouco conhecida no Brasil, Mário Xavier optou por divulgar o trabalho de *ombudsmen* do Brasil e do exterior, numa tentativa de aproximar os leitores da nova função:

MEIOS 1

Em algumas das colunas temos falado dos “objetivos” e dos “deveres” dos *ombudsmen* de imprensa segundo diretrizes da ONO, entidade internacional que congrega os profissionais do ramo. Hoje reproduzo alguns dos “meios” que os *ombudsmen* utilizam, por recomendação da ONO, para chegar a seus objetivos e cumprir sua tarefa na imprensa: 1. uma coluna, 2. memorandos (comentários) internos, 3. reuniões com equipes, 4. questionários (pesquisas) e 5. conferências.

MEIOS 2

No modelo de trabalho que assumi no ANC, tenho priorizado como “meios e ferramentas” principalmente as opções 1 e 2, e por vezes também a 3 e a 4. O quinto instrumento, o da “conferência”, tem sido aplicado com muita prudência e parcimônia, apesar dos convites recebidos (e em alguns casos aceitos). Isto se deve ao relativo pouco tempo de funcionamento do serviço e do conseqüente caráter de implantação que ainda precisa ser consolidado para embasar conclusões e observações mais profundas, sistemáticas e adequadas para a divulgação pública.

Já na primeira coluna, ele procura deixar claro para os leitores qual será sua função durante o “mandato” como *ombudsman*:

No nosso entendimento, um *ombudsman* é alguém que lida não apenas com *queixas* do público, num sentido mais limitado, mas sim com *críticas*, num sentido mais amplo. Isto inclui um aspecto variado de análises, comentários, opiniões, sugestões e até mesmo elogios ou cumprimentos. Esses ainda pouco conhecidos profissionais podem ser encontrados no governo, em prefeituras, empresas, hospitais, universidades e entidades representativas. Segundo a Organization of News Ombudsman - ONO (Organização dos Ombudsmen de Imprensa), criada em 1980, o primeiro *ombudsman* foi nomeado. A ONO defende um *ombudsman de imprensa*, especificamente, como alguém encarregado de receber e investigar *queixas* dos leitores - ou de ouvintes e espectadores, no caso de rádio e televisão - sobre a **exatidão, equidade, equilíbrio e bom gosto do material noticioso**.

Ainda na primeira coluna, em 17 de setembro de 1995, ele explica o significado do termo *ombudsman*:

Ao *ombudsman* brasileiro sempre cabe, de início, a tarefa de traduzir o significado exato da própria palavra que dá nome a sua função: de origem sueca, ela significa *aquele que representa*. Em português, alguns dos seus sinônimos mais comuns são “ouvidor”, “intermediário”. No seu idioma original, pronuncia-se “ômbudsman”, mas no Brasil fixou-se a forma “ombúdsman”, segundo o verbete do Novo Manual de “Redação da Folha de São Paulo” - o jornal brasileiro pioneiro na adoção de um programa de *ombudsman* na sua Redação, em 1989.

Na coluna seguinte (24 de setembro de 1995) a informação é repetida

nos países escandinavos, a pronúncia é "ômbudsman", e no Brasil fixou-se como "ombúdsman".

Durante o restante do ano, sempre que achava necessário, o *ombudsman* esclarecia os leitores de alguns deveres a que ele estava comprometido quando do exercício da função.

Objetivos

Alguns cidadãos têm demonstrado não terem ainda entendido bem o papel de um "ombudsman de imprensa" dentro de uma empresa de comunicação. E isto vale tanto para o público leigo como para profissionais da área. Para avivar a memória de ambos, recito hoje os quatro objetivos deste profissional pago pela empresa para representar o leitor na Redação, segundo diretrizes internacionais da ONO aprovadas há 14 anos: 1) Aperfeiçoar a equidade, exatidão e responsabilidade do jornal. 2) Aumentar sua credibilidade. 3) Empenhar-se para melhorar sua qualidade. 4) Tornar o jornal consciente das preocupações e problemas das comunidades por ele servidas.

Autonomia

"O ombudsman deve ser independente. E esta independência deve ser real. Ele deve responder apenas à pessoa com mais alta autoridade na Redação". Do Manual de Redação da "Folha de São Paulo".

O jornalista também utilizou o espaço para massagear o próprio ego:

Nível

Muita honra esta coluna ter recebido o comentário do jurista e escritor Péricles Prade de que o "Fórum de Leitores do ANC tem nível para ser publicado em qualquer dos grandes jornais do Brasil". Estimula e confirma o conceito de que estamos no caminho justo e correto, apesar de todas as limitações, dos desafios, e até mesmo das indiferenças internas e externas com relação ao nosso ofício pioneiro na imprensa do Sul do País. (11 de fevereiro de 1996)

Outra constante foi a prestação de contas que o *ombudsman* fazia de tempos em tempos

Compromisso

Para conhecimento do leitor, alguns dados sobre o trabalho do ombudsman do ANC de 15.09.1995 a 04.01.1996. No desempenho de minha tarefa de crítica interna ao jornal produzi, no período, um total de 111 documentos, com média diária de 137 linhas, 904 palavras e 2,4 páginas de conteúdo analítico, reflexivo e de recomendações encaminhadas à Redação e à direção de A NOTÍCIA, em Joinville. Com esta 20a. coluna dominical, cumpri-se 38% da meta total de 53 previstas para o primeiro ano deste mandato indelimitado como "advogado do leitor na Redação", até 15 de setembro de 1996. Nenhum dos leitores que procurou este ombudsman até hoje ficou sem uma solução ou resposta para as suas questões dentro do que estava ao nosso alcance resolver ou encaminhar. Estamos em dia, portanto.

com nossas três funções essenciais, apesar de existirem ainda algumas pendências importantes por parte da empresa para com o profissional. (28 de janeiro de 1996)

Ouvidor 1

A coluna de hoje, excepcionalmente, trouxe apenas um grande tema como editorial e mais estas duas notas que informam aos leitores sobre o processo de revisão do trabalho do *ombudsman* que está em andamento. Já completamos meio ano de exercício na função e estamos na 31a. coluna de um total de 53 previstas até setembro de 1996, no primeiro ano de mandato do “representante dos leitores na Redação na ANCapital”. Durante este período, temos ouvido o público; escutado muito pouco da direção da empresa; intercambiado impressões diárias com alguns dos editores em Florianópolis; e recebido *feed-backs* periódicos da equipe de profissionais da Redação.

Ouvidor 2

Para aprofundar ainda mais esta interação com o público interno do ANC, entretanto, elaboramos e entregamos à equipe de Redação, no início deste mês, uma pesquisa sob a forma de questionário com dois objetivos básicos: (1) traçar um perfil do profissional do ANC e (2) colher suas opiniões, conclusões e sugestões a respeito do Serviço de Ombudsman no ANCapital. Até o dia 15 os questionários devem estar respondidos. E na próxima coluna, dia 21 de abril, pretendo comentar as eventuais novas luzes que tenham sido jogadas para aperfeiçoar permanentemente este “Fórum dos Leitores”. Obrigado a todos - públicos externo e interno - que têm participado até aqui. (14 de abril de 1996)

Essas foram as principais notas a respeito da função de *ombudsman* durante o primeiro ano de “mandato” de Mário Xavier como “advogado dos leitores” no ANCapital.

A análise do jornal *ANCcapital* pelo *ombudsman* Mário Xavier, durante seu primeiro ano de "mandato", tomou rumo inesperado para a maioria das pessoas que já tinham lido colunas de algum outro *ombudsman*, do Brasil ou do exterior. Minha experiência resumia-se ao da *Folha de S. Paulo* e ao livro *O Relógio de Pascal*, do jornalista Caio Túlio Costa, que relata a experiência desse jornalista como o primeiro *ombudsman de imprensa* da América Latina.

Ao ler as colunas, pude perceber que, ao mencionar o jornal, Mário chegava a cometer excessos na quantidade e no conteúdo dos elogios. Para poder colocar notas elogiosas ao jornal, utilizava de alguns recursos, dizia ele, de *estilo*.

Uma forma era iniciar um tópico a respeito da imprensa e do jornalismo em geral e, ao final, passar a elogiar o *ANCcapital*. Esse nariz-de-cera apareceu algumas vezes, sempre no texto de abertura da coluna:

Pensar globalmente, agir localmente

Nem só da identificação de erros e recebimento de queixas vive um *ombudsman*. Nossa primeira tarefa é corrigir imperfeições e apontar saídas que melhorem a qualidade final do produto jornal como um todo.

Entretanto, o exercício de uma crítica íntegra e construtiva deve também servir de base para reflexões e saltos de consciência maiores, como por exemplo: a filosofia e a sociologia dos meios de comunicação de massa em geral e da imprensa em particular. Elas serão mais um dos cardápios habituais deste *Fórum de Leitores* dominical.

A presença do sociólogo português Boaventura de Souza Santos na UFSC, semana passada (*A Notícia* de 06/10), por exemplo, trouxe alguns bons ares da Universidade de Coimbra para Florianópolis: "Não há uma só globalização, mas globalizações. E não há globalização sem localização", afirmou o patricio Boaventura.

Ele inspirou um debate público sobre o velho tema da "aldeia global", conceito popularizado nos anos 60 por outro sociólogo, o genial Herbert Marshall McLuhan, um canadense nascido em 1911 e que morreu, infelizmente, quase no esquecimento.

McLuhan nos mostrou, há cerca de três décadas, que o mundo inteiro estava tornando-se, cada vez mais, uma gigantesca aldeia interligada por variados sistemas produtivos e de comunicação interligando uma diversidade de culturas, povos e informações.

Nos anos 70 e 80 amadureceu-se o enunciado de que os moradores desta grande aldeia deveriam, pois, pensar globalmente e agir localmente.

Ou seja, o verdadeiro cidadão, o munícipe consciente, é alguém que pensa e age valorizando o local, mas dentro de uma perspectiva ampla e universal, planetária. E na visão do sociólogo português, direitos humanos, civis, econômicos, à paz e um meio ambiente saudável, são alguns dos mais importantes conceitos globais contemporâneos.

O *ANC*, felizmente, parece estar sintonizado com estas tendências e colocando em prática um jornalismo bastante crítico e social, interligando o global com o local - ou "glocal", se os leitores preferirem um neologismo que já se impõe. Foi a conclusão que tirei revendo as manchetes e textos destas três primeiras semanas de vida do jornal.

Quem ainda não leu, que experimente e comprove - passando a ver, sentir e refletir com base num autêntico jornal local que traz também encartadas notícias estaduais, nacionais e internacionais. Afinal, mané também não é cidadão do mundo?(08 de outubro de 1993)

Quarto Poder

É um quase lugar comum afirmar que a Imprensa seria uma espécie de “quarto poder”. E ela o é, efetivamente, em muitos momentos. Mas não em todos. Aos tradicionais e relativamente consagrados conceitos democráticos de Executivo, Legislativo e Judiciário, a segunda metade deste século XX somou e elevou os Meios de Comunicação Social a um status de quarto poder alternativo. Uma de suas principais missões: a de vigiar a este extraordinário e caro conjunto de recursos materiais e humanos que se convencionou chamar de “máquina pública” ou “Estados” nos seus diferentes níveis - municipal, estadual e federal.

Muitas vezes, quando os três poderes instituídos falham ou pecam no exercício de seus mandatos de bem servir ao público - por quem são pagos e, em alguns casos, também eleitos - lá está a Imprensa com o seu papel de mediação, crítica, interpretação, denúncia, esclarecimento ou investigação corajosa dos fatos, das circunstâncias, dos contextos.

Para cada resposta incompleta de uma autoridade, deve existir sempre um repórter para aprofundar um assunto de interesse social. Para cada idéia ou proposta lançada por políticos ou administradores eventualmente interessados apenas em testar a opinião pública com “balões de ensaio”, deve estar a postos um jornalista para questionar e provocar reflexões sobre o tema e as verdadeiras intenções por trás de projetos nem sempre totalmente claros e honestos na sua formulação.

Quotidianamente, os três poderes utilizam a Imprensa em benefício da sociedade. E não menos freqüentemente, também, tentam influenciá-la apenas na direção do que lhes convém: mesmo que nem sempre combinando exatamente com o interesse coletivo autêntico ou levando em conta expressões individuais também conseqüentes, ainda que discordantes ou antagônicas.

Se é que não vivemos mais no Brasil uma censura política explícita e visível, é triste perceber ainda a presença de mecanismos de censura e repressão muito mais sutis e, nem por isto, menos contundentes. Um deles é a censura econômica, eventualmente afetando os veículos de comunicação com cortes de verbas publicitárias e promocionais.

Outro é a prática disfarçada da omissão ou negação de informações essenciais para que a comunidade possa tirar conclusões mais adequadas e completas acerca das mais variadas áreas hoje sob a tutela e responsabilidade do Estado e que afetam diretamente a vida dos cidadãos.

O *ANCapital*, no que toca ao papel do seu *ombudsman*, está permanentemente vigilante e combativo na tarefa de servir à comunidade com um jornalismo dinâmico, crítico, pluralista e apartidário, no qual o principal beneficiário é o leitor consciente e a maior realização é a cidadania ampliada.

Mesmo que, para cumprir tal missão, tenhamos que enfrentar, aqui e ali, algumas tradicionais resistências ao novo e ao rumo irreversível do avanço da democracia e da liberdade as quais há tanto tempo se aspira praticar integralmente neste sofrido País. (*03 de dezembro de 1995*)

Algumas colunas viraram entusiasmadas odes ao jornal.

Maturidade

O *ANCapital* vive um momento especial. Ele resume todo um esforço de trabalho e aperfeiçoamento de uma equipe que tem se mantido basicamente coesa e fiel aos princípios do bom jornalismo comunitário.

A postura ética, a precisão das informações, o maior rigor na revisão, eliminação e correção de erros eventuais, e a rejeição a todo e qualquer tipo de sensacionalismo barato têm sido tônicas do cotidiano do jornal e seus profissionais.

Leitores observam que a densidade e a profundidade das reportagens ampliaram-se. Que os textos estão crescentemente mais claros, objetivos, enxutos e informativos. Não se enche a língua, não se enrola, nem se cansa o público com informações irrelevantes.

Especial atenção tem sido dedicada às melhorias no padrão gráfico de impressão, à qualidade na reprodução de fotos e imagens, e ao aspecto geral da paginação e edição - sempre criativa, perseguindo a melhor estética, o bom gosto, a harmonia, o uso das cores e outros recursos editoriais que vão moldando um estilo único e muito pessoal do *ANC*.

Com esta edição número 316, de 28 de julho, o projeto do *ANC* chega a 86% do seu ciclo no primeiro ano de vida, a ser completado no próximo dia 15 de setembro.

Apesar do tamanho físico do *ANC* ter se mantido estável no período - um caderno de oito páginas "excortado" sobre os cadernos do *A Notícia* estadual -, é constatação unânime a de que o novo jornal cresceu e amadureceu em conteúdo, forma, qualidade e regularidade.

Mais do que isto, passou a ser um sinônimo imediato de jornalismo comprometido com a cidadania, com o meio ambiente, com as causas comunitárias, com o dia-a-dia de Florianópolis e região, praticando a comunicação social de forma digna, plural, ousada e original.

Se é que, como *ombudsman*, tenho exercido críticas internas e externas ao jornal e à mídia por vezes severas e demolidoras, também é verdade que existiu - existe e existirá - sempre muita coisa boa a celebrar e a destacar no trabalho da imprensa, dos colegas e das fontes.

"Crítica", de uma forma ampla, pode tanto ser depreciativa como elogiosa. E *este editorial* (Grifo meu, M.S.) de hoje é apenas para dizer de público à Redação do *ANC*: tem valido o esforço, pessoal. Continuem segurando esta peteca e fazendo o jornal cada vez melhor. O público e o *ombudsman*, de coração e cabeça, agradecem. (28 de julho de 1996)

A nota acima foi a abertura do dia. É estranho que um *ombudsman* chame a própria coluna de **editorial**.

Outra maneira encontrada pelo *ombudsman* de trazer notas elogiosas ao *ANCapital* foi publicar comentários de outras pessoas elogiando o jornal:

Catarinas

O catarinense Políbio Braga, hoje um dos comentaristas econômicos de maior prestígio no Rio Grande do Sul, noticiou em sua coluna do *Correio do Povo* a estréia do *ANCapital*, "que já nasce com *ombudsman* (ouvidor)". Políbio, assim como Nestor Fedrizzi (já falecido) e Acari Amorim (revista *Empreendedor*), são apenas alguns bons exemplos profissionais de jornalistas catarinas com carreiras de sucesso também na imprensa dos vizinhos gaúchos.

Elogio

Na vida do *ombudsman*, nem tudo são críticas, erros e problemas. Uma assessora de imprensa - que pediu para não divulgar publicamente seu nome - comentou à coluna que vinha observando com atenção o trabalho da editoria de Política do *ANC* desde suas primeiras edições. Ela disse que tinha um elogio a fazer: "Acho interessante que os profissionais do *ANC* não ficam presos aos *releases* que enviamos e vão sempre atrás da

notícia e de mais informações, por contra própria, o que nem sempre costuma ser a regra geral em nossa imprensa”.

“Arejado”

A propósito de nota publicada nesta coluna domingo passado, a assessoria de imprensa da Comcap envia fax do qual reproduzo alguns trechos: “O esforço desta Assessoria tem sido o de aperfeiçoar o relacionamento entre a empresa e o veículo, de modo que o leitor seja atendido com informações precisas e oportunas. Cabe o elogio ao *ANCcapital*, que tem sido sensível ao ponto de corrigir, esclarecer ou reforçar informações. Certamente, esse posicionamento arejado do veículo deve-se também à natureza da atuação do seu ombudsman e aproveitamento para cumprimentá-lo”, assina Adriana Baldissarelli.

Já no dia 10 de março, o *ombudsman* reuniu as duas formas citadas acima. Introduziu um tópico sobre jornalismo e depois elogiou o *ANCcapital*, baseado em um comentário de um leitor:

Jornais de Domingo

São poucos os jornais diários que circulam no domingo com notícias quentes e atuais. A maior parte deles é pré-editado quase que na sua totalidade, por conveniência editorial e industrial, na sexta-feira.

Com isto, perdem os leitores que, sentindo-se prejudicados, de há muito cobravam e esperavam uma atitude diferente e inovadora por parte das empresas de comunicação.

Danilo Cunha, funcionário de carreira da Embratel em Florianópolis e ex-dirigente do CIASC (Centro de Informática e Automação do Governo do Estado de Santa Catarina), é um desses leitores que ficou satisfeito com a chegada do *ANCcapital*.

Desde a véspera do anunciado lançamento oficial do novo produto, em setembro de 1995, Danilo já sugerira que o *ANC* trouxesse edições dominicais. E é o que tem acontecido de forma pioneira desde então.

Na Grande Florianópolis, o *ANCcapital* tornou-se o único jornal que chega aos assinantes e às bancas, nos domingos, com informes recém saídos da Redação. Uma proeza que exige redobrado empenho, dedicação e investimentos por parte da empresa e dos seus profissionais.

Muito justamente, portanto, *A Notícia* está veiculando uma campanha publicitária, nas páginas do *ANC*, na qual se lê, na edição dominical: “Para nós hoje é domingo. Para os outros jornais ainda é sábado”. Aos sábados, o título do anúncio é: “Para os leitores de outros jornais o fim de semana acaba hoje. Para você ele está apenas começando”. E nos demais dias da semana, o mote é “O apressado come cru”.

Qualidade, cada vez mais, é produzir da forma que melhor satisfaça aos clientes e consumidores. Não esquecendo de cuidar também, obviamente, dos seus próprios clientes e público internos: aqueles que contribuem com sua vida e o seu trabalho para que a indústria da informação continue funcionando.

Elogiando profissionais que trabalham no *ANCcapital*, o *ombudsman* também elogiava o próprio jornal, como nessa coluna, de 28 de abril de 1996:

Humor 1

Leitora regular do *ANC* manifestou que costuma ler e se divertir com a coluna "Fala mané", do Aldirio Simões. Sem dúvida, o mané-mor Aldirio cativa o coração e desopila o fígado de muita gente que procura avidamente no jornal suas histórias picantes: com desfechos inusitados e enredos freqüentemente fantásticos, recheados de boêmia, malícia e folclore ilhéu. Acima de tudo, o cronista é um grande contador de "causos", como diriam os seus amados e amigos vizinhos do Estado do Rio Grande.

Humor 2

O "prêmio humor" no *ANC*, entretanto, vai com louvor e estrelinhas para o chargista Frank Maia. Com seu trabalho diário na página 2 do jornal, ele arranca também algumas das risadas mais rápidas e gostosas do público, à base de muita criatividade e inteligência crítica. Alguns elogios internos do ombudsman às charges do Frank já causaram até mesmo ciúmes (numa boa) a alguns colegas seus de Redação. Na verdade, os trabalhos de ambos - Aldirio e Frank - bem que poderiam ganhar coletâneas futuras impressas sob a forma de livros. Nem só de lágrimas e pesares vive a imprensa. Ainda bem!

Mesmo naquelas em que ele expunha problemas e defeitos, notas positivas eram, às vezes, contrapostas às críticas. Ao final da nota, o ponto positivo ficava mais em evidência do que o negativo. Como na coluna do dia 10 de dezembro de 1995:

Circulação

Venho testemunhando e recebendo eventuais reclamações sobre problemas de entrega de exemplares diários aos assinantes do jornal. Embora também seja assunto do meu interesse como "representante do leitor", recorro ao público que o *ANC* dispõe de um serviço especializado para tratar de informações relacionadas com assinaturas, entregas e sugestões de assinantes. É o SAL - Serviço de Atendimento ao Leitor do *ANC*, que atende pelo telefone (048) 224-7770. Não façam cerimônia em utilizar o serviço, já que seu *feedback* e interação como leitor e cliente são premissas fundamentais da proposta de trabalho do *ANCcapital* visando à qualidade total do produto.

Quando começou a exercer a função de *ombudsman*, Mário Xavier preocupou-se em esclarecer os leitores de suas atribuições. As análises propriamente ditas começaram somente na oitava coluna. Ao final da sétima, dia 29 de outubro de 1995, ele promete começar a discutir as falhas cometidas pelo jornal em 45 dias de vida:

Balanço

Aviso aos navegantes: a partir da próxima coluna de 5 de novembro (grifo meu, M.S.), farei um balanço de alguns dos erros, imprecisões e outros descuidos de informação e edição publicados pelo *ANC* nos seus primeiros 45 dias de vida. O objetivo, sempre, será o de comentar o material noticioso veiculado, e não os profissionais ou pessoas em particular.

Na semana seguinte, ele inicia essa análise, publicando cinco notas negativas sobre o *ANCcapital*. Nessas notas, aponta vários problemas:

Crítica e aperfeiçoamento

Conforme informado na última coluna, *a partir desta oitava edição do "Fórum de Leitores" estaremos selecionando semanalmente exemplos do noticiário publicado* (grifo meu, M.S.) que sirvam para aperfeiçoar a prática jornalística local e melhorar a qualidade do produto jornal como um todo.

Nesta primeira fase do trabalho do ombudsman, os comentários estarão geralmente centrados no próprio *ANC*capital. Gradualmente, serão incorporadas também críticas comparativas ou individuais de outros veículos de comunicação do Estado, do País ou do exterior.

Sustentação

Toda a autêntica notícia tem ao menos uma idéia, tese ou mensagem principal a transmitir, geralmente resumidas no título e no texto de abertura da matéria - o chamado "*lead*", do inglês. Quando o desenvolvimento de uma matéria não confirma ou justifica adequadamente a mensagem principal que anunciou no título ou no "*lead*", dizemos que esta matéria "não se sustenta", completa ou parcialmente. A fim de assegurar sua credibilidade, os jornais deveriam evitar, portanto, exemplos como o que consta da chamada de capa do *ANC* de 26.10: "*...Florianópolis é a cidade brasileira com mais vítimas de trânsito em relação ao número de habitantes*", reforçada pelo título na página 7, "*Ilha bate recorde de mortes em acidentes de trânsito*". Ao ler o texto completo da notícia, entretanto, o leitor não encontra os dados e as fontes que deram origem à tese do suposto recorde: não há o número específico de acidentes na capital, não há o número de vítimas, não há a cifra considerada como população total, não há o período de tempo a que se refere o estudo, nem mesmo a fonte que divulgou as informações. E o leitor, como fica?

Desatenção

"Boi andarilho"... Nem todos as falhas de reportagem ou edição são tão graves e sérias que não nos permitam até um certo riso e humor. Foi o que o *ombudsman* e muitos leitores sentiram ao ler a nota "*Farra do Boi*", na edição de 26.09. Não entrarei no próprio mérito da "*farra do boi em si*", mas apenas comentarei um detalhe no mínimo curioso da notícia. Nela, se lê que "*Uma farra de boi fora de época quase acabou em tragédia na noite de sábado, no Pântano do Sul. Desorientado, o boi invadiu o asfalto nos fundos da UFSC e se chocou com três carros*". Qual a ligação do distante Pântano do Sul com o estacionamento da UFSC? Possivelmente, o redator tenha utilizado erroneamente "Pântano do Sul" querendo se referir ao bairro Pantanal, nas imediações da Universidade. Uma senhora desatenção. A não ser que o boi da farra fosse, mesmo "desorientado", um animal realmente andarilho e passeador demais...

Menores

Crianças e adolescentes merecem proteção e tratamento especial nas legislações de todos os países considerados civilizados. O mesmo deveria ser regra na imprensa. Fiquei boquiaberto ao ler uma matéria na edição de 12.10 do *ANC*, com o título "*Mãe ameaça matar filha adolescente - Envolvida com drogas, ela já foi denunciada à polícia*". Alertei ao editor-chefe sobre o fato e questionei, veementemente, o porquê de ainda ter sido publicado o nome completo da menor, uma adolescente de 12 anos de idade. As editorias de Polícia dos meios de comunicação, em todo o mundo, são algumas das quais têm passado por um crivo cada vez mais exigente de reformulações e vigilância quanto ao respeito à privacidade e aos direitos dos cidadãos em geral e dos menores em particular.

Imprecisão

Ao lidar com números e cifras, profissionais de comunicação devem ter cuidado redobrado ao coletar, organizar e apresentar dados ao leitor. Na edição de 12.10 do *ANC*, página especial de Comércio, lê-se: “O preço de um copo de suco (de laranja) varia 100% entre um estabelecimento e outro, constatou a *Sunab* em pesquisa realizada na semana passada. A variação chega a 11.000% se computado o preço de uma caixa de laranjas no *Ceasa*”. Como o leitor poderá se informar completamente sobre o assunto e fazer as suas próprias contas confirmando os percentuais se o texto não fornece nenhum subsídio para embasar as conclusões? Não são citados os diferentes preços dos copos de sucos de laranja que permitiriam a conclusão sobre a variação de 100% entre eles. Tampouco é fornecido o preço da caixa de laranjas e o critério de cálculo comparativo que se utilizou para se chegar ao estratosférico índice de variação de 11.000%. Particularmente em jornalismo econômico, cada argumento deve ser adequadamente respaldado por fatos e exemplos concretos. Cada percentual ou cálculo final obtidos devem ser acompanhados dos elementos que permitiram se chegasse a eles.

Além das notas acima, Mário publicou ainda essa:

Incorreção

Uma das piores coisas que pode acontecer para jornalistas e para jornais é a publicação de inverdades e incorreções. Elas podem ser grandes ou pequenas. Mas sempre são incorreções: imperdoáveis e injustificáveis particularmente nos casos em que houve negligência na apuração dos fatos. O *ANC* do dia 16.10 nos fornece um exemplo aparentemente inocente deste tipo de procedimento não recomendável em termos jornalísticos. Na página 5, na coluna de Ricardinho Machado, a nota “*Tele-Música*” critica a Telesc por supostamente cobrar dos que procuram o serviço de informação 102 os “impulsos musicais” eventualmente escutados enquanto alguém espera ser atendido. Motivada por um leitor atento, uma checagem da informação pelo *ombudsman* junto à Telesc demonstrou que, na verdade, o tempo eventual de aguardo com música na linha jamais é cobrado do cliente. E que o próprio serviço 102 só é tarifado nos casos em que o número solicitado consta nas listas oficiais da empresa. Ou seja, o *ANC* publicou uma informação mal apurada e sem fundamento.

O *ombudsman* critica o colunista Ricardinho Machado por ter publicado uma nota sem antes checar ou publicar uma nota mal apurada. Porém, na coluna seguinte, outra nota acabava desculpando o colunista:

Telesc

Domingo passado comentei o fato do colunista Ricardinho Machado ter criticado um dos serviços da Telesc sem fundamento. Dia 7 de novembro, na sua coluna, Ricardinho admitiu que fora um “ledo engano baseado na informação de uma cidadã comum”. Como a assessoria de imprensa da Telesc não se manifestou sobre o assunto, argumenta ainda o colunista, ele tomou a fonte da cidadã como verdadeira. O detalhe é que, usualmente, um jornalista deve checar suas informações antes de publicá-las, e não depois. Concorro com o profissional, entretanto, em que a Telesc também dormiu no ponto ao não se manifestar posteriormente nem ao jornal nem ao autor da nota para retificá-la e esclarecer ao público, como normalmente deveria fazer. O papel de assessorias de comunicação social e de

ombudsmen (quando existentes) é o de, em casos semelhantes, justamente prestar esclarecimentos rápidos e precisos aos leitores, clientes e cidadãos em geral. Caso contrário é a velha história: fica o dito pelo não dito.

No fim das contas, parte da culpa é atribuída à Telesc, que não se manifestou para retificar a nota.

Nessa coluna do dia 12 de novembro de 1995, ele comenta uma das notas da semana anterior (*Menores*), e coloca a justificativa do editor responsável pelo erro apontado:

Menores

Em relação ao questionamento que levantei na semana passada sobre matéria publicada no *ANC* - "Mãe ameaça matar filha adolescente" - e a divulgação pública do nome da menor, por extenso, recebi resposta do jornalista Edson Costa, autor da reportagem. Seleciono alguns trechos: "Na matéria em questão, o nome da criança foi colocado, por extenso, porque não há uma só referência a ela que possa, no futuro imediato ou remoto, prejudicá-la a imagem. ...Não há, nem na lei nem no bom senso, qualquer impedimento a que o nome de uma pessoa ameaçada de morte seja citado. A não ser que a divulgação desse nome pudesse se concretizar a ameaça, o que não era o caso". O repórter informa ainda que "o nome da menina foi impresso com autorização de seu pai e com o consentimento da mesma". Ainda tenho minhas reservas e dúvidas sobre a questão toda. O que será que pensam outros jornalistas, autoridades e especialistas de justiça e bem-estar do menor? O debate está aberto.

O debate não foi em frente e o assunto foi esgotado.

A promessa de fazer uma análise semanal dos erros do jornal ficou por aí. Provavelmente o jornal só cometeu essas falhas durante os primeiros 45 dias.

Além dessas formas de elogiar o jornal, Mário Xavier também colocava notas positivas simplesmente no corpo do texto, sem nenhum recurso *estilístico*:

Especiais

O *ANC* publicou, dia 23.03.1996, no aniversário de Florianópolis, um conjunto de quatro cadernos especiais com um total de 32 páginas de bom jornalismo, enquetes, poesia, história e reflexões dedicadas ao passado, ao presente e ao futuro da cidade. Até aí, nada de muito novo, pois todos os jornais locais fizeram - ou estão fazendo - coisas do gênero. O que me chamou a atenção na edição de "Florianópolis 270 anos" do *ANC*, entretanto, foi também o extremo bom gosto do trabalho do ponto de vista estético, gráfico, de diagramação, fotos e ilustrações. Quanto a este aspecto, no mínimo, foram sem dúvida os melhores cadernos veiculados. Aliás, creio que um dos principais pontos nos quais o *ANC* tem inovado é na sua apresentação e feição gráfica, constantemente arejada, criativa e com ares cosmopolitas. (31 de março de 1996)

Mas não só os aspectos propriamente jornalísticos do *ANCcapital* eram objetos de elogios. A preocupação dos profissionais com a qualidade do jornal também mereciam notas:

Olheiros 1

A criação da função de *ombudsman* dentro do *ANCcapital* continua repercutindo de forma construtiva principalmente dentro da própria empresa *A Notícia* e na Redação do jornal em Florianópolis, onde convivem diariamente mais de 30 profissionais. A implantação do método de avaliação diária livre do conteúdo do jornal pelos próprios jornalistas - que gravam suas observações num arquivo do sistema computacional da Redação - contribui para consolidar ainda mais a figura do “*ombudsman* de imprensa público”.

Olheiros 2

Na minha visão, este papel tem sido reforçado e ampliado pela presença de vários outros “*ombudsmen* de imprensa internos” que auxiliam na crítica e revisão sistemática da qualidade do produto final *ANC*. Com isto, ganham os colegas, os editores, a empresa e os leitores, que têm a certeza de receber dia-a-dia um jornal que se preocupa com a qualidade de forma total. Posso afirmar que partem da própria Redação, em alguns casos, iniciativas em defesa do leitor e da correção de eventuais conteúdos do *ANC*. A isto poderíamos batizar de “novas atitudes dos jornalistas por uma nova imprensa mais ética, profissional e cidadã”. (24 de março de 1996)

Outro exemplo desse tipo de procedimento aconteceu em 30 de junho de 1996. A empresa *A Notícia* estava lançando seu *Manual de Redação e Estilo*, a ser utilizado tanto pelo jornal *A Notícia* quanto pelo *ANCcapital*.

Novo Manual de Redação

Hoje é um dia muito especial para esta coluna, quando posso informar que a Redação do *ANCcapital/A Notícia* já dispõem de um novo e atualizado “Manual de Ética, Redação e Estilo” de uso obrigatório por todos os profissionais que prestam serviços editoriais para a empresa. Leia-se aí editores, repórteres, redatores, paginadores, columnistas, colaboradores, fotógrafos, *ombudsman*.

O Manual já está implantado no sistema computacional das redações. E será impresso sob a forma de livro disponível inicialmente para os profissionais de *A Notícia*. Segundo a editora-chefe do *ANC*, Adriana Ferronato, no futuro o material poderá se tornar disponível também para o público em geral.

Felizmente, também poderei agora enviar cópias do Manual para *ombudsmen*, centros de estudos de imprensa e especialistas em comunicação e mídia que pesquisam e se interessam pelo tema no Brasil e no exterior.

No prefácio, o diretor de Redação de *A Notícia*, jornalista Luís Meneghim, afirma que “a mídia impressa, mais do que nunca, deve buscar a qualidade editorial; e que o manual é mais uma ferramenta de trabalho disponível para o bom exercício profissional”.

Com texto enxuto e linguagem extremamente objetiva e direta, o Manual contém as seguintes seções: *prefácio, introdução, ética, estilo, redação e estilo, fotografia, dúvidas comuns e índice remissivo*.

No texto de introdução, lê-se que “além de uma obrigação ética e profissional, fazer um jornal cada vez melhor transformou-se hoje numa questão de sobrevivência. Só permanecerão no mercado os jornais que forem aprovados pelos consumidores”. A afirmativa deixa clara a preocupação da empresa em respeitar e ouvir o leitor, promovendo uma correta interação com o mercado e estimulando atividades como as exercidas nesta coluna.

A empresa também declara que o Manual “tem como missão ajudar os jornalistas de *A Notícia* a alcançarem a meta da qualidade total, reunindo normas que uniformizam procedimentos”. O que reflete o compromisso público da direção e editores com a adequada modernização dos seus conceitos de gestão empresarial, incluindo aí as dimensões humanas, tecnológicas, gerenciais e de produção.

Considerei extremamente relevante o manual iniciar sua primeira seção com o tópico da “ética”, espinha dorsal da atuação deste e de outros *ombudsmen* de imprensa.

Dentre os assuntos abordados no referido tópico, encontramos subtítulos como: *acusações, boatos, compromisso (de publicação), crimes, emoção, erros, exagero, menores, off, (ouvir o) outro lado, polícia, política, preconceito, prejuízos (prejudicar alguém), privacidade, rótulos, suicídio.*

Na sua própria introdução o Manual deixa claro que “não tem a pretensão de ter resposta para todas as perguntas”; e que “as que forem surgindo no dia-a-dia terão de ser avaliadas em conjunto pelos jornalistas de *A Notícia* para depois serem incorporadas a este manual”.

É sempre um começo, é claro. Um primeiro passo. Mas um passo definitivo e que pode trazer um grande diferencial em termos da qualidade ética, técnica e estética que perseguimos em nome de um bom jornalismo e do respeito aos leitores e à cidadania. Parabéns ao *ANC* e ao *AN* de manual novo. O *ombudsman* vai dormir um pouco mais tranqüilo esta noite. E com a sensação de que contribuiu com sua exata parte no estímulo ao cumprimento dessa missão. (30 de junho de 1996)

As colunas de Mário Xavier como *ombudsman* do *ANCapital* tornaram-se espaço aberto à propaganda do jornal, promovendo indiferentemente a empresa e os profissionais que nela trabalham. A análise do conteúdo publicado ficou em segundo plano. Outros assuntos, como discussões de temas totalmente alheios ao jornalismo e à imprensa, tiveram, no entanto, seu espaço.

As Grandes Causas

O jornalista Mário Xavier utilizou seu espaço como *ombudsman* do *ANCcapital* para levantar algumas bandeiras, como o ambientalismo, a defesa da Língua Portuguesa contra os estrangeirismos em excesso e contra os chavões nos discursos políticos.

Ambientalismo

Em 17 de dezembro de 1995, ele faz um discurso inflamado contra a destruição da vegetação nativa em Florianópolis:

“Bad news on dead trees”

Há dias em que a imprensa nos revela fatos verdadeiramente chocantes e deprimentes. Alguns deles, publicados em edições recentes do *ANC*, me fizeram recordar de uma definição muito peculiar que ouvi de um amigo australiano, anos atrás. No inglês carregado deste jovial e ecológico povo residente em uma outra “grande ilha” do Pacífico, a Austrália, escutara então: “*Newspapers are bad news on dead trees*”. Jornais são notícias ruins em árvores mortas.

A triste ironia do destino foi que no último sábado, dia 16 de dezembro, a edição no.85 do *ANC* abriu com a manchete: “Ilha perde 76,1% de cobertura vegetal”. A *Notícia*, baseada em levantamento da geóloga Mariléa Caruso, confirmou a grave realidade de que as tão cantadas belezas naturais autênticas de nossa cidade já foram na sua maior parte destruídas e estão mais do que comprometidas e ameaçadas. Trata-se efetivamente de uma má notícia, impressa em papel feito também de árvores mortas, segundo o ditado australiano.

Como se não bastasse, o *ANC* continuou no domingo uma segunda parte da reportagem especial, que trouxe também fotos aéreas inéditas e atualíssimas sobre o quadro de ocupação do solo e devastação ambiental em diversas regiões da Ilha. E, entre outros depoimentos de fontes, especialistas e autoridades ambientais locais, registraram-se alguns como: “o máximo que se pode fazer é adiar o grau de destrutividade dos ecossistemas da Ilha”, segundo Paulo Lago, o superintendente da recém-criada Fundação Municipal do Meio Ambiente (FMMA). Lamentável que se tenha apenas isto a dizer.

O quadro poderia ser quase cômico, se não fosse trágico. Além dos problemas ambientais já identificados e muitas vezes até mesmo flagrados, existe “uma série de incoerências na gestão ambiental de Florianópolis”, segundo sustenta o relatório da Consulta Nacional sobre a Gestão do Saneamento e do Meio Ambiente Urbano.

Esta incoerência se materializa na quase total descoordenação entre os principais organismos governamentais encarregadas de, supostamente, zelar pela saúde e boa preservação do ambiente. Cada um interpreta a vasta legislação existente do seu próprio modo. E raramente agem com consenso e em parceria na defesa dos interesses públicos os quais representam e são pagos para zelar e preservar.

A persistir este quadro de ambigüidades técnicas e legais, casuísmos políticos, impunidade ostensiva e descontrolo da interferência e do desenvolvimento humano sobre o ambiente, não estará o longe o dia em que, infelizmente, afundaremos literalmente os ecossistemas e os dotes naturais da Ilha na mais obscura e obtusa situação de caos e destruição do pouco que ainda lhe resta.

E a nossa mais badalada esperança como “fonte de renda limpa”, o turismo, não terá mais o que vender e oferecer em termos de magia e encantamento nativo e natural. Será o fim do sonho. O limite do crescimento. A perda final da inocência mané e de um projeto conseqüente de cidadania e qualidade de vida sustentável. Antes disto, Deus queira, acorda Floripa!

Duas semanas depois, quando das enchentes que assolaram Santa Catarina durante o Natal de 1995, o *ombudsman* voltou a se manifestar contra a má utilização da natureza em prol do desenvolvimento desenfreado:

Até que ponto nossa sociedade - internacional, brasileira e catarinense - vem utilizando criativa e inteligentemente todo o arsenal tecnológico que freqüentemente divulga e se orgulha de ter no sentido de estudar, monitorar, interpretar e prever, com mais precisão e competência, episódios como o das últimas chuvas?

Até que ponto tais estudos e previsões, se efetivos, poderiam realmente poupar uma boa parte das tragédias e prejuízos, caso fossem divulgados a tempo de autoridades públicas e sociedade civil poderem tomar precauções e providências antecipadas e em caráter de emergência ou prioridade?

Para além da precipitação média acentuada e anormal das chuvas enquanto um “fenômeno natural” - que para os leigos vêm simplesmente dos céus pelas mãos de São Pedro - , que outras eventuais causas, interferências inconstantes ou omissões humanas poderiam ter contribuído para aumentar a grave proporção destruidora agregada aos recentes “eventos pluviométricos” de dezembro?

Ou seja, até que ponto uma parcela substancial dos chamados estragos da chuva não servem também para eventualmente evidenciar e trazer à luz uma série de incongruências e falhas humanas na forma de: administrar os recursos do ambiente (eco-nomia); gerir a infraestrutura urbana e viária; e não zelar adequadamente pela fiscalização, manutenção e segurança de inúmeras situações envolvendo a ocupação irregular do solo, construções clandestinas, má conservação de vias e equipamentos públicos, e devastação ambiental (ecologia) quase indiscriminada avançando há décadas e séculos sobre rios, morros, mangues e outros ecossistemas? Um penoso mas vital assunto para se iniciar responsavelmente 1996.

Antes de serem sanados todos os danos causados pelas chuvas, Mário Xavier já estava novamente levantando a bandeira da defesa ambiental:

Eco-chatos?

A Ilha não havia ainda se recuperado das enxurradas de dezembro, e continuamos a viver sobressaltos, neste março, que ameaçam a vida e o dia-a-dia dos florianopolitanos e moradores de outras regiões vizinhas.

O *ANC* tem dedicado um farto espaço de cobertura noticiosa ao tema. Toda a opinião pública está mobilizada em torno de deslizamentos de barreiras, reconstrução de ruas, galerias e bueiros, limpeza de canais, fortalecimento de pontes, e por aí a fora.

Comissões técnicas e de moradores se reúnem para analisar os problemas e discutir soluções. Administradores públicos e políticos são pressionados a se posicionar e agir.

Aterramos e ocupamos mangues. Despejamos lixo em locais inadequados. Construímos em excesso. Desmatamos e desregulamos o equilíbrio natural de lagoas, lagoinhas, morros e encostas.

E agora, "quem é que vai pagar por isso?", como cantava Lobão nos anos 80. Será que foi culpa apenas da chuva?

Deve ter muita gente revisando o conceito sobre quem é mais "chato", mesmo, e irracional: os muitas vezes combatidos ecologistas e ambientalistas, ou todos aqueles que têm pregado um suposto progresso e desenvolvimento a qualquer preço? Parece que o feitiço começa a se voltar contra os próprios feiticeiros. O que bem era de se esperar. (17 de março de 1996)

Língua Portuguesa

Em 24 de março de 1996, o *ombudsman* abriu sua coluna dominical defendendo a Língua Portuguesa da invasão nefasta de palavras estrangeiras:

I love estrangeirismos

"Estrangeirismo", para o nosso velho amigo Aurélio, é o emprego de palavra, frase ou construção sintática estrangeira. Em todas as épocas, diversos tipos de estrangeirismos estiveram presentes - em maior ou menor grau - no dia-a-dia de diferentes culturas, idiomas e dialetos.

Em tempos de globalização, cultura de massas e comunicação multimídia, entretanto, estamos ingressando numa nova era de absurdos e hábitos inconscientes que podem terminar por desfigurar e perverter em muito a nossa língua nativa, o português.

A *Folha de S. Paulo* chegou a dedicar um editorial, este mês, abordando a questão sob o título de "Língua Morta". Programas de televisões educativas têm chamado a atenção para o problema. E sem nenhum excesso de purismo ou xenofobia irracional, tenho também feito observações freqüentes sobre o tema para os editores e corpo da Redação do *ANC*.

Primeiro: o mínimo que se exige de um jornal ao publicar palavras e termos estrangeiros de absoluta necessidade é a diferenciação da sua impressão através de algum "efeito gráfico" como o itálico, o negrito ou a grafia entre aspas. O *ANC* nem sempre cumpre esta regra elementar. E tenho batido na tecla para que adote este procedimento corriqueiramente. A palavra "*ombudsman*", segundo este critério, foi grafada aqui, para exemplificar, em itálico (espero que o processo de edição e impressão não prejudique eventualmente o meu próprio exemplo).

Segundo: antes de empregar estrangeirismos ou utilizá-los como opção única e absoluta de informação para o leitor, deveríamos nos questionar se eles não podem ser substituídos por expressões equivalentes no idioma que os leitores dominam, o português, ou, ao menos, serem traduzidos ou adaptados para o grande público. Exemplo: é realmente necessário repetir como macaquinhos amestrados a expressão "banana boat"? Ela quer simplesmente dizer um barco sob a forma de banana, um "barco banana". Por que não dizer isto em português?

"Jet ski" seria simplesmente "esqui a jato", com motor. "Surf" pode muito bem ser "surfe". Assim como "sand board" se refere tão somente a um "surfe de areia", ou literalmente uma "prancha de (ou para) areia". E assim temos uma série de outros exemplos nos campos da economia ("dumping"), da informática (a adaptação "deletar"), dos esportes ("skate vertical

half pipe”), do lazer (“in line rollers”), comércio (“shopping centers”), da indústria (“E.F.I. - Electronic Fuel Injection”), do urbanismo e infra-estrutura (“beach park”) etc.

A continuarmos a importar e adotar - gratuita e licenciosamente - estrangeirismos oriundos do idioma inglês, em especial, não estará longe o dia em que veremos adesivos coloridos circulando em veículos locais com dizeres tipo: *I love English*. Será realmente, então, o dia da morte de nossa língua nativa, do entorpecimento final de nossa mente, e da alienação de nosso coração e de nossos sentimentos mais autênticos.

No entanto, ele não tentou mudar o nome de sua função de *ombudsman* para *ouvidor*, o que seria seguramente mais simples.

Chavões

Com a proximidade das eleições municipais de 1996, o jornalista se viu na obrigação de realizar uma campanha contra os chavões que os políticos costumam usar para sensibilizar a população. Em 28 de julho, ele inicia uma fase de “caça” aos clichês e chavões usados na campanha:

Chavões

Abordarei periodicamente neste “Fórum de Leitores” alguns dos principais chavões, clichês e recursos de linguagem que costumam ser empregados pelos políticos em campanha nas suas manifestações pela mídia ou em seus discursos para o público. Com frequência, no passado recente, eles tiveram um caráter demagógico, vazio e ilusionista. É preciso ter cautela para não confundir gato por lebre. Políticos corretos e uma imprensa atenta deveriam manter distância desses recursos condenáveis. Leitores, ouvintes e espectadores têm que se vacinar preventivamente contra a ameaça do “palavrório convincente” dos políticos. Para isto, devemos fazer uso de nossa própria objetividade, espírito crítico, intuição e bom senso.

Uma semana depois, o *ombudsman* começou sua cruzada contra os chavões. A campanha que ele movia contra os clichês buscava um questionamento maior dos discursos políticos por parte da população:

Chavão 1

“Nossa proposta é popular e democrática”, candidatos deste Brasil em campanhas eleitorais municipais, em 1996, poderão insistir: sem importar o partido, a ideologia ou a tendência que representam. Ora, toda a razão de ser da política é administrar anseios, necessidades e interesses coletivos da comunidade. Não há política sem sociedade. Não existiriam políticos não fosse a existência de “um povo” ao qual eles buscam representar. Assim, todas as propostas políticas são “populares”. E ao menos aparentam também serem “democráticas” e “participativas” de uma forma ou de outra. Até porque de acordo com todos os parâmetros políticos decentes e contemporâneos em vigor no mundo civilizado não poderia ser de outra maneira.

Chavão 2

A diferenciação entre o grau de autenticidade e coerência das ditas propostas, entretanto, cabe primordialmente aos cidadãos e eleitores realizar. Eles precisam distinguir entre o que é popular e o que é populismo; o que é participação ampla e efetiva e o que é demagogia; o que é genuinamente democrático e o que é autoritarismo disfarçado; quem é mais comprometido com o povo ou com as elites; quem respeita os cidadãos como indivíduos livres e responsáveis e quem é paternalista no seu trato com as comunidades. Não iluda-se, portanto, com palavras de efeito. O exemplo Collor ainda é um dos mais dramáticos, recentes e amargos que o País vivenciou.

Continuando a sua *defesa da cidadania*, Mário Xavier volta a questionar chavões, e continuou até o final de seu primeiro ano de “mandato”:

Clichês

“Queremos o progresso e o desenvolvimento da cidade”. Este é outro dos clichês utilizados por alguns políticos profissionais. Ora, quem não quer “progredir e desenvolver-se”? A questão, cada vez mais, é informar à sociedade sobre que visão particular de “progresso” e de “desenvolvimento” cada candidato ou partido oferece. E quais as estratégias, os meios e os recursos reais que mobilizarão para colocar em prática seus planos, objetivos e promessas. Idéias todos têm. Sonhos e delírios também. Imaginar um lugar melhor - e até mesmo paradisíaco - para se viver é clichê mais do que comum, com o qual até os ancestrais indígenas brasileiros aspiravam e designavam pela expressão “tekoá” (“terra livre do mal”). É preciso, entretanto, ter os pés no chão e falar do que é possível e real. Política não é ficção e imagem. É a vida prática e cotidiana das pessoas que precisam ser respeitadas em sua dignidade e cidadania. *(11 de agosto de 1996)*

Clichês

“Queremos oferecer melhores condições de vida para a sociedade”. Este é outro chavão antigo e batido utilizado pelos políticos na mídia particularmente em tempos de campanha eleitoral, como os que vivemos agora. Ora, quem não tem algum desejo de melhorar de vida? E quem não almeja que a sociedade também progrida, desenvolva-se e possa oferecer condições de vida mais justas, dignas e democráticas para todos? Só que sai governo e entra governo, no Brasil, e esses progressos sociais efetivos são inexistentes ou avançam insignificativamente ano após ano. Vide as posições do País nos indicadores internacionais oficiais de qualidade de vida. Por isto, lembre-se que eleições não são loterias, bingos, sorteios ou carnês mágicos que trarão a felicidade geral como que por sorte ou milagre. A imprensa - e o *ANC*, no nível local - tem contribuído em muito para que os candidatos dessas eleições municipais tenham uma postura mais honesta, realista e transparente para com o público, leitores e eleitores. O tempo do discurso estéril e das promessas impossíveis precisa terminar de vez. *(18 de agosto de 1996)*

Clichês

“Todos merecem melhores salários e condições dignas de sobrevivência”. Este é um chavão que tem sido utilizado com um pouco mais de parcimônia pelos políticos, já que todos estão cansados de saber que a tal da “melhor remuneração” e uma mais justa “distribuição de renda” neste País é um discurso desgastado desde os anos 70, nos tempos da ditadura. Hoje em dia, o máximo da popularidade é ofertar e prometer “a geração de empregos e de renda”: mesmo que não se afirme claramente que tipo de emprego, que valor de renda, e o quanto

isto permitirá ou não uma existência feliz. Temos que convir, porém, que algum progresso houve na transparência e lisura do processo eleitoral. No passado, os candidatos ofereciam "empregos" no próprio governo, que era utilizado como "cabide" para filiados e outros apadrinhados. E garantiam "renda" principalmente através do assistencialismo social com verbas públicas, o que angariava votos entre as camadas mais pobres e mantinha a imagem de "bonzinhos" dos políticos. Velhos tempos, que encontram-se em fase já agonizante. Também graças à ação da correta Imprensa. (25 de agosto de 1996)

Outros chavões, que não os de políticos, foram enfocados pelo *ombudsman*. Como em 31 de março, onde ele fala de alguns, mas cita um que costuma usar com frequência: qualidade total.

* "**Qualidade e Qualidade Total**" - Talvez um dos maiores chavões (neo-liberais) contemporâneos seja o de falar em "qualidade" e, mais charmoso ainda, "qualidade total". O problema é que muita gente emprega o termo de forma mistificada e projetando nela uma panacéia para tudo - mas que passa principalmente por investimentos em tecnologia e recursos materiais "modernos" como a informática, automação de processos e tudo que é "on line", "internético", "em tempo real", "avançado", "rápido", "automatizado". Alguns fingem esquecer que a verdadeira qualidade começa pelo bem-estar material e subjetivo do ser humano. E que uma das mais elementares das "qualidades" deveria iniciar justamente pelo próprio valor dos contracheques dos trabalhadores que mantêm a produção ou prestam serviços. Ou seja, ainda se trata a qualidade de vida da sociedade e dos indivíduos como algo dissociado da qualidade das condições de trabalho e dos salários que se lhes oferecem.

Na primeira coluna, entretanto, o *ombudsman* havia publicado o seguinte parágrafo:

Trata-se, acima de tudo, da semente de uma nova cultura de serviços em defesa do público e da *qualidade total* (grifo meu, M.S.) nas empresas de comunicação. Uma proposta de trabalho interativo que mexe com temas instigantes como ética, credibilidade, concorrência de mercado e conceitos tradicionais de se fazer jornalismo, estimulando cada vez mais uma participação ativa e qualificada da comunidade.

Em outra coluna, o termo volta a ser mencionado:

Creio, portanto, que um dos principais papéis dos *ombudsmen* de imprensa hoje em dia, *em tempos de qualidade total* (grifo meu, M.S.), é zelar cada vez mais pela garantia de que o público receba um bom produto e um bom serviço de informação. Esta foi outra das conclusões unânimes da convenção da Filadélfia.

Outro clichê muito usado foi o famoso e mais na moda do que nunca *politicamente correto*:

Enquanto não investirmos no *politicamente correto* (grifo meu, M.S.) desde a origem, na mais tenra idade, não haverá como esperar cidadãos e coletividades corretas apenas por decreto ou como que por graça e milagre divinos.

É preciso que adotemos posturas mais democráticas e civilizadas que orientem critérios de comunicação social *politicamente corretos* (grifo meu, M.S.). Critérios estes que um “estado de qualidade” e seus profissionais de propaganda deveriam levar em conta a fim de respeitar os sentimentos, as tradições, o valor, a auto-estima e os direitos de todos os seus cidadãos - independente de cor, raça, credo, posição social.

A respeito da imprensa, um dos mais conhecidos e difundidos chavões. Aliás, reconhecido por ele:

É um quase lugar comum afirmar que a Imprensa seria uma espécie de “quarto poder”. E ela o é, efetivamente, em muitos momentos.

Essas campanhas promovidas pelo *ombudsman* foram surgindo de repente e, da mesma maneira, sumindo de cena. Somente a *qualidade total* e o *politicamente correto* perduraram pelo ano todo.

Conclusão

O primeiro ano de "O Capital" teve numerosos sucessos: o público leitor aumentou consideravelmente, dentro do período de um ano; o próprio jornal, "E daí para frente", tornou-se o principal veículo de comunicação da Direção, e o principal meio pelo qual se congrega os esforços de todos os colaboradores, que assim seriam seus próprios responsáveis.

Notavelmente melhorando a situação financeira, com o aumento do jornal, com o crescimento da qualidade e quantidade dos serviços, com os resultados sólidos e notáveis, com a solução preocupante em relação aos recursos econômicos, e com o êxito relativo em relação aos aspectos bons de uma situação ruim.

Em 17 de maio de 1926, o Conselho de Administração promoveu uma reunião, com a seguinte pauta: a) situação financeira; b) situação administrativa; c) situação de trabalho; d) situação de saúde; e) situação de segurança.

Os pontos de vista de cada um dos membros do Conselho de Administração foram discutidos e aprovados, e a seguinte resolução foi aprovada:

1. O Conselho de Administração, tendo em vista a situação financeira, administrativa, de trabalho e de saúde, resolve:

- a) manter a situação atual;
- b) manter a situação atual;
- c) manter a situação atual;
- d) manter a situação atual;
- e) manter a situação atual;

2. O Conselho de Administração, tendo em vista a situação financeira, administrativa, de trabalho e de saúde, resolve:

- a) manter a situação atual;
- b) manter a situação atual;
- c) manter a situação atual;
- d) manter a situação atual;
- e) manter a situação atual;

3. O Conselho de Administração, tendo em vista a situação financeira, administrativa, de trabalho e de saúde, resolve:

- a) manter a situação atual;
- b) manter a situação atual;
- c) manter a situação atual;
- d) manter a situação atual;
- e) manter a situação atual;

4. O Conselho de Administração, tendo em vista a situação financeira, administrativa, de trabalho e de saúde, resolve:

- a) manter a situação atual;
- b) manter a situação atual;
- c) manter a situação atual;
- d) manter a situação atual;
- e) manter a situação atual;

5. O Conselho de Administração, tendo em vista a situação financeira, administrativa, de trabalho e de saúde, resolve:

- a) manter a situação atual;
- b) manter a situação atual;
- c) manter a situação atual;
- d) manter a situação atual;
- e) manter a situação atual;

6. O Conselho de Administração, tendo em vista a situação financeira, administrativa, de trabalho e de saúde, resolve:

- a) manter a situação atual;
- b) manter a situação atual;
- c) manter a situação atual;
- d) manter a situação atual;
- e) manter a situação atual;

7. O Conselho de Administração, tendo em vista a situação financeira, administrativa, de trabalho e de saúde, resolve:

- a) manter a situação atual;
- b) manter a situação atual;
- c) manter a situação atual;
- d) manter a situação atual;
- e) manter a situação atual;

8. O Conselho de Administração, tendo em vista a situação financeira, administrativa, de trabalho e de saúde, resolve:

- a) manter a situação atual;
- b) manter a situação atual;
- c) manter a situação atual;
- d) manter a situação atual;
- e) manter a situação atual;

9. O Conselho de Administração, tendo em vista a situação financeira, administrativa, de trabalho e de saúde, resolve:

- a) manter a situação atual;
- b) manter a situação atual;
- c) manter a situação atual;
- d) manter a situação atual;
- e) manter a situação atual;

10. O Conselho de Administração, tendo em vista a situação financeira, administrativa, de trabalho e de saúde, resolve:

- a) manter a situação atual;
- b) manter a situação atual;
- c) manter a situação atual;
- d) manter a situação atual;
- e) manter a situação atual;

11. O Conselho de Administração, tendo em vista a situação financeira, administrativa, de trabalho e de saúde, resolve:

- a) manter a situação atual;
- b) manter a situação atual;
- c) manter a situação atual;
- d) manter a situação atual;
- e) manter a situação atual;

12. O Conselho de Administração, tendo em vista a situação financeira, administrativa, de trabalho e de saúde, resolve:

- a) manter a situação atual;
- b) manter a situação atual;
- c) manter a situação atual;
- d) manter a situação atual;
- e) manter a situação atual;

O primeiro ano de Mário Xavier como *ombudsman de imprensa* do *ANCcapital* teve momentos distintos. Inicialmente, ele sentiu a obrigação de esclarecer o público leitor qual era sua função, e que história era aquela de ser "um jornalista, dentro do jornal, que era pago para analisar e até falar mal do próprio jornal." E nas primeiras colunas, o que ele fez foi exatamente isso. Publicou as diretrizes da *ONO (Organization of News Ombudsmen)*, entidade mundial que congrega os *ombudsmen de imprensa* do mundo todo. Também disse quais seriam seus métodos de trabalho e obrigações na função.

Num segundo momento, surgiu uma faceta peculiar de seu trabalho. Era intrigante a maneira como utilizava seu espaço. Ao invés de análises semanais do conteúdo do jornal, com dose razoável de distanciamento (até para o leitor se aproximar da realidade quotidiana do jornalista e poder analisar com critérios mais sólidos o noticiário que lhe é entregue diariamente), o que se viu foi uma coluna preocupada em promover o jornal e seus profissionais. Para isso, usava de recursos como publicar elogios de terceiros ao jornal, ou introduzir tópicos relativos ao jornalismo ou à imprensa em geral e depois identificar os aspectos bons desses tópicos no *ANCcapital* ou excluir o jornal dos aspectos ruins.

Em 19 de maio de 1996, quando o *ombudsman* havia recém participado de uma convenção promovida pelo *ONO*, em Filadélfia, Estados Unidos, iniciou uma coluna falando sobre a função e sobre o trabalho de *ombudsman* nos Estados Unidos e no Brasil. Depois de discorrer sobre as diversas condições de trabalho tanto lá quanto aqui, Mário Xavier escreve um período em que, sem querer, sintetiza seu trabalho como *ombudsman* do *ANCcapital*:

Mais do que um elemento de fachada ou *marketing* de uma empresa, este profissional deve ser uma analista e fomentador de idéias, valores e sugestões para uma melhor gestão interna da própria instituição para a qual presta serviços - seja ela pública ou privada.

No primeiro termo da comparação, está retratada a função para a qual Mário Xavier foi nomeado pela direção da empresa *A Notícia* e da qual não conseguiu se livrar, pelo menos durante o primeiro ano de "mandato": *Elemento de fachada e marketing*. É isso que ele acabou sendo para o *ANCcapital*.

Mas não há somente pontos negativos no trabalho de Mário Xavier. Há pontos positivos. Promoveu a divulgação das atividades da categoria dos jornalistas. Em diversas colunas, tomou a defesa dos jornalistas, pedindo melhores condições de trabalho.

Pesquisa feita pelo Instituto de Ciência e Tecnologia da Universidade de Manchester, na Inglaterra, revelou que a atividade jornalística é a terceira mais estressante, com índice 7,5 numa escala de zero a dez. Ocupa a mesma posição de guardas penitenciários e pilotos de avião, abaixo apenas dos índices de mineiros (8,3) e policiais (7,7). Esses dados foram publicados por Mário Xavier em sua coluna de 04 de fevereiro de 1996.

Em algumas colunas, o *ombudsman* justificou erros cometidos pela imprensa falando das condições nada adequadas de trabalho dos jornalistas. Muitas pautas num só dia, eterna pressão do *deadline*, por questões de distribuição, principalmente nos jornais que circulam nacionalmente.

Polêmicas - Exercer a função de *ombudsman* pode trazer problemas de relacionamento pessoal para o jornalista. Não são todos os que aceitam críticas ao seu trabalho. Aliás, muito poucos aceitam críticas. Em 1990, na *Folha de S. Paulo*, o então *ombudsman* Caio Túlio Costa envolveu-se numa polêmica que se arrastou por meses com o colunista Paulo Francis. A troca de farpas entre os dois só terminou quando o próprio jornal resolveu colocar um fim naquilo e publicou, na mesma página, lado a lado, as considerações finais de cada um deles sobre o assunto. Caio Túlio também foi criticado por diretores e jornalistas de outras empresas de comunicação eventualmente citados por ele em suas colunas dominicais.

Em Florianópolis, o *ombudsman* do *ANCapital* nunca teve esse tipo de problema. Pelo menos nunca houve polêmica entre ele e qualquer outro jornalista ou colunista de jornais catarinenses. Talvez pela característica do trabalho de Mário Xavier, seu esforço para estar sempre bem com toda a categoria dos jornalistas, o fato de nunca ter utilizado seu espaço para criticar com mais veemência matérias que tenham saído erradas no jornal.

A única ocorrência, durante o primeiro ano de "mandato" dele na função, de crítica pública e nominal a alguém do *ANCapital*, foi a referência ao colunista Ricardinho Machado, quando esse publicou nota a respeito da cobrança indevida pela Telesc do tempo em que o cliente fica com o telefone ligado escutando música e esperando para ser atendido pela própria Telesc. Mário Xavier criticou a postura do colunista, que publicou a nota sem checar a informação. No fim, praticamente absolveu o jornalista e culpou a vítima - a Telesc - por não ter-se apressado em desmentir a nota. Com atitudes como essa, Mário Xavier nunca se envolveria em polêmicas.

Concorrência - O *ombudsman* tinha o costume de não citar nomes de outros jornais em sua coluna. Apenas uma vez mencionou os jornais *O Estado* e o *Diário Catarinense*. Foi para criticar o *ANCapital*, que não mantinha nas bancas nas segundas-feiras o exemplar de domingo, ao contrário dos concorrentes. Outras vezes, como quando explicou o motivo pelo qual o *ANCapital* era impresso em formato *standard* e não tablóide, teve o cuidado de não mencionar o *Diário Catarinense*, preferindo escrever longamente *jornal concorrente de um grupo de comunicação do extremo Sul do Brasil*.

Exemplo ruim dessa prática foi na última coluna do primeiro ano, dia 01 de setembro de 1996. Falando de dois plágios que teriam acontecido em dois jornais, um do Rio Grande do Sul e outro de Santa Catarina, Mário faz o seguinte comentário:

Plágio 2

Recebi dossiê de um leitor a respeito de casos de plágio ocorridos com duas diferentes reportagens publicadas originalmente na revista *Mares do Sul*, em Florianópolis. Elas

teriam sido “chupadas” (na gíria de imprensa), uma pelo jornal *Correio do Povo* (RS), no caso da matéria “Rafting no Rio Itajaí-Açu - Emoção nas Corredeiras”; e a outra por um jornal local concorrente de *A Notícia*, a partir do texto “Marinas à Vista”. Segundo o leitor, lamentavelmente, tanto o chefe de Redação como o editor, no caso do jornal local, “nada fizeram em relação ao assunto”.

É de se estranhar que o *ombudsman* tenha mencionado o nome do jornal *Correio do Povo*, do RS, e omitido o nome do jornal local concorrente de *A Notícia*. Assim como não foi dado o crédito ao jornalista Colombo de Souza, repórter de polícia do *Diário Catarinense*, no caso de escuta nos gabinetes de oficiais da Polícia Militar de Santa Catarina. Colombo foi o jornalista que cavou a história e publicou no *DC*. Quando Mário Xavier citou o caso, disse apenas:

Um grupo de policiais militares conscientes decide trazer à tona a realização de escutas clandestinas ordenadas por seus superiores para espionar ilegalmente a vida privada de outros oficiais. Lá esteve a imprensa investigando e dando voz ao assunto (grifo meu, M.S.). A consequência foi fulminante: sai o comandante da Polícia Militar e o governo do Estado é obrigado a abrir inquérito e tomar providências imediatas também repassadas à opinião pública pela mídia.

Quem lê as colunas assinadas por Mário Xavier tem a impressão que ele é orientado a não escrever o nome da concorrência nem dar crédito para profissionais de outros jornais. A chamada “crítica de mídia” proposta pelo *ombudsman* no início do “mandato”, que deveria englobar não só o jornal onde ele trabalha, mas outros jornais e outros tipos de veículos de comunicação, fica restrita ao *ANCcapital*. Mostrando que o *ANCcapital* levou um furo, ou furou um concorrente, o *ombudsman* teria melhores condições de comprovar suas teses de que o jornal estava melhor que a concorrência ou precisando melhorar em alguns aspectos, contribuindo, assim, para maior qualidade final do produto jornal, como ele mesmo gostava de dizer.

Comparando a cobertura dada pelo *ANCcapital* a determinado evento com a de outro jornal, Mário poderia apontar tanto falhas quanto acertos de um e de outro. Assim, contribuiria para a melhoria do jornal onde trabalhava, ao mesmo tempo em que seria justo e daria créditos a profissionais de outros veículos que realizassem um bom trabalho. Como o próprio *ombudsman* disse, seu trabalho não se resume a falar mal. Mas também não é só falar bem e varrer a sujeira para baixo do tapete.