

*mediapolis 9**Reinventando Pactos Globais para a Ética da Comunicação e do Jornalismo**Reinventing Global Pacts for Communication and Journalism Ethics**Carlos Camponez*

carlos.campones@fl.uc.pt

Centro de Estudos Interdisciplinares do Séc. XX

<https://orcid.org/0000-0003-0832-7174>*Rogério Christofoletti*

rogerio.christofoletti@uol.com.br

Universidade Federal de Santa Catarina

<https://orcid.org/0000-0003-1065-4764>https://doi.org/10.14195/2183-6019_9_0

É uma evidência que as tecnologias da era digital estão ainda longe de ter cumprido as suas melhores promessas, sobretudo agora que dela já conhecemos alguns dos seus efeitos perversos. A tal ponto esta realidade se coloca nos nossos dias que, por vezes, parece que a reflexão acerca dos desafios do jornalismo, da comunicação e da esfera pública no mundo contemporâneo mais não faz do que visitar paradigmas do passado, numa espécie de passeio teórico saudosista. O equívoco suscitado por esta primeira observação resulta, em grande medida, da constatação das rápidas transformações que as tecnologias de comunicação e da informação estão a produzir nas sociedades e à escala global, não obstante as suas diferentes e paradoxais formas de recetividade, de utilização e de apropriação.

Com efeito, uma breve revisitação dos grandes problemas comunicativos identificados na segunda metade do século passado, no auge da comunicação de massas, demonstrariam rapidamente como as expectativas iniciais trazidas pelas “novas” tecnologias da comunicação e da informação, acolhidas geralmente como

mais democratizantes, criaram novos problemas sem ainda terem resolvido algumas inquietações do passado (Curran, Fenton & Freedman, 2011). A fragmentação dos públicos não criou uma verdadeira alternativa ao problema da massificação das mensagens (Adorno, 2003); a crítica do distanciamento trouxe formas mais insidiosas de manipulação, travestidas de proximidade (Camponez, 2012); o aparente caos num espaço público onde todos falam para todos (Castells, 2008), permitiu sublinhar a importância social dos rituais de comunicação (1999); o hábito de lidar com os processos propagandísticos do passado (Quintero, 1993; Thomson, 2000) deixou-nos desarmados perante as falsas informações transmitidas como notícias (Alandete, 2019); a emergência dos populismos e das convicções geradas nas bolhas de opinião (Keane, 2013), faz-nos, erradamente, pensar nos eventuais efeitos benéficos da espiral do silêncio (Noelle-Neumann, 1995); o poder de agendamento das fontes assume um carácter bem mais transparente face ao poder oculto dos algoritmos. Apocalípticos e integrados (Eco, 1990) têm, hoje, redobrados

motivos para dirimir as suas (des)esperanças.

Obviamente que as razões deste regresso ao passado no discurso contemporâneo acerca do espaço público, dos *media*, do jornalismo, das tecnologias da comunicação e da informação não resultam de um desejo *saudosista*, na busca das respostas para o tempo presente. Trata-se, pelo contrário, de tornar renovar a centralidade da comunicação e das mediações nos processos sociais, evocando saberes que quotidianamente se atualizam nas transformações em curso. Saudosismo não deve ser, pois, confundível com a mobilização do lastro que as ciências da comunicação já nos legaram e que, por vezes, tende a ser diluído e esquecido quer na vertigem das transformações do mundo contemporâneo, quer ainda nos modismos da própria investigação científica.

As sociedades contemporâneas estão hoje confrontadas a ter de recordar que, tal como no passado, a inovação tecnológica e o saber não são, por si, garantes da autodeterminação e do progresso dos indivíduos e das sociedades, mas que elas são também parte da sociedade e, dessa

forma, portadoras das suas contradições. Com efeito, os impactes tecnológicos na sociedade e na comunicação pública processam-se no quadro de “regimes comunicacionais” complexos que implicam os contextos de comunicação, as suas atividades, as suas proporções respetivas, as técnicas e as tecnologias utilizadas, as instituições que constituem o lugar da sua realização (Balle, 1987, p. 145).

O regresso ao pensamento das ciências da comunicação é uma operação essencial à atualização e à afirmação da autonomia do pensamento científico, como forma de resistência à sua redução a um meio ao serviço de fins que ela poderá não controlar; é a resistência do pensamento científico à sua instrumentalização e às ameaças das *fakes sciences* que as novas formas de pensamento obscurantista emergente não deixarão de tentar incentivar e tutelar. Neste sentido, importa não esquecer que as responsabilidades que atribuímos aos *media* e ao Jornalismo na conservação e renovação da democracia não é fundamentalmente distinto do papel social reservado ao pensamento crítico, exigindo das ciências da comunicação

uma transversalidade, nem sempre fácil de gerir, mas indispensável para o seu desenvolvimento.

Pactos Globais da Ética da Comunicação e do Jornalismo

Por tudo isto, as ciências sociais e humanas e, em particular, as ciências da comunicação, não podem deixar de estar presentes nesta discussão, não só pela responsabilidade social que decorre da compreensão da natureza das transformações sociais em curso, como também pelo facto dessas transformações interpelarem diretamente o campo da comunicação, impondo-lhe novos desafios e exigindo-lhe um papel na construção do futuro. Também por tudo isto, um projeto editorial de uma revista científica denominada *Mediapolis*, que faz apelo aos conceitos de comunicação, de jornalismo e de espaço público, não podia deixar de marcar presença com os seus contributos nesta discussão, tendo por isso proposto à comunidade científica a apresentação de estudos, análises e reflexões subordinados ao tema geral de *Pactos Globais da Ética da Comunicação e do Jornalismo*.

O tema que dá corpo à presente edição teve por inspiração um encontro internacional realizado em Coimbra, em 2018, que levou à criação da Rede Lusófona pela Qualidade da Informação (RLQI). Nesse encontro científico, para além de outros convidados internacionais, estiveram presentes investigadores e jornalistas de todo o espaço da língua portuguesa, desde as Américas à Europa, de África à Ásia. Desse espaço de diálogo e compromisso profícuo nasceu a ideia de incluir as questões da ética e da qualidade da informação numa agenda científica que envolvesse não apenas a edição do n.º 9 da *Mediapolis* mas também a *Estudos em Jornalismo e Mídia (Volume 16 nº 2 e Volume 17 nº 1)*, da Universidade Federal de Santa Catarina, no Brasil, dedicadas à *Qualidade no Jornalismo, Democracia e Ética*. No seu conjunto, cremos que estas iniciativas darão um contributo importante para a atualização do tema junto da comunidade lusófona. Não será demasiado recordar que este tema tem um impacte particular no Brasil, onde se situa a maior comunidade científica das ciências da comunicação no espaço lusófono, cujo

processo político está a suscitar um atento acompanhamento a nível internacional. No entanto, não obstante a sua menor mediatização, não podemos esquecer que importantes discussões, envolvendo questões políticas e dos *media*, estão a realizar-se também em países como Angola, Cabo Verde, Guiné-Bissau, Moçambique, Macau, só para citar alguns exemplos.

O tema teve ainda duas outras inspirações. Em primeiro lugar, o pressuposto de que a ética é uma parte essencial para o debate contemporâneo sobre a comunicação e o jornalismo, ajudando-os a estabelecer os seus fundamentos normativos. Esses fundamentos foram importantes para estruturar e legitimar o seu papel social, criar um corpo profissional e definir a importância da comunicação e da informação no espaço público das sociedades democráticas. Num momento em que tanto se fala de crise de representação e de crise do jornalismo, torna-se importante, a nosso ver, revisitar esta discussão.

Em segundo lugar, a ética faz parte da *nova* esfera comunicativa que se está a construir no mundo, à luz de uma imensa *cosmopolis* mais do que

uma aldeia global (Ash, 2017). Nessa *cosmopolis* encontram-se e confrontam-se visões, formas de pensamento, culturas, projetos políticos e sociais diversos, exigindo pactos globais, onde a humanidade, na sua diversidade, tem de se sentir reconhecida nos seus direitos de cidadania e de ocupar um lugar na construção de um futuro cada vez mais, inevitavelmente, comum.

Percursos conceituais

A reflexão desenvolvida ao longo dos textos da presente edição poderia, a nosso ver, ser apresentada a partir de conceitos-chave tais como ética, jornalismo, espaço público e representações e representa claramente um esforço crítico de compreensão das mudanças da comunicação, do jornalismo e do espaço público contemporâneos, assim como a propõe revisitar, repensando-os, alguns dos seus conceitos estruturantes.

Com a organização dos textos desta edição decidimos começar por retomar a discussão acerca da necessidade de uma nova ética para um novo ecossistema mediático e de uma nova deontologia para um jornalismo que enfrenta novos desafios. A questão parece-nos

tanto mais pertinente quanto, embora esteja já bem presente na reflexão científica e socioprofissional, ela permanece ainda muito inconsequente, refletindo ainda a confortável ideia de que os valores do jornalismo continuam a dar resposta aos desafios da era digital.

Se esta constatação pode ser interpretada como mais um libelo acusatório contra a ineficácia da autorregulação dos *media* e do jornalismo, não podemos esquecer que a ética e a deontologia socioprofissional têm o seu fundamento nos valores morais das sociedades em que se inserem, fazendo parte do seu sistema normativo. Por isso, não será de esperar – talvez nem seja desejável – que os valores socioprofissionais se transformem ao sabor dos modismos do presente, devendo, pelo contrário refletir as mudanças estruturantes e adaptar-se em resultado de um processo que se pretende consciente e deliberativo, onde o debate ético tem um lugar central (Bernier, 2004).

Samuel Mateus introduz-nos esta temática, partindo da ideia de que estando o jornalismo ligado a valores deontológicos, estes estão a ser

desafiados pelos diferentes usos da internet, que impõe ao jornalismo online a readaptação a novas linguagens e práticas discursivas. O investigador da Universidade da Madeira está entre os autores que defendem que estas transformações tornam urgente a formulação de novos valores deontológicos, ajustados ao novo ecossistema mediático, de modo a atualizarem o pacto social entre jornalistas e cidadãos. Em seu entender, essa readaptação não passa apenas por introduzir uma nova terminologia nos códigos deontológicos, através de expressões ou conceitos tais como “online”, “digital” e “novos *media*”. Pelo contrário, implica a criação de uma ética normativa mais forte, capaz de orientar empiricamente os jornalistas no quadro dos problemas quotidianos, na linha do que se vai vendo em alguns – não muitos – exemplos de códigos emergentes. Os enquadramentos legais, também eles em mutação, os estrangimentos empresariais, as rotinas profissionais e o relativo isolamento dos jornalistas no contexto das empresas de produção de conteúdos, a subjetividade, o lugar da liberdade do jornalista enquanto cidadão e do

cidadão enquanto jornalista, são alguns temas que, no entender de Samuel Mateus, carecem de aprofundamento e clarificação nos códigos deontológicos para a era digital.

Na mesma linha de reflexão, Ana Leonor Morais Santos, procura pensar quais os valores nucleares de uma ética do jornalismo, suscetíveis de configurarem a razão de ser do pacto entre jornalistas e cidadãos, de que falávamos atrás. Para a investigadora da Universidade da Beira Interior, esse pacto assenta, nomeadamente, em valores como o rigor, a exatidão, a independência e a integridade, que têm simultaneamente uma dimensão intrínseca e instrumental, uma vez que estamos perante valores ao serviço do direito à informação, que “assiste a todos os cidadãos, e que transforma o direito de informar no dever de *bem* informar”. Nessa perspetiva, sustenta, a responsabilidade social do jornalismo não é contingencial e não pode estar sujeita aos condicionalismo do mercado: “Negociar com a informação é negociar o futuro da humanidade, para o bem e para o mal, e também por essa razão falhar na função emancipadora é falhar em termos absolutos

no que concerne à responsabilidade dos jornalistas” – argumenta.

As duas abordagens anteriores são uma boa forma de enquadrar um conjunto de temáticas mais específicas da ética e da deontologia do jornalismo, tratadas nesta edição, tais como o rigor da informação, o estatuto de independência dos jornalistas dentro dos órgãos de comunicação social, o tratamento das fontes e os processos de prestação pública de contas por parte dos *media* e dos jornalistas, estes últimos, constituindo uma dimensão ética que não deve ser descurada.

O serviço do direito de informar implica a exigência de rigor, um conceito-chave a que Paulo Martins recorre para discutir o jornalismo e distinguí-lo da imensa amálgama de derivas que compõem atualmente o *fast food* noticioso. As *fake news*, a informação sem verificação, títulos vazios de conteúdo, as estratégias para promover *clickbait*s, os conteúdos híbridos que descredibilizam o jornalismo, ainda que possam servir objetivos comerciais a curto prazo, minam o pacto entre jornalistas e cidadãos e, acrescenta o investigador da Universidade de Lisboa, a própria

democracia. Com efeito, hoje, as novas tecnologias e a abundância da informação encarregaram-se de mostrar de forma evidente que o jornalismo é algo bem mais complexo do que a transmissão da informação pública e a revelação do que é segredo. O jornalismo constrói-se num pacto (ético) que, de alguma forma, resume o núcleo do que deve ser a atitude dos seus profissionais: pessoas empenhadas com a qualidade da informação e a credibilidade do jornalismo.

Esse empenhamento passará por um trabalho aturado na certificação e crítica das fontes de informação, outro aspecto central quer da ética quer da qualidade da informação. Sobre isso, Suzana Cavaco, da Universidade do Porto, faz um trabalho comparativo sobre a forma como a questão do sigilo das fontes é tratada por diferentes códigos de diferentes países, pondo a nu aquele que é um dos pontos de discórdia entre os jornalistas, mesmo em Portugal. Deverá a proteção da fonte ser total, mesmo em situações em que, comprovadamente, o jornalista foi enganado por ela? O compromisso para com a qualidade da informação é do jornalista, ou pode ser estendido às

*As novas
tecnologias e
a abundância
da informação
mostraram
que o jornalismo
não é apenas
transmitir
informação*

fontes de informação? Até que ponto isso é compatível com a ideia de que o jornalista é o último responsável pela informação divulgada?

A crítica das fontes é algo mais do que um procedimento estritamente deontológico. Não será por acaso que Paulo Martins, na sua abordagem a que fizemos referência anteriormente, trata igualmente o problema das fontes de informação, salientando que o papel do jornalista não se limita a ouvir vozes diferentes, mas também de ponderar a sua legitimidade na sua relação com a verdade. Se ainda dúvidas houvesse a este respeito, Lorena Caliman Fontes poderia desfazê-las com o estudo que fez sobre o programa mais antigo da rádio brasileira, a Voz Brasil, onde põe em evidência os impactes que a escolha editorial das fontes pode ter na qualidade da informação, nomeadamente, tipificando ou apagando as críticas ouvidas em antena e viabilizando, ou não, a criação de um espaço aberto de discussão mobilizador de uma opinião pública vibrante. Expressões como *o jornalismo institucional* ou outras declinações que a era digital parece propor ao jornalismo estarão sempre

comprometidas na sua credibilidade, se elas não se fizerem acompanhar de uma estratégia duradouramente empenhada com o serviço da cidadania. Desse empenhamento resulta o pacto efetivo de expectativas estabelecido entre o *media*, os jornalistas e a sociedade. E esse parece ser o grande mal de que padece a Voz Brasil.

Estas situações são tão mais graves quanto elas forem destituídas de um verdadeiro esforço e de uma cultura de prestação pública de contas (*accountability*). Nas suas diferentes expressões, os instrumentos de prestações de contas são o assumir de um compromisso de responsabilidade dos jornalistas e dos *media* na criação de uma esfera pública de discussão, de credibilidade e de qualidade da informação. A sua pluralidade reflete também culturas e tradições próprias de regulação dos *media* e do jornalismo. No entanto, apesar da sua especificidade, é importante que, numa era que se diz de crescente globalização, essas experiências sejam divulgadas, conhecidas e partilhadas em contextos que não os estritamente nacionais. O trabalho efetuado pelos colegas das Universidades de Santa

*Crise de
mediação,
crise de
representação
e crise de
democracia
são conceitos
interligados*

Catarina, no Brasil, Pompeu Fabra, e de Sevilha procura fazer esse esforço a partir da investigação realizada no âmbito do projeto da “MediaACES. Accountability y Culturas Periódicas en España”. Sem o intuito de revelar um “paraíso espanhol”, o estudo demonstra que os instrumentos de *accountability* têm por base uma realidade multifacetada que passa por: incentivos internos das empresas; a promoção de uma cultura de responsabilidade; sistemas jurídicos, políticos e económicos - que incentivem a transparência, e eventualmente punam a opacidade -; agentes económicos que invistam na abertura das corporações de *media*; e movimentos organizados que ajudem a consolidar a estabilidade política e a cultura democrática. Por isso, não será possível encontrar modelos universais de *accountability*, nem tão-pouco no espaço da lusofonia, um dos objetos finais de reflexão do artigo assinado por Rogério Christofolletti, Juan Carlos Villegas e Xavier Ramon Vegas. Entre o mercado brasileiro de bens simbólicos de 209 milhões de pessoas e o da Guiné-Bissau, que não chega a ser

1% desse número, existe um mosaico multifacetado de mundividências marcadas por idiosincrasias, passivos históricos, capacidades e potenciais próprios que a língua comum é incapaz de apagar.

Uma agenda para o espaço lusófono para aperfeiçoar e aprofundar a transparência e a prestação de contas da mídia passa inevitavelmente por consolidar mercados produtores e consumidores de informação em cada país, por fortalecer os regimes de estabilidade política, com alternância de poder e direção democrática, e por enaltecer as demandas dos públicos e das cidadanias, escrevem os autores.

Numa linha de discussão mais alargada, inspirada em Keane e Rosanvallon, Lucas Veloso, Ângela Marques e Ricardo Mendonça retomam a discussão em torno dos temas da transparência, a partir da ideia de que abundância comunicativa do mundo contemporâneo exige cada vez mais monitoramento e mecanismos de verificação do princípio de igualdade.

Estes são mecanismos que os cientistas sociais, comunicólogos, jornalistas e cidadãos devem defender, como condição de funcionamento da própria democracia. Mas esses procedimentos são também condições metodológicas destinadas a garantir novas formas de significar a política e a democracia, “como uma experiência ativa, propositiva, criativa e com vista à produção de ‘comuns’ outros mais igualitários, mais democráticos”. No entender dos autores da Universidade Federal de Minas Gerais, do sucesso deste empreendimento depende a democracia e a luta contra os novos populismos.

Inevitavelmente, é na qualidade da democracia que culmina toda a discussão em torno do jornalismo e naquilo que ambos têm de mediação. O estudo e a reflexão sobre a natureza das mediações será certamente uma das tarefas centrais que as ciências da comunicação não podem descurar, sob pena de não perceberem uma das dimensões profundas das transformações do mundo contemporâneo. É com essa reflexão que encerra a presente edição da *Mediapolis*, através do artigo de Diogo Pires Aurélio, que nos permite

regressar às questões fundamentais evocadas no início desta introdução.

O professor da Universidade Nova de Lisboa não deixa de notar que é numa altura que os novos dispositivos comunicativos alimentaram as esperanças dos neo-iluministas que mais se fala também em crise da representação, que surgem novas formas de populismo e em que os cidadãos aparecem alheados das urnas de voto. E conclui:

O problema é que, por mais nítida que seja a perda de influência das elites tradicionais, o apogeu das multidões também não parece estar no horizonte. Pelo contrário, o que tem vindo a surgir são núcleos clandestinos de produção, manipulação e distribuição de informação – verdadeira ou falsa, tanto faz – que operam à escala planetária e estão rapidamente a transformar-se numa arma estratégica para alguns Estados e numa ameaça para todas as democracias.

Crise de mediação, crise de representação, crise do jornalismo e

crise da democracia aparecem-nos como conceitos profundamente ligados. Estamos, pois, colocados perante o desafio de reinvenção de formas de revigorar a dimensão política, a exemplo do que o conceito de opinião pública e de espaço público conseguiram fazer nos últimos dois séculos... relativamente aos modelos representativos do *ancien régime*. Mas mais do que um neo-Iluminismo, talvez enfrentemos a necessidade de um Novo Iluminismo.

Referências bibliográficas

- Adorno, T. W. (2003). *Sobre a Indústria Cultural*. Coimbra: Angelus Novus.
- Alandete, D. (2019). *Fake News: La Nueva arma de destrucción masiva – Como se utilizan las noticias falsas y los hechos alternativos para desestabilizar da democracia*. Barcelona: Planeta.
- Ash, G. Ti. (2017). *Liberdade de Expressão – Dez princípios para um mundo interligado*. Lisboa: Temas e Debates.
- Balle, F. (1987). *Et Si la Presse N'Existait Pas...* S/l.: Jean-Claude Lattès.
- Bernier, M.-F. (2004). *Éthique et Déontologie du Journalisme*. Saint-Foy: Les Presses de l'Université Laval.
- Camponez, C. (2012). Jornalismo regional: proximidade e distâncias. Linhas de reflexão sobre uma ética da proximidade no jornalismo. In João Carlos Correia (org), *Ágora - Jornalismo de Proximidade: Limites, desafios e oportunidades* (35-47). Covilhã: Livros Labcom.
- Castells, M. (Março de 2008). The new public sphere: global civil society, communication networks, and global governance. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* 616, 78-93.
- Curran, J., Fenton, N. & Freedman, D, (eds.) (2012). *Misunderstanding the Internet*. Oxfordshire: Routledge.
- Dahlgren, P. (2011). *Media and Political Engagement – Citizens, communication, and democracy*. Cambridge, New York, Melbourne, Madrid, Singapore, São Paulo, Tokyo, Mexico City: Cambridge University Press.
- Eco, U. (1990). *Apocalípticos e Integrados*. 4ª edição. São Paulo: Ed. Perspectiva.
- Keane, J. (2013). *Democracy and Media Decadence*. Nova Iorque: Cambridge University Press.
- Quintero, A. P. (1993). *História da Propaganda*. Lisboa: Planeta editora.
- Traquina, N. (2000). *O Poder do Agendamento: Análise e textos da teoria do agendamento*. Coimbra: MinervaCoimbra.
- Thomson, O. (2000). *Uma História da Propaganda*. Lisboa: Temas & Debates.
- Noelle-Neumann, E. ((1995). *La Espiral del Silencio - Opinión pública: nuestra piel social*. Barcelona, Buenos Aires: Paidós.