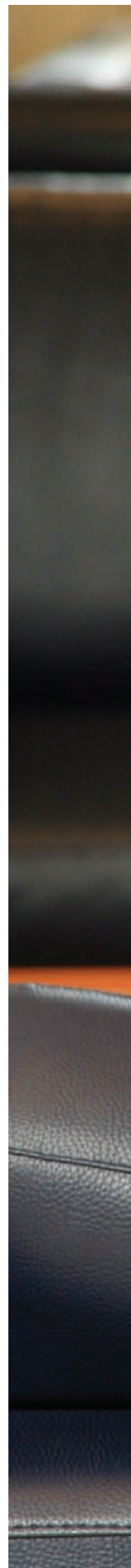


«Sem bons
jornalistas
não há
democracia»

Bill Kovach

Formou-se em Biologia Marinha mas foi ao Jornalismo que dedicou a sua vida. Bill Kovach inciou a sua carreira no final dos anos 50, no Johnson City Press Chronicle, do Tennessee, e depressa despertou o interesse do New York Times, jornal que viria a chefiar, em Washington, no final dos anos 70 e na década de 80.

Texto **Patrícia Fonseca** Fotos **Visão**



Em 1989 trocou as redacções pela Universidade de Harvard, onde foi Curador da Fundação Nieman para o Jornalismo, e publicou, em 2001, *Os Elementos do Jornalismo* (Porto Editora), considerado o mais importante livro da actualidade sobre as relações entre jornalismo e democracia – uma obra que resulta da reflexão dos mais de nove mil jornalistas norte-americanos que responderam ao desafio do Comité dos Jornalistas Preocupados, de que Kovach foi também fundador.

Aos 74 anos, continua a dar aulas e a investigar o mundo das notícias, no âmbito do Projecto para a Excelência no Jornalismo. Foi dos desafios que hoje se colocam ao exercício da profissão que veio falar a Lisboa, Braga e Coimbra, a convite do Clube de Jornalistas.

Costumam apresentá-lo como a «consciência moral» do jornalismo americano. O que pensa disso?

Sinto-me honrado. Talvez esse título se deva ao facto de ter sempre encarado esta profissão como uma missão muito importante. O jornalismo é o mais próximo que tenho de uma religião. Acredito piamente que sem bons jornalistas não há democracia. Sem uma imprensa credível e independente não pode haver uma opinião pública forte, que saiba exigir dos governantes aquilo que quer para a sua vida.

Porque diz que as pressões comerciais sobre os media podem, tal como as ditaduras, subverter a cultura democrática?

Porque o interesse económico não corresponde, necessariamente, ao interesse público. O principal objectivo do jornalismo não pode ser o lucro, mas sim a garantia de que a informação prestada aos cidadãos é verdadeira e essencial para a organização da nossa sociedade.

Mas concorda que as empresas jornalísticas têm de ser lucrativas para garantirem a sua independência?

Sim, claro. Mas este é um negócio diferente, com valores fundamentais que não podem ser esquecidos, em nome do lucro. Hoje, aposta-se muito no info-entretenimento,

em busca de mais receitas, julgando que as pessoas querem é ser distraídas, em vez de informadas. Mas penso que esse é o caminho para a autodestruição... Para nos distrairmos, vamos ao cinema!

Os cidadãos só podem recorrer aos jornalistas para obterem informação relevante e independente: esse é o nosso negócio. É nossa missão distinguir a propaganda das verdadeiras notícias. E é também nosso papel ajudar o público a entender que está melhor com notícias independentes e reais, sobre assuntos como educação e saúde, em vez de lixo sobre a vida das estrelas. A grande beleza do jornalismo acontece quando tocamos assuntos que envolvem as pessoas, que podem mudar o estado do mundo, fazer a diferença.

E há, felizmente, alguns jornais que permanecem fiéis a esse princípio, como o *New York Times*. Tem uma estratégia comercial muito forte, desde a sua fundação, mas sempre para fornecer a melhor informação e prestar um bom serviço, acreditando que o público está disposto a pagar por isso.

Essa é a ideia que norteia o seu novo projecto, para a cobertura das próximas eleições presidenciais?

Sim, no âmbito do Projecto de Excelência para o Jornalismo fizemos um acordo com uma televisão local e pretendemos provar que, dando informação séria, credível e relevante, é possível subir as audiências e, consequentemente, atrair mais anunciantes.

A cultura empresarial mudou, desde que começou a sua carreira, no final dos anos 50?

Muito. Os grandes empresários do século passado levavam a sério a sua função de informar e educar o público. Obrigavam, inclusive, os jornalistas a escreverem de forma simples, para que as vagas de imigrantes que chegavam à América compreendessem os textos.

É certo que o jornalismo sempre foi um negócio, mas, até poucos anos, havia a noção de que o jornalista tinha uma obrigação social que ia além dos interesses imediatos

“Sem uma imprensa credível e independente não pode haver uma opinião pública forte, que saiba exigir dos governantes aquilo que quer para a sua vida.”

“O principal objectivo do jornalismo não pode ser o lucro, mas sim a garantia de que a informação prestada aos cidadãos é verdadeira e essencial para a organização da nossa sociedade.”

“É nossa missão distinguir a propaganda das verdadeiras notícias. E é também nosso papel ajudar o público a entender que está melhor com notícias independentes e reais, sobre assuntos como educação e saúde, em vez de lixo sobre a vida das estrelas.”



dos patrões. Hoje, a maior parte da indústria está nas mãos de multinacionais. E, nesse contexto, não é assim tão importante, porque não é muito rentável. A ABC News representa menos de 2% dos lucros da Disney. Também a NBC fornece menos de 2% dos lucros da General Electric. Tudo isto nos devia preocupar. Parece-me difícil que um repórter da revista Time possa cobrir com isenção informações da AOL, e de tudo o que lhe está associado. É o seu emprego que pode estar em risco.

Tenta-se também inculcar nos jornalistas a noção das notícias como «produto», que o público é um «cliente» e que o jornal tem de cumprir com os seus objectivos anuais...

Exacto, isso não poderia ser mais errado! Hoje, nos Estados Unidos, os editores e jornalistas dos grandes jornais têm prémios anuais que podem representar até 20% do seu rendimento. E esses prémios não estão dependentes da qualidade do jornalismo que fizeram, mas sim das vendas e dos lucros que a empresa conquistou. Isto é uma novidade dos últimos vinte anos, que pode condicionar o exercício da profissão em liberdade, de formas que ainda nem compreendemos completamente.

E em relação à pressão do poder político sobre os jornalistas, o que mudou?

Os governos sempre quiseram controlar a comunicação social. O nosso dever é resistir a essa pressão. Recordo um dia em que estava na Sala Oval com o presidente Jimmy Carter e ele estava furioso com uma notícia que tínhamos publicado no New York Times. E o seu assessor de imprensa disse na altura algo que nunca esqueci: «Senhor Presidente, não vale a pena discutirem mais. O senhor quer que o público receba determinada informação, para que o País possa seguir o rumo que o Presidente considera importante; Kovach quer que o público tenha informação para decidir que rumo deve seguir este País.» E é sempre disto que falamos, em servir os cidadãos, para que estes possam fazer as suas escolhas e formar as suas opiniões livremente.

“É certo que o jornalismo sempre foi um negócio, mas, até poucos anos, havia a noção de que o jornalista tinha uma obrigação social que ia além dos interesses imediatos dos patrões.”

“Hoje, nos Estados Unidos, os editores e jornalistas dos grandes jornais têm prémios anuais que podem representar até 20% do seu rendimento. E esses prémios não estão dependentes da qualidade do jornalismo que fizeram, mas sim das vendas e dos lucros que a empresa conquistou.”

“Tornou-se importante dar a notícia antes de todos os outros, relegando para segundo plano a sua confirmação. Isso está a abalar a credibilidade da profissão. Os jornalistas têm de recordar que não há nenhum mérito em ser o primeiro a estar errado...”

Um dos elementos do jornalismo é que «a nossa primeira obrigação é para com a verdade». Com a Internet e a pressão de dar notícias a cada instante, esse valor está em causa?

Definitivamente. Tornou-se importante dar a notícia antes de todos os outros, relegando para segundo plano a sua confirmação. Isso está a abalar a credibilidade da profissão. Os jornalistas têm de recordar que não há nenhum mérito em ser o primeiro a estar errado...

Nos últimos anos, sucederam-se também os casos de jornalistas que inventaram as suas histórias. Foi convidado para investigar o escândalo que envolvia o jornalista Jack Kelley, do USA Today. Como foi possível um jornal publicar aquelas notícias?

A culpa foi, em última análise, dos editores. Na ânsia de venderem boas histórias, e depressa, ignoraram as regras básicas, que mandam confirmar a informação junto de várias fontes. Desde aí, vários directores recusam fontes anónimas. Foi um alerta, lembrando-nos como é vital, até para a sobrevivência da profissão, manter viva uma cultura de excelência no jornalismo.

Quando deixou a direcção do Atlanta Journal-Constitution, onde terminou a sua carreira, os jornalistas juntaram dinheiro para comprar uma página inteira de publicidade, onde elogiaram a sua dedicação e seriedade e criticavam ferozmente os proprietários do jornal, por o terem deixado sair... Foi um gesto que o marcou?

Muito, muito... Foi uma prova de carinho muito grande, de um grupo de jornalistas que estava tão empenhado como eu em fazer daquele jornal um projecto sério e relevante.

E conseguiram, em dois anos, sob a sua direcção, dois prémios Pulitzer...

Sim, foi fantástico, nunca tal tinha acontecido a um jornal de Atlanta. E mantendo esses altos padrões de qualidade, tínhamos também aumentado o número de vendas e de anunciantes. Mas os proprietários não estavam satisfeitos, queriam mais. Foi uma pena.

Saiu dos jornais para passar a estudá-los. Não tem saudades das redacções?

Oh, claro! Todos os dias! Não há trabalho mais extraordinário do que o de jornalista. ■

