

IV - Planos Editoriais

As emissoras de rádio e TV da Radiobrás, a Agência Brasil e os produtos dos bancos de dados e de notícias são guiados por Planos Editoriais. Trata-se de documentos de circulação interna que traduzem o compromisso da Empresa com a objetividade da cobertura e com o direito do público à informação de qualidade. São os roteiros da busca de excelência para o conteúdo dirigido ao cidadão.

Adotados a partir de 2003, os planos editoriais são renovados anualmente, traçam o diagnóstico do presente e estabelecem as ações futuras necessárias para atingir metas. Eles consistem na principal ferramenta de trabalho para as chefias e servem de parâmetro para todas as redações.

A orientação mestra para sua confecção são a missão, os valores e a estratégia editorial da Radiobrás. Elaborados por toda a equipe e aprovados pela direção da empresa, esses planos representam o pensamento estruturado das equipes sobre os veículos e sua relação com os cidadãos. São o indicador mais seguro de aonde se quer chegar e a referência mais concreta para medir o que foi alcançado.

Toda vez que um jornalista da Radiobrás tiver dúvidas acerca da pauta, do tratamento da matéria, de quem é o seu público e dos conceitos que movem a empresa, deve reler atentamente o Plano Editorial do seu veículo ou produto. Ele encontrará ali os parâmetros necessários para fazer jornalismo de qualidade.