

revista de comunicação,
jornalismo e espaço público

9

Periodicidade
Semestral

Imprensa da Universidade de Coimbra
Coimbra University Press

mediapolis

tema

Reinventando Pactos Globais para a
Ética da Comunicação e do Jornalismo
Reinventing Global Pacts for
Communication and Journalism Ethics



Periodicidade

Semestral

Imprensa da Universidade de Coimbra
Coimbra University Press

Ficha técnica

Edição Publisher

Imprensa da Universidade de Coimbra

Administração Administration

Centro de Estudos Interdisciplinares do Século
XX da Universidade de Coimbra – CEIS20,

Rua Filipe Simões, n.º 33,
3000-186, Coimbra, Portugal,

Email: ceis20@ci.uc.pt,

Telf.: +351 239 708 870

Fax: +351 239 708 871.

Design

Carlos Costa

ISSN

2183-5918

ISSN Digital

2183-6019

DOI

https://doi.org/10.14195/2183-6019_9

Normas da revista e princípios éticos:

[https://impactum.uc.pt/pt-pt/
revista?id=107213&sec=5](https://impactum.uc.pt/pt-pt/revista?id=107213&sec=5)

Direção Editor

Carlos Camponez carlos.camponez@fl.uc.pt

Universidade de Coimbra

Secretariado

João Miranda joaomsantosmiranda@gmail.com

Universidade de Coimbra

Direção executiva Managing Board

Carlos Camponez carlos.camponez@fl.uc.pt

Universidade de Coimbra

Rogério Christofolletti rogeriochristofolletti@gmail.com

Universidade Federal de Santa Catarina

Redação Editorial Board

Ana Teresa Peixinho aapeixinho71@gmail.com

Universidade de Coimbra

Bruno Araújo brrunoaraujo@gmail.com

Universidade Federal de Mato Grosso

Clara de Almeida Santos clara.santos@uc.pt

Universidade de Coimbra

Francisco Pinheiro franciscopinheiro72@gmail.com

Centro de Estudos Interdisciplinares do Século XX

Inês Godinho ifgodinho@netcabo.pt

Universidade de Coimbra

Isabel Calado imcalado@hotmail.com

Instituto Politécnico de Coimbra

Isabel Nobre Vargues ivargues@fl.uc.pt

Universidade de Coimbra

Joana Fernandes joanaf@esec.pt

Escola Superior de Educação de Coimbra

João Figueira jjfigueira@sapo.pt

Universidade de Coimbra

João Miranda joaomsantosmiranda@gmail.com

Universidade de Coimbra

Leonel dos Reis Brites leonel.brites@ipleiria.pt

Instituto Politécnico de Leiria

Marco Gomes gomes_marco78@hotmail.com

Instituto Politécnico de Leiria

Paula Neves paulaneves61@gmail.com

Instituto Politécnico de Coimbra

Rita Basílio de Simões rbasilio@fl.uc.pt

Universidade de Coimbra

Rosa Sobreira rosa.sobreira@gmail.com

Escola Superior de Educação de Coimbra

Sílvio Santos silvio.santos@fl.uc.pt

Universidade de Coimbra

Adriana Bebiano adrianabebiano@gmail.com

Universidade de Coimbra

Felisbela Lopes felisbela@ics.uminho.pt

Universidade do Minho

Fernanda Castilho fernandacasty@gmail.com

Universidade de S. Paulo

Fernando Resende fernandoaresende1501@gmail.com

Universidade Federal Fluminense

Helena Sousa helena@ics.uminho.pt

Universidade do Minho

Isabel Babo isabel.babo.ibl@gmail.com

Universidade Lusófona (Porto)

Isabel Ferin barone.ferin@gmail.com

Universidade de Coimbra

João Canavilhas joao.canavilhas@labcom.ubi.pt

Universidade da Beira Interior

João de Almeida Santos joaodealmeidasantos@gmail.com

Universidade Lusófona

João Pissarra Esteves jj.esteves@fcsh.unl.pt

Universidade Nova de Lisboa

Joaquim Fidalgo jfidalgo@ics.uminho.pt

Universidade do Minho

Manuel Pinto mpinto@ics.uminho.pt

Universidade do Minho

João Carlos Correia joaocarloscorreia@ubi.pt

Universidade da Beira Interior

Maria João Silveirinha mjsilveirinha@sapo.pt

Universidade de Coimbra

Mário Mesquita mariomotamesquita@gmail.com

Escola Superior de Comunicação Social de Lisboa

Muniz Sodré sodremuniz@hotmail.com

Universidade Federal do Rio de Janeiro (Brasil)

Sílvio Correia Santos silviocorreiasantos@gmail.com

Universidade de Coimbra

Simon Cottle cottles@cardiff.ac.uk

Universidade de Cardiff (Reino Unido)

Teresa Ruão truao@ics.uminho.pt

Universidade do Minho

Tito Cardoso e Cunha tcunha@ubi.pt

Universidade da Beira Interior

Sumário

Summary

INTRODUÇÃO INTRODUCTION

mediapolis 9

Reinventando Pactos Globais para a Ética da Comunicação e do Jornalismo

Reinventing Global Pacts for Communication and Journalism Ethics

Carlos Camponez & Rogério Christofoletti | 5

New Media, New Deontology ethical constraints of online journalism

Novos Media, Nova Deontologia – constrangimentos

éticos do jornalismo digital

Samuel Mateus | 13

Uma nova ética para um novo jornalismo? Revisitando o imperativo da responsabilidade

A new ethics for a new journalism?

Revisiting the imperative of responsibility

Ana Leonor Morais Santos | 27

O rigor como eixo central da atividade jornalística

Accuracy as the cornerstone of journalistic activity

Paulo Jorge dos Santos Martins | 41

Confidencialidade da fonte em jornalismo: perspectivas morais

Source confidentiality in journalism: moral perspectives

Suzana Cavaco | 57

A imparcialidade nas notícias do governo federal brasileiro: avaliando o jornalismo no espaço da política

Impartiality in the news from Brazil's

federal government: evaluating journalism within the political sphere

Lorena Maria Caliman Fontes | 73

Accountability e transparência na mídia: diálogo da experiência espanhola com os países lusófonos¹

Accountability and transparency in the media: dialogue between the Spanish experience and the Portuguese-speaking countries

Rogério Christofoletti, Juan Carlos Suárez Villegas, Xavier Ramon Vegas | 89

Abundância Comunicativa, Escassez da Política? Desafios À Democracia na Era do Monitoramento

Communicative Abundance, Political Scarcity? Challenges To Democracy in The Monitoring Era

Lucas Henrique Nigri Veloso, Ângela Cristina

Salgueiro Marques, Ricardo Fabrino Mendonça | 101

As redes e o espaço público

Networks and the Public Sphere

Diogo Pires Aurélio | 119

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

carlos.camponoz@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.

New Media, New Deontology

Ethical constraints of online journalism

Novos Media, Nova Deontologia – Constrangimentos éticos do jornalismo digital

Samuel Mateus

Universidade da Madeira

Labcom; ICNOVA

samuelpmateus@uma.pt

<https://orcid.org/0000-0002-1034-6449>

https://doi.org/10.14195/2183-6019_9_1

Abstract

As New Media bring new challenges – as well as new risks – to the function and identity of journalism, there is a growing pressure to adopt – and also to adapt – self-regulatory mechanisms, such as deontological codes, in order to better determine the ethical boundaries of on-line journalism.

This paper emphasizes key principles of New Media (such as hypermedia, hyperlinks, interactivity, glocality, customization, and instantaneity) that, together, pose legal, corporate, professional, and individual ethical constraints. Such limitations suggest a new deontology is needed for journalists to establish specific guidelines to direct their online practice.

Finally, this article suggests that the first step towards a generalized ethical reassessment of online journalism could be accomplished by means of supranational deontological codes of journalism.

Keywords: Online journalism; ethics; deontology; new media.

Resumo

Há medida que os Novos *Media* trazem novos desafios – bem como novos riscos – para a função e identidade do jornalismo, há uma crescente pressão para adotar – e adaptar – mecanismos de auto-regulação, como por exemplo, códigos deontológicos, a fim de melhor fixar os limites éticos do jornalismo digital.

Este artigo destaca os princípios dos Novos *Media* (como hipermédia, hiperlinks, interatividade, glocalidade, personalização e instantaneidade) que, tomados em conjunto, colocam constrangimentos éticos de ordem jurídica, corporativa, profissional e individual. Estas limitações sugerem que uma nova deontologia é necessária para que os jornalistas possuam diretrizes específicas que direcionem a sua prática online.

Sugere-se que o primeiro, passo crucial, para esta revisão ética generalizada sobre o jornalismo digital pode ser feito através de códigos deontológicos supra-nacionais.

Palavras-Chave: Jornalismo digital; ética; deontologia; novos *media*;

Introduction

Journalism adopts, in its practice, ethical standards that help professional to respect truth, transparency and exemption. At the same time, those ethical standards help them to attain the trust of the public and gain the confidence of citizens, institutions and communities.

We trust journalism because there is a fiduciary contract (Rodrigo-Alsina, 2009) sustained by ethical procedures, routines and methods of news-gathering that are bounded by the public interest. Citizens trust that behind each story there is a space of liberty mas also a space of respect by those involved. Journalism is not a fictional narrative or a random reality- based entertainment, but a reliable, responsible and accountable report of the public world. By searching, gathering, editing, selecting (including hierarchy) and diffuse the news, journalism is a professional activity but also a civic one (Fidalgo, 2013) that reflects a commitment to avoid being a hollow narrative. It is because it is an informed and ethical-bounded activity that journalism may contribute to the social

construction of the world giving a responsible interpretation and symbolically mediation of the word. To be true, there is no journalism without ethics (cf. Alsina & da Silva, 2018: 727) because it relies on ethics to be a dependable organization of the social world respecting the right to information and its liberty, truth as an absolute duty, or the respect by the human person (Cornu, 2015).

With the rising of modern media and special with New Media, a kind of *journalismorphosis* happened. In a time of news abundancy and an intensification of the informative flux, journalists primarily changed from gatekeepers to gatewatchers (Singer, 2009). In the context of cyberspace and hypertexts (and, in some cases, an excess of information) journalism is facing a mutation in its professional routines where journalists have no more the primacy of event selection and have few control on the dissemination and uses of their news. By other hand, there is also other forms of selecting and publishing of information – like citizen journalism, for instance – that in some respects compete with the traditional role of

journalism. These forms exist in close association with Web 2.0, and Social Media owing them the easy targeting and interaction with mass audiences.

Besides the technical, social, cultural, economic and professional dimensions, New Media bring new challenges to journalism Ethics since the relationship between bloggers, social media users and online publishers of news and information is today symbiotic (Friend&Singer, 2007: 133) even if it may also be conflicting and contradictory. No doubt there is multiple layers in journalism (Ward, 2009) but the inclusion of new actors in online journalism may raise particular concerns to what the specific characteristics, purposes and social identity journalism should have today. Because if, with New Media, it is true that almost anyone can be a publisher, this does not necessarily mean that everyone is doing journalism (Friend&Singer, 2007: xxiii). In a digital world, the distinction between journalism and other forms of publication rests fundamentally in ethics, rather than in professional categories or technical skills (Fidalgo, 2013: 24; Ess, 2009).

More, given the vast amount of data and information in Internet determining the trustworthiness of online news can be a daunting – maybe a utopic – task even though the media’s attributes of Internet facilitate the job of social surveillance and self-policing.

By other hand, from an etymologically point of view, online journalism may be something totally diverse from traditional journalism since the speed, urgency and rhythm of doing online journalism incite superficiality, and hampers fact validation or confirmation. Many “so-called” online news articles are condensed on the title or the lead without developing the subject (sometimes committing clamorous mistakes and putting in risk the basic assumption of journalism: to enlighten and inform public opinion (Bentham, 1821).

There also concepts very closely associated with New Media, such as *Post-Truth* (Harsin, 2018) or *Fake News* (Levinson, 2017), that contribute to a social distrust in online journalism. Popularly, fake news refers to viral posts based on fictitious accounts that are made to look like news reports. They are based on potential or alternative

facts, not on actual facts. Allcott and Gentzkow (2017: 213), for example, define them as “news articles that are intentionally and verifiably false, and could mislead readers”. And the very notion of Post-Truth that emerged along the rise of New Media is riddled with conceptual shortcomings (Carlson, 2018: 1789) uncovering the idea an absolute truth is not a realistic goal of journalism to achieve.

New Media, thus, bring new challenges – as well as new risks – to the function and identity of journalism. If we accept that ethics is the regulation of human activity based on systematized moral principles, it is, then, inseparable from journalistic practice as a form of social construction of the world (Correia, 2012). Therefore, an appraise and reflection of the ethical boundaries of online journalism is a much-needed effort and it will be addresses here.

In this paper we identify relevant questions and dilemmas online journalism is facing today while answering the need to an ethical evaluation by emphasizing the need to reevaluate self-regulatory, (supra-national) deontological codes of journalism.

The Ethical Constraints on Online Journalism

Online journalism is not just the transposition of print content into the World Wide Web. It is, above all, a re-adaptation of traditional media discourse into new language and discursive practices. For example, the inverted pyramid gives place to the tumbled pyramid in which “journalists are able to provide new and immediate reading horizons by creating links between texts or other multimedia components which can be organized into layers of information” (Canavilhas, S/D). This is similar to the news diamond model authored by Paul Bradshaw (2008) that describes a new way to conceptualize the journalist writing of news in online environments.

From the mediamorphosis (Fidler, 1997) emerged a set of principles of New Media that influence and shape contemporary online journalism such as hypermedia (combining text, image, sound and multimodal semiotics), hyperlinks (directing the development of information in parallel sites or pages according to a singular path chosen by the user), interactivity (where internet users are not just

readers as commentators and producers/influencers of information), glocality (in which local information acquires a wide, global spread), customization (the possibility of online news reader only consume those news that corresponds to a previously set of preferences and thematic definition) and instantaneity (New Media make possible to publish the news the moment it is produced).

It can also be added two other principles. First, hypermobility (Santaealla, 2007) designating a portability and electronic mobility analogous to physical mobility in cities. Hypermobility consubstantiates the intersections and overlaps of news in online environments. Second, transmediality (Gambarato&Tárcia, 2017; Prado, 2010) in which a news story is unfolded in several, updated, reiterations in other media (such as television or radio, and vice-versa)

These features are not attributes but they are at the very core of online journalism today, decisively shaping its discourse as well as testing its ethical boundaries. For instance, it was due to interactivity, glocality, transmediality and instantaneity that, back

in 2012, CNN suspended the journalist Roland Martin for “offensive and regrettable” remarks on his personal Tweeter after having made jokes about gay community during Superbowl. CNN wrote that “Language that demeans is inconsistent with the values and culture of our organization and is not tolerated. We have been giving careful consideration to this matter, and Roland will not be appearing on our air for the time being”. A personal commentary on a well-known social media made CNN to reject the collaboration with Roland Martin because it was understood that such comment, and its homophobic content, would be publicly extended into CNN. A personal tweet was seen as representing a world-wide institution, capable to risk the credibility of the news television channel and their professionals alike. This example brings into full light the serious imbrications between the personal and the professional dimension of the journalist as New Media’s interactivity, glocality, transmediality and instantaneity tends to erode old ethical frontiers.

Contemporary online journalism discloses serious limitations to the

definition of ethical standards and we will indicate some of those who pose more consequences to journalism ethics. It is these hodiern conditions and constraints that make urgent to formulate an adequate and revised deontology, one that can successfully articulate and enforce the ethical standards to the profession of journalism and, at the same time, can guarantee that the fiduciary contract between journalists and citizen remains intact.

These are not exhaustive limitations yet they seem to be the most pressing ones: legal framing, corporate constraints, professional routines and subjectivity.

Legal Framing: a virtuous and a vicious constraint

The first ethical limitation we highlight is law. Law is a necessary field of journalism and one that makes possible reporting the world. But it is also one that restrings its scope of action. For one hand, the legal framing incites the journalist to do the social good while legitimizing journalistic activity. Take, for instance, the liberty of press. Law is a virtuous constraint (Cornu, 2015,

112) enabling the regulation of the profession and giving it a rightful ground for action that order the interaction between journalism and the remain social institutions.

Nonetheless, the legal framing is also a vicious constraint when we think that sometimes the journalist's abidance to superior ethical rules force them to surpass or exceed the law. A classic example is the protection of journalistic sources. There are times when doing journalism according to the public interest oblige journalist not to disclose its sources.

In online journalism, there are new conditions that enhance this tension between ethics and the law. One of the most cited virtues of Internet is the free access to multiple contents and its potential to knowledge. Everything seems to be there. This raises a series of difficulties to online journalism.

Since it is so easy to retrieve data and information from an Internet search, online journalism faces the possibility of plagiarism and the infringement of copyright laws. By gathering information and use them in online news, the distinction between

the author rights and plagiarism is not always easy to respect. For example, there are new ethical questions to be answered: is the use of a pre-existent *Youtube* video something akin to an ethical journalism that is characterized by the autonomous creation of informative content? Is the use of blog contents in online news something that is aligned with what citizens expect from journalism?

Or, should online journalism create photographic albums of victims, or make public audiovisual files that where secretly recorded (in a hidden camera) without the consent of those who appear in them?

These are just a few ethical apprehensions concerning the legal framing that online journalism come to question today. They can be summoned I one query: how may the rigid legal framings deal with the fluid nature of Internet and how the law protects or assault journalism in online environments?

These are undoubtedly important questions deontological codes need to address. The second set of queries have to do with corporate limitations.

Corporate Constraints: between the compromise to inform and the compromise to respect editorial norms

The fact journalism involves the information market and journalists exercise their public and civic duties integrated in corporate businesses also raises important questions. Because journalists are imbued in corporations some deontological duties (as objectivity or facts checking) can be, potentially, at risk if they go against corporate guidelines. This is the second ethical limitation in today's professional practice.

A simple example: if an exclusively online newspaper does not have enough cars to cover an event or to interview social actors, how can the online journalist verify facts and listen to all the parts involved? Well, she may make a phone call or arrange a videoconference with them. But the deontological question remains: is it acceptable to check facts, opinions and events thought exclusively mediated, non-presential, no-testimonial ways?

This is related to cover an event through indirect means. When an

online journalist writes (or adapts) an article based on the print article of his fellow colleague, is this conform to journalism ethical standards? Because, just like traditional journalism, citizens expect online journalism to cross check, select facts and report them in first hand. When an online journalist can only write small articles from the arrangement of other (press) articles, is this is good, ethical journalism?

There is also another crucial aspect relating to corporate constraints: the selective cover of events based on editorial norms.

When an online newspaper integrates a media corporation it is more probable to cite news investigation and articles from the same media conglomerate. In some cases, it may even cut out other institutional sources of information. This is understandable because access to the news and reports is easier if they belong to the same institution since they share resources. Yet, it may be less understandable that corporate property has such an influence on the editorial scope of the online newspaper and that editorial guidelines have such

a big weight on the reporting of the world.

By other hand, economical constraints can make online journalist be directed in his work by the number of clicks (*click-baiting*) his articles can gain, instead of the social importance they could have.

The price online journalism pays to try to be profitable may be an audience dictatorship (Cornu, 2015: 113) in which the search for the ultimate scoop (and its financial implications) may displace journalism from the public interest to the interest of the fleeting online audiences.

In fact, this was already noted by Steensen (2009: 702) who suggests that “online feature journalists practise a more audience-driven and source-detached kind of journalism than their print counterparts”.

Professional Routines: Journalist’s relative isolation

Professional routines of online journalism may also result in severe ethical constraints. This is the third ethical limitation in contemporary digital practice of journalists. Online

journalism is now facing two strong, concomitant forces: first, online journalist become more and more isolated in their role among so many other ones involved in the news production and reception. Second, a growing fragmentation of his task does not enable journalists to have a complete control of their work. Hence, before an online article reaches the public, it passes through designers, audiovisual editors and computer giving journalists the sensation there are not the fundamental authors of online news.

Also, the tendency for polyvalence may lead online journalists to sacrifice essential aspects of his work such as investigations, verification, thinking and reflection (Cornu, 2015: 113). As they have to satisfy the exigencies of urgency and constant obsolescence of the online news environment, they may become more of mechanism wheels pivoting the mass production of contents mainly devoted to catch attention.

At the same time, New Media accentuates the risk of transforming online journalism in simple *desk journalism*. Relying in the Internet and Social Media platforms, basing their work in print news or tending to write news

every hour, online journalists tend to be incarcerated in the office. No longer being on the ground, stopping of banging doors and cultivating news sources, online journalism is getting stuck behind desks. As newsrooms have limited resources desk journalism is also compliant into data journalism, the combination of “the traditional ‘nose for news’ and ability to tell a compelling story, with the sheer scale and range of digital information now available” (Gray, Bounegru, Chambers, 2017).

So, from an ethical point of view based on professional routines, what can we expect from online journalism when it becomes more and more a desk job? This is another question that needs to be urgently answered.

Subjectivity- the restrictive manifestation of personal opinion

The fourth ethical limitation we highlight is to do with the fact journalists being social actors and moral subjects (Cornu, 2015: 114).

They have subjectivity and, besides being information professionals, they are citizens too with their own preoccupations, expectations and political

The revision of supra-national journalism standards will lead to a major updating online journalism’s deontology

preferences. So, their stories cannot be total abstracted from their personal values, their culture, convictions or hopes. The symbolic construction operated by journalism cannot be detached from the personal views journalists have as individuals and citizens.

This has special ethical consequences in the case of online journalism.

In a recent survey to 300 Portuguese journalists, 81% assumed that they combined a professional as well as personal use of Social Media. From this, 86% had only one social media’s account or profile. Further on, 95% of these journalists specify their profession and the media they work for (Mateus, 2015: 55). This means it is not easy to make the distinction between what is posted as citizen and what is posted as a professional journalist.

Besides, their duties to neutrality and impartiality are in check because “Liking” in the Facebook’s profile of a political candidate can sound as a public and professional recommendation. How can this journalist, be in ethical condition to cover the political campaign of this candidate?

Also, the same survey revealed that 91% of journalists have professional

sources in their Facebook's friends or other Social Media followers, and even that 64% of them are Facebook friends with members of the Government (Mateus, 2015: 55). What's more, 43% admit to post opinions and personal comments about politics or economics in their social media profile (Mateus, 2015: 57).

New Media, thus, exacerbates ethical problems of journalism by making public and easier to put into jeopardy the obligation of impartiality. More specifically, New Media brings to the fore this problem by making problematic the relationship with news sources and political officials.

In this section we highlighted four different domains that represent ethical limits to online journalism.

This paper suggest that in order to answer these ethical problems, journalism must look into its deontology as these self-regulatory texts are mainly practical responses to ethical challenges. So, online journalism ethics can only be respected if its practical guidance and application improves.

That's why we need to ponder on deontology.

In Search of a Specific Deontological Code to Online Journalism

In the New Media environment journalism is of even greater importance. While technologies facilitate journalist's tasks, at the same time, they also erode traditional ethical boundaries.

However, journalism is not something we can prescind on because he is the guarantor of credible, rigorous and contextualized information. Hyperinformation and its abundance only calls for the renew of the critical role of journalism in today's democratic societies. Filtering information and certifying contents is the great challenge to contemporary journalism and one that is even more required by New Media. In fact, the more information there is, the more the necessity of the intermediary role of journalists (Wolton, 1999). The more virtually endless supply of information is flowing through, the greater the need for journalistic judgement. Equal access to New Media does not stand for equal use of information. So, we still trust journalism to impose a kind of symbolic order to the ever-evolving world and this is truer

in the mutations introduced by New Media in journalistic practice.

The most effective way of imposing a set of ethical assumption on the everyday practice of journalists is through the self-regulatory codes of deontology.

Deontology brings the fundamental ethical concerns to journalism without fall into the rigidity of the law or state regulation, or the absolute fluid subjectivity of each professional. It is a code sufficiently malleable to adapt to key mutations in Journalism (such as the online transformations) and, simultaneously, sufficiently solid to bind professional routines to ethics. Through deontological codes, journalism becomes more autonomous as well as more accountable and trustful.

The *one-million-dollar question* is to know if current codes of ethics in journalism remain valid for the Internet too. In other words, we must ponder if online journalism requires a re-appreciation of its deontology. While there is general consensus that New Media changed journalism, there no solid agreement on the impact such changes have on ethics.

Positions about this move around two main perspectives.

First, a possible explanation is that existing ethical guidelines and deontological codes are equally effective for the New Media. After all, Ethics is Ethics and no matter where to apply it those principles remain intact. This is to say, according to this perspective, that online ethical issues are similar to those of “traditional” journalism”. Independently from being old or new Media, deontological guiding principles are still valid to online journalism (cf. Diaz-Campo&Segado-Boj, 2015: 736).

Second, and in contrast, there is this notion that even if the essence of journalism (searching, gathering, editing, selecting information) remains unchanged, it is also evident that New Media re-defined or re-shaped new ethical issues, as well as deepen old ethical issues- as we have demonstrated. “Internet shapes and redefines a number of moral and ethical issues confronting journalists when operating online or making use of online resources” (Deuze&Yeshua, 2001: 276). Some authors (Suárez Villegas, 2015; Demir, 2011) have argued that New Media calls, therefore, for a new practical Ethics, more exactly, to a

new Deontology. This is due to the consensual opinion that, as we have just seen, online journalists are now confronting with a different kind of issues traditional journalists face. “Old assumptions about journalistic roles and values can no longer be accepted uncritically nor old approaches to them continued indefinitely” (Hayes *et ali.*, 2007: 275).

Adding “online”, “digital” or “New Media” to existing deontological codes would not suffice since these terms would only refer to the generic principles of “traditional” journalistic ethics. For instance, United Kingdom’s *Editor’s Code of Practice* mentions “digital communications” even if being vague: “Everyone is entitled to respect for his or her private and family life, home, health and correspondence, *including digital communications*”.

But, what a journalist should behave in case of personal comments, photos and videos that are shared through social media? By publishing them in Social Media, individuals make their posts public but if they do so in restrict circles of social media (ex: Facebook’s friends), is it licit the journalist access that information even if using a

friend’s profile (or *possibly* creating a false one)? There are many practical questions that the mere inclusion of words such as “online” do not fully answer.

In fact, it seems that the reference to “digital communication” in the *Editor’s Code of Practice* is a simple addendum: “The press must not seek to obtain or publish material acquired by using hidden cameras or clandestine listening devices; or by intercepting private or mobile telephone calls, messages or emails; or by the unauthorized removal of documents or photographs; *or by accessing digitally-held information* without consent.

Hence, a possible solution to solve the problems arisen with digital information is to create a code that can specifically refer to online journalism. This perspective defends self-regulation codes, specifically deontological ones, can have the task of inducing public expectations of ethical standards, as well as defining ideal standards of (offline and online behavior).

Following this line of argument, deontological codes are key to adapt the old standards to the new technological, economic and empirical

conditions of online journalism. We are here arguing for the making of stronger normative ethics (in the sense of Cornu, 2015: 108) capable of guiding online journalists empirically through the everyday problems they encounter.

Particularly, self-regulation mechanisms, such as deontological codes, may take journalistic ethics to other level, providing detailed orientations to the new reality in specific domains such as making online content reliable; how to use data to produce and diffuse information; linking procedures; measures to prevent potentially harmful content; or how to make compatible journalism integrity and commercial pressures (Diaz-Campo&Segado-Boj, 2015: 736).

This defense of deontology as a way to help journalism dealing with ethical issues emerged with New Media does not come only from academia but also directly from professional journalists.

For instance, 98% of Portuguese journalists believe that, in a time of informational abundancy, a strong ethics is the main guarantee citizens have and best promise to the future

of the profession (Mateus, 2015: 63). And, most importantly, 62% of them are favorable to a revision of the deontological code in order to include specific guidelines to online journalism (Mateus, 2015: 101).

What is perhaps a great surprise is that from 99 self-regulation codes of around the world, 90 of them overlook the specific problems of doing journalism in New Media. This is to say, 91% of the world deontological codes of journalism lack references to online journalism (Diaz-Campo&Segado-Boj, 2015: 737) - and the particular challenges of we have identified in this paper (legal framing, corporate constraints, professional routines and subjectivity).

In fact, only Canada's and Luxembourg's deontological codes include explicit mentions to journalism in Digital Media. For example, the Canadian deontological code states: "The need for speed should never compromise accuracy, credibility or fairness. Online content should be reported as carefully as print content, and when possible, subjected to full editing".

It also emphasizes the accuracy of information and implicitly discourages

re-posting or the sharing of non-confirmed information. In fact, one can interpret that journalism should not be a matter of "copy-pasting" facts. At the same time, we can also understand in that quotation that New Media's sense of speed, urgency and instantaneity should not be a reason to not be careful and accurate with the facts.

The same Canadian code declares "We encourage the use of social networks as it is one way to make connections, which is part of our core work as journalists. However, we keep in mind that any information gathered through online means must be confirmed, verified and properly sourced." while summing up some advantages of social networking. It is a recognition of social networks' importance in journalism and it almost legitimizes this tool in the process of gathering information. Yet, it also warns: "However, journalists should not use subterfuge to gain access to information intended to be private". Even if there is, in special cases, the possibility of it: "journalist may go undercover when it is in the public interest".

Pursuing the defense of privacy in digital environments, and specially

by children, the Canadian code affirms: “we take special care when using any material posted to social media by minors, as they may not understand the public nature of their postings”.

There are more examples of deontological codes that refer specifically to the New Media’s condition of journalism.

For example, Luxembourg’s code urges journalists to confirm that the websites they are creating a link or sharing, do not contain illicit material. In case of illicit materials, it is clearly stated journalists should refrain from linking.

On its turn, Norwegian deontological code advises professional journalists to clearly mark links to other sites and at the same time it places a great amount of responsibility on editors by making them obliged to delete inappropriate and indecorous comments: “Should the editorial staff choose not to pre-edit digital chatting, this has to be announced in a clear manner for those accessing the pages. The editorial staff has a particular responsibility, instantly to remove inserts that are not in compliance with the Ethical Code”.

The Netherlands deontological code is very clear in this respect because it has an entire section devoted to dealing with online commentaries named “responses on websites”. And it stresses that if a response to an article on the website contains a serious accusation or defamatory expression towards one or more known persons, the editorial office, on request of those involved, must investigate whether there are actual grounds for the accusation or allegation and, if it is not the case, to remove the response.

The last remark on deontological codes that specify online journalism is about the Canadian Code and how it plainly asserts that cyberactivism and civic engagement via Social Media compromise journalist’s obligation to impartiality. “As fair and impartial observers, we must be free to comment on the activities of any publicly elected body or special interest group. But we cannot do this without an apparent conflict of interest if we are active members of an organization we are covering, and that includes membership through social media”. So, to “Like” a political candidate or to subscribe an online, public petition may be serious

obstacles to covering an issue with fairness and independence.

The Canadian, Dutch or Norwegian deontological codes of journalism give us a few examples how ethical standards are already starting to be adapted to the practical need of online journalists and they should provide a great starting point to make deontology a set of ethical rules easier to understand and, above all, easier to apply in everyday professional routines by online journalism.

In fact, we suggest that journalists will probably be less confused by what they should or should not do. Without omissions or ambiguities, online journalist’s work will be much easier to handle, and the public will also easily know better what to expect journalism on online environments.

Conclusion

This paper brings light to the legal, corporate, professional and individual ethical constraints in online journalism while highlighting the particular need to update deontological codes to face the challenges of doing journalism in digital media environments.

It calls for the professional and academic need of adapting the existing deontological codes to contemporary online practice of journalism presenting a concise analysis of the existing deontological codes given that a large majority of them are not particularly sensible to the ethical challenges of online journalism.

Numbers don't lie. Although ethical concerns about doing journalism online have been growing in the last decades, there is a general lack of interest in making deontological codes fully adequate to New Media.

Since only 9% of world's deontological codes make an explicit effort to regulate journalist's practices in Digital Media, it seems fair – as statistics point out – to say that there is a wide-ranging neglect in defining new ethical boundaries to online journalism. More, there is also a lack of consistency and uniformity in defining those boundaries since deontological codes that mention digital media – such as United Kingdom, Canada, Luxembourg or Canada's self-regulatory texts – give distinct emphasis to certain aspects (social networking, or social responsibility and accountability for links, for instance).

There are only a few core themes or common references in all those codes. Also, there is no universal standard from which different countries can extrapolate their deontology. So, each country's deontology stresses only those aspects that are considered more relevant to their professional, cultural, technological and political realities. There are no perceived trends that give us a solid, coherent and comprehensible view of deontology in online journalism.

What the 9 deontological codes have in common is the assumption that online journalism is subject to the same ethical principles as “traditional” journalism. Given the legal, corporate, professional and individual ethical constraints identified earlier in this paper, based on the will of most journalists to build a specific deontology to online journalism and given, still, the lack of homogeneity in the existing deontological codes that mention digital media, there is much waiting to be done.

One first step could be revisiting supra-national ethical codes. We agree with Diaz-Campo and Segado-Boj (2015: 741), when they suggest updating those universal codes. In fact, some of them have more than 30 years

of existence. We are referring here to UNESCO's *Principle of Professional Ethics in Journalism* (dating from 1983), the *International Federation of Journalists' Code* (approved in 1986) and the *European Code of Journalism Deontology* (agreed in 1993). These major, internationally acclaimed, and wide-accepted deontological codes could be the steady platform from which to derive all the national deontological codes about exercising journalism in a New Media context. The revision of these supra-national journalism standards will hopefully take the necessary step to lead to a major updating on online journalism's deontology throughout the world. But the great advantage would be that national deontological codes would have a firm reference point, a beacon in the sea of possibilities, that would enlighten and bring safe all the deontological initiatives.

This seems not just to be a long-anticipated move but also a very necessary one in order to preserve the crystal-clear landscape that tells, beyond doubt, what journalists are expected to do, how they should do it and what they, for the sake of public trust, cannot do.

Bibliographical References

- Allcott, H. & Matthew G. (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211–236. doi:10.1257/jep.31.2.211.
- Alsina, M. R. (2009). *A Construção da Notícia*. Petrópolis: Vozes.
- Alsina, M. R. & da Silva, L (2018). Ética e jornalismo na Era da Pós-Verdade. *Revista Observatório*, 4(3), 726-758.
- Bentham, J. (1821). *On the Liberty of Press and Public Discussion*. Available at <http://www.la.utexas.edu/research/poltheory/bentham/bsp/index.htm>
- Bradshaw, P. (2008). A model for the 21st century newsroom: the news diamond. Available at <http://j-source.ca/article/a-model-for-the-21st-century-newsroom/>
- Canavilhas, J. (S/D). Webjornalismo: Da pirâmide invertida à pirâmide deitada. Available at <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornalismo-piramide-invertida.pdf>
- Carlson, M. (2018). The Information Politics of Journalism in a Post-Truth Age. *Journalism Studies*, 19, 1879-1888 - Issue 13: The Future of Journalism. Guest Edited by L. Bennett, S. Allan, & M. Berry, <https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1494513>
- Correia, J. C. (2012). A construção social da realidade e o jornalismo como profissão especializada. In I. F. Cunha, A. Cabrera & J. Pedro de Sousa, JP (org.), *Pesquisa em Media e Jornalismo - Homenagem a Nelson Traquina* (pp. 79-105). Covilhã: Livros Labcom.
- Cornu, D. (2015). Da Deontologia do jornalismo à ética da informação, In A. Peixinho, C. Camponez, I. Vargues & J. Figueira (org.), *20 Anos de Jornalismo Contra a Indiferença* (pp.103-119). Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra.
- Demir, M. (2011). Importance of ethic, credibility and reliability in online journalism. *Eur. J. Soc. Sci.* 24(4), 537–545.
- Deuze, M. & Yeshua, D., (2001). Online journalists face new ethical dilemmas. Lessons from the Netherlands. *Journal of Mass Media Ethics*, 16(4), 273–292.
- Diaz-Campo J. & Segado-Boj (2015). Journalism ethics in a digital environment: how journalistic codes of ethics have been adapted to the Internet and ICT's in countries around the world. *Telematics and Informatics*, 32, 735-744.
- Ess, C. (2009). *Digital Media Ethics*. Cambridge: Polity Press.
- Fidalgo, J. (2013). Journalism is changing – and what about journalism ethics?, Paper presented at the IAMCR 2013 Conference. Available at: [/repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/29727/1/JF_Journalism%20changes%20and%20ethics_IAMCR.pdf](http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/29727/1/JF_Journalism%20changes%20and%20ethics_IAMCR.pdf)
- Fidler, R. (1997). *Mediamorphosis: Understanding New Media*. London: SAGE Publications, <http://dx.doi.org/10.4135/9781452233413>
- Friend, C. & Singer, J. (2007). *Online Journalism Ethics – Traditions and Transitions*. New York: M. E. Sharpe.
- Gambarato, R. & Tárcea, L. (2017). Transmedia strategies in journalism – An analytical model for the news coverage of planned events. *Journalism Studies*, 18, (4), 1381-1399.
- Gray J., Bounegru, L. & Chambers, L. (ed.), (2017). *The Data Journalism Handbook*, ebook. Available at <http://datajournalismhandbook.org/1.0/en/index.html>

- Harsin, J. (2018). Post-truth and critical communication. In *Oxford Research Encyclopedia of Communication*. Oxford: University Press. doi: <http://dx.doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.757>
- Hayes, A.S., Singer, J.B. & Ceppos, J., (2007). Shifting roles, enduring values: the credible journalist in a digital age. *Journal of Mass Media Ethics*, 22(4), 262–279.
- Levinson, P. (2017), *Fake News in Real Context*. New York: Connected Editions
- Mateus, C. (2015). *A Utilização das Redes Sociais pelos Jornalistas Portugueses: Novos desafios éticos e deontológicos para a profissão*. Covilhã: Livros Labcom.
- Prado, M. (2010), *Webjornalismo*. São Paulo: Editora LTC.
- Santaella, L. (2007) *Linguagens Líquidas na Era da Mobilidade*. São Paulo, Paulus.
- Singer, J. (2009) – Barbarians at the gate or liberators in disguise? Journalists, users and a changing media world”. In J. Fidalgo, & S. Marinho, (org.), *Actas do Seminário Jornalismo: Mudanças na profissão, mudanças na formação*. Universidade do Minho: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (CECS). Available at <http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/jornalismo08/article/viewfile/400/374>
- Steensen, S. (2009). The shaping of an online feature journalist. *Journalism*, 10(5), 702-718.
- Suárez Villegas, J.C. (2015). Ethical and deontological aspects of online journalism. Their perception by journalists. *Revista Latina de Comunicación Social*, (70) 91–109. Available at <http://www.revistalatinacs.org/070/paper/1036us/06en.html>.
- Ward, S. (2009). Is “layered journalism” the future?’, *J-Source.ca*. Available at http://jsource.ca/english_new/detail.php?id=3497
- Wolton, D. (1999) *Penser la Communication*. Paris: Flammarion.

Web References

- “CNN suspends analyst Roland Martin for ‘offensive’ remarks” (2012). Available at <https://edition.cnn.com/2012/02/08/politics/cnn-roland-martin/index.html>
- IPSO Editors’ Code of Practice. Available at <https://www.ipso.co.uk/editors-code-of-practice/>
- Canadian Association of Journalists Statement of Principles. Available at <http://caj.ca/content.php?page=ethics-guidelines>
- Luxembourg’s Code of Deontology. Available at http://ethicnet.uta.fi/luxembourg/code_of_deontology
- Code of Ethics of the Norwegian Press. Available at http://ethicnet.uta.fi/norway/code_of_ethics_of_the_norwegian_press
- Guidelines from the Netherlands Press Council. Available at http://ethicnet.uta.fi/netherlands/guidelines_from_the_netherlands_press_council

Uma nova ética para um novo jornalismo?

Revisitando o imperativo da responsabilidade

A new ethics for a new journalism? Revisiting the imperative of responsibility

https://doi.org/10.14195/2183-6019_9_2

Resumo

Se, por um lado, a realidade de uma nova forma de fazer jornalismo parece evidente e inquestionável, por outro lado, a necessidade de uma nova ética como correlato dessa nova realidade não se afigura com o mesmo grau de evidência e indiscutibilidade. Sendo verdade que há novas variáveis, como a predominância dos grandes grupos de comunicação social, e novas categorias, como a de webjornalismo, cujas implicações éticas importa avaliar, na realidade, os profissionais parecem considerar que as normas deontológicas existentes enquadram cabalmente as práticas jornalísticas. De facto, estas refletem princípios éticos fundamentais, transversais e intemporais, que poderiam ser coligidos sob o princípio da responsabilidade e que se direccionam para um imperativo da mesma ordem.

Palavras-chave: Deontologia; emancipação; ética; jornalismo; responsabilidade.

Abstract

It is an unquestionable and obvious fact that there is a new type of journalism today. Nevertheless, the need for a new ethics as a correlate of this reality is not so obvious or unquestionable. While it is true that there are new variables, such as the predominance of media groups, and new categories, such as web journalism, whose ethical implications should be assessed, professionals seem to consider that the existing deontological norms in current journalistic practices are sufficient. In fact, these norms reflect fundamental, transverse, and timeless ethical principles that could be collated under the principle of responsibility and directed towards an imperative of the same order.

Keywords: Accountability; deontology; emancipation; ethics; journalism; responsibility.

Introdução

A realidade de uma nova forma de fazer jornalismo é evidente e indiscutível. Seria, pois, expectável que daí decorressem a evidência e a indiscutibilidade da necessidade de uma nova ética. Não é, contudo, o caso. Subjacente às transformações pode estar a constância da ética jornalística, naquilo que são os seus princípios e valores fundamentais.

Na verdade, entre a predominância dos grandes grupos de comunicação social, a mercantilização do trabalho jornalístico, as características diferenciadoras do webjornalismo, e categorias híbridas como infoentretenimento e publisreportagem, surgem novas variáveis e novos desafios de natureza ética, que importa pensar, e que sustentam o desejo de ver balizados normativamente comportamentos associados a tais contextos. A pergunta a fazer é se precisamos de uma nova ética para o novo jornalismo. O caminho a percorrer na busca de uma resposta passará por, primeiramente, apresentar uma súpula das principais marcas do jornalismo atual e estabelecer os correlativos desafios éticos; num segundo momento, visitar a

diferença entre ética e deontologia, recuperando características dos códigos deontológicos e fazendo uma incursão pela revisão do Código Deontológico dos Jornalistas portugueses, de 2017; por fim, será proposto o modelo ético que nos parece mais adequado para o jornalismo, e que tem no seu cerne o imperativo da responsabilidade.

O jornalismo atual: novas categorias, novas variáveis e novos desafios

Embora as novas tecnologias da informação e da comunicação sejam responsáveis por grande parte das mudanças ocorridas nos últimos anos no jornalismo, elas não são os únicos fatores a considerar. A predominância dos grandes grupos de comunicação social e a mercantilização do trabalho jornalístico, com a informação a seguir as leis da oferta e da procura, têm grande impacto no modo como se encara a profissão e as correlativas responsabilidades. As vulnerabilidades dos profissionais traduzem-se em vulnerabilidades éticas.

Por outro lado, há características específicas do webjornalismo, que não devem ser descuradas, não apenas

porque introduzem novos modelos de produção e de receção de notícias, mas também porque suscitam um questionamento ético, a saber: interatividade; hipertextualidade; personalização; e instantaneidade.

A interatividade é uma das marcas do webjornalismo que pode concretizar-se de múltiplas formas: em caixas de comentários, em fóruns de discussão, na eventual troca de *emails*, etc. A máxima desta marca é a de que “a notícia deve ser encarada como o princípio de algo e não um fim em si própria, deve funcionar apenas como o “tiro de partida” para uma discussão com os leitores” (Canavilhas, 2003, p. 65). A questão ética é: que limites? A partir do momento em que se incita o leitor a discutir o que é noticiado, assume-se o pleno direito ao exercício da liberdade de expressão? Sabe-se que não há unanimidade quanto ao espaço mediático a conceder a ideologias politicamente extremadas, por exemplo. Além disso, este apelo à interatividade parece funcionar como um convite permanente à *doxa*, em que todos podem opinar sobre tudo, independentemente do grau de conhecimento do assunto.

No que diz respeito à hipertextualidade, devemos recuar até aos anos 60 do século passado, década em que foi utilizada pela primeira vez a palavra “hipertexto”, para compreendermos que não se trata de uma absoluta novidade. Theodor Nelson cunhou este termo para se referir a uma “escrita não sequencial, um texto com várias opções de leitura que permite ao leitor efetuar uma escolha” (Canavilhas, 2014, p. 4). O webjornalismo, ao assumir esta dimensão, aproveitou a possibilidade veiculada pelo digital de exponenciar as opções de leitura a partir de uma única publicação. Assim, e se da década de 60 até hoje diversos autores foram propondo definições mais ou menos complexas de hipertextualidade, há dois elementos constantes e, nessa medida, definidores desta categoria: blocos informativos e hiperligações. A informação é segmentada e pode apontar-se para outros textos complementares, outras páginas relacionados com o assunto, material de arquivo do próprio jornal, publicidade, etc.

A questão ética que aqui encontramos é: que responsabilidade? A sugestão de hiperligações que conduzem o

leitor para material de autoria diversa compromete o jornalista com a veracidade e fidedignidade do que aí consta? Não sendo autor do conteúdo, é, ainda assim, compositor das ligações. Estarão os jornalistas dispostos a assumir a responsabilidade decorrente dessa composição?

Quanto à categoria da personalização, esta remete para a possibilidade de configurar a receção de informações de acordo com os interesses do usuário. Sendo um procedimento estritamente informático, seja por escolha própria, através do registo numa publicação, seja por via de *cookies*, não se trata de uma característica cujas consequências possam ser diretamente imputáveis aos jornalistas. Não obstante, esta é uma realidade proporcionada pelo webjornalismo e também dela decorre uma questão com implicações éticas: que abrangência? A personalização reforça a tendência para ficar circunscrito ao que coincide com as crenças pessoais, limitando horizontes de sentido e a diversidade de perspetivas.

Por fim, a instantaneidade, que está presente tanto na produção jornalística quanto no acesso à informação. A este

propósito, a pergunta é: que critérios? As “notícias ao minuto”, a atualização contínua, serão compatíveis com a deontologia jornalística? Por outro lado, esta dimensão está associada a uma abundância e superficialidade informativas, que exploraremos mais adiante.

Para já, importa assinalar que qualquer um dos elementos referidos implica, direta ou indiretamente, um acréscimo de responsabilidade quanto à forma e ao conteúdo das informações jornalísticas.

A par destes elementos, categorias híbridas como *infoentretenimento* e *publirreportagem* vão conquistando terreno, o que nos conduz ao segundo tópico, relativo à atualização do Código Deontológico do Jornalista português.

Ética e deontologia no jornalismo

Uma das características comuns a todos os códigos deontológicos é a respetiva abertura. Não são documentos cristalizados, refletindo, antes, a evolução cultural, social e das profissões. No caso do jornalismo, esta abertura significa atenção às transformações sociais e tecnológicas relacionadas

com a prática profissional. Contudo, o reconhecimento de que há princípios e valores transversais a diferentes sociedades e culturas, e intemporais, conduz-nos à constância da ética inicialmente referida.

Os princípios éticos fundamentais que constituem os pilares do jornalismo não são flutuantes – ou não seriam fundamentais. É certo que o rigor, a prestação de um serviço público e a responsabilidade social são factualmente comprometidos pela nova relação com o tempo que se impõe aos jornalistas, mas tal circunstância apenas reforça a necessidade de aproximar o que é e o que deve ser.

Fazendo uma incursão sobre a última revisão do Código Deontológico do Jornalista português, aprovada no IV Congresso dos Jornalistas, de janeiro de 2017, e confirmada no referendo de outubro do mesmo ano, com o objetivo assumido de atualizar um documento datado de 1993, verifica-se que nenhuma das alterações efetuadas inclui referências às novas práticas jornalísticas. Uma das alterações visou a questão da igualdade e da não-discriminação, e outra, extremamente significativa, foi a autonomização da

cláusula sobre a consciência, antes integrada na norma relativa à responsabilidade. Note-se que a recusa de práticas jornalísticas que violentem a consciência individual é colocada como um dever, não como um direito, abrindo espaço para o *êthos* do jornalista.

Na destriça entre ética e deontologia joga-se a tese desta reflexão. Na primeira, encontramos princípios e valores, fruto de um processo reflexivo, e que devem ser integrados pelo indivíduo. A segunda, inscrita no âmbito da ética aplicada, consubstancia-se num conjunto de deveres que regulam o exercício de uma profissão. Deste modo, a ética jornalística deve manter-se inalterável nos seus princípios e valores, ainda que a deontologia que rege a profissão possa incorporar um acrescido enquadramento normativo de novas possibilidades de ação, de novas exigências e de novos desafios. Enquanto possibilidade, inscreve-se no âmbito do contingente, cuja definição aristotélica recuperamos: contingente é aquilo que é, mas poderia não ser, ou que, sendo como é, poderia ser diferente daquilo que é. Neste sentido, podemos considerar que os

códigos deontológicos devem ser mais pormenorizados no enquadramento normativo das práticas profissionais, mas não é necessário que assim seja, desde que os princípios fundamentais estejam solidamente definidos.

Assim sendo, podemos considerar que o que há a esperar da ética no jornalismo do século XXI não é substancialmente diferente do que se esperava antes. Em 1983, quando se estabeleceram os Princípios Internacionais da Ética Profissional no Jornalismo, ressaltou-se o valor duradouro da declaração da UNESCO, e não se considerou necessário ir além de dez princípios, que têm a responsabilidade como ponto de fuga.

Do princípio da responsabilidade à ideia de responsabilidade social

O conceito de *ética aplicada*, surgido na década de 1960 e desenvolvido sobretudo na década seguinte, permitiu pensar a responsabilidade numa vertente coletiva, refletindo, por um lado, o facto de a mesma ser inerente à dimensão da ação, e, por outro lado, a realidade das transformações sociais e dos desafios entretanto surgidos. Áreas

como as da bioética e ética biomédica, da ética do ambiente, da ética económica e da ética empresarial¹, fomentaram o diálogo entre interlocutores com diferentes formações, redirecionando os tradicionais estudos de metaética e de ética normativa.

Neste contexto, Hans Jonas surge como pioneiro na constatação da necessidade de uma “nova ética”, decorrente do crescente domínio de ação coletiva, que impõe uma outra dimensão de responsabilidade (Jonas, 1972, p. 37). O *princípio da responsabilidade* será erigido pelo filósofo como princípio fundamental da ação humana, tendo em conta que as repercussões resultantes dos nossos atos assumem uma extensão e uma

longevidade cada vez mais alargadas, em grande medida por via do desenvolvimento tecnológico. A abordagem é, portanto, consequencialista, sendo esse registo que facilitou a incorporação da ética em domínios tendencialmente dela excludentes, uma vez que permitiu que, ao invés de ser considerada uma limitação imposta por princípios teóricos, tenha sido reconhecida, na sua vertente aplicada, como mais um instrumento de decisão ou inclusivamente como uma *propedêutica* à decisão (Lacroix, 2009, p. 96²). O raciocínio prático implicado neste processo deve operar tendo em atenção as prováveis consequências das escolhas em ponderação, sendo que a atenção dirigida no triângulo

normatividade-ação-consequências ao lado das consequências acabou vertida num conjunto de princípios reguladores de práticas coletivas, segundo o pressuposto da respetiva mais-valia.

Tal conceção conheceu um grande desenvolvimento no domínio empresarial na última década do século XX, quando as empresas começaram a preocupar-se mais com a sua imagem social, procurando mostrar que as exigências de rentabilidade que lhes são inerentes são compatíveis com valores como a justiça e o respeito pelas pessoas³ (Marzano, 2008, p. 110). Porém, a compatibilidade não institui, por si só, o dever. Onde que o conceito de *responsabilidade social* tenha surgido enquadrado num modelo que visa estabelecer os critérios de “respeitabilidade” das empresas. Citamos, a este propósito, Donna Wood e os princípios por ela identificados

1 A partir deste ponto, o texto recupera em parte o artigo “Entre “personas panqueques” y ciudadanos emancipados: la responsabilidad social de los medios de comunicación”, publicado, em 2016, no *Libro de Actas del III Congreso Internacional de Ética de la Comunicación: Desafíos éticos de la comunicación en la era digital* (pp. 287-295). L. Rico, J. Villegas e M. Jiménez (ed.). Madrid: Dykinson.

A nossa perspetiva é a de enquadramento da ética empresarial no âmbito da ética aplicada, embora esta opção possa não ser unânime. Para uma apresentação da divergência em causa, v., p. ex., Conill, 1995, pp. 201-203.

2 “On dira que l'éthique appliquée à une fonction d'aide à la délibération, à la résolution de dilemmes moraux et à la clarification d'enjeux éthiques, tant pour les individus considérés dans leur singularité que pour ceux qui mènent une action commune au sein d'institutions. Dans ce contexte, l'éthique se présente comme le point de jonction entre l'action individuelle et l'action collective pour l'agent moral. L'intervention en éthique vise par conséquent à concilier l'action individuelle et les «contraintes» normatives et axiologiques auxquelles celles-ci est exposée. Pour aller maintenant au-delà de la simple fonction normative à laquelle on restreint trop souvent ce concept, je pose l'éthique comme une propédeutique à la décision”.

3 É nesta época que surgem revistas especializadas em ética dos negócios, como a *Business Ethics Quarterly*, criada em 1991, e a *Business Ethics*, surgida em 1992. Podemos, contudo, recuar até 1953, ano da publicação da obra *Social Responsibilities of the Businessman*, da autoria de Howard Bowen, para aí encontrarmos já apresentado o conceito de *responsabilidade social* em relação com o mundo dos negócios.

no âmbito da responsabilidade social das corporações, a saber: (i) o princípio da legitimidade; (ii) o princípio da responsabilidade pública; e (iii) o princípio da gestão socialmente responsável⁴. O primeiro relaciona-se com o que é expectável, estabelecendo que uma empresa, enquanto instituição, não deve abusar do seu poder, sob pena de a sociedade não lho reconhecer mais. O segundo refere-se explicitamente às responsabilidades das empresas para com a sociedade, quer diretas quer indiretas, em função do respetivo campo de ação. O terceiro coloca em destaque a vertente individual, remetendo para a dimensão moral dos membros das empresas, nomeadamente dos gestores, ao estabelecer que estes são agentes morais e que devem tomar decisões focados na responsabilidade social. (Wood, 1991).

As questões respeitantes à compatibilidade entre fins empresariais e valores morais, bem como à credibilidade que as empresas procuram deter

A reciprocidade constitui a essência da responsabilidade social, e as organizações que a ela não aderirem perdem a confiança da sociedade, ao não lhes reconhecer credibilidade

no seio da opinião pública, foram colocadas em sintonia por James Grunig e Jon White, na constatação de que as organizações excelentes se deram conta de que podem alcançar os seus objetivos dando aos públicos algo do que estes pretendem, ou seja, integrando a “norma da reciprocidade” na organização. Segundo os autores, a reciprocidade constitui a essência da responsabilidade social, e as organizações que a ela não aderirem perdem a confiança da sociedade, ao não lhes reconhecer credibilidade (Grunig & White, 1992).

É necessário, contudo, atender à conceptualização da ideia de “responsabilidade social” para ultrapassar o mero pressuposto da “rentabilidade ética”, o qual também pode ser associado à ética empresarial. Como refere Grunig, os teóricos da gestão discutiram extensamente o significado a atribuir a esta expressão (Grunig, 2014, p. 4), sendo que o essencial da sua compreensão está patente na definição de Kathryn Bartol e David Martin: a responsabilidade social de uma organização designa o dever de privilegiar as ações que protegem e melhoram o bem-estar dos membros

⁴ O terceiro princípio é apresentado pela autora com a designação de *the principle of managerial discretion*. Optámos neste caso por uma tradução livre, que julgamos mais imediatamente compreensível, baseada na substância do princípio.

da sociedade, servindo os seus próprios interesses (Bartol & Martin, 1991, p. 115). Note-se que, mais do que evidenciar a compatibilidade entre a economia e a ética, ou inclusivamente a rentabilidade da última (no que pode configurar uma forma de instrumentalização que conduz à dúvida acerca da eticidade das práticas dela decorrentes), encontra-se aqui postulado um *dever*, sem que, todavia, a discussão a este propósito esteja encerrada.

Cabe perguntar se as empresas têm, *de factum et de jures*, responsabilidades em relação à sociedade ou se a sua função está limitada aos interesses dos proprietários. No último caso, a ética pode ser acolhida na justa medida em que servir esses interesses, tratando-se, portanto, de uma estratégia de gestão otimizadora de recursos. Na realidade, como é mencionado por Michela Marzano, o discurso sobre responsabilidade social e ética dos negócios permite aos chefes das empresas, por um lado, precaverem-se relativamente a movimentos sociais e mediáticos com custos elevados, e, por outro, como notámos antes, agradar à opinião pública (Marzano, 2008,

p. 115). Promove-se, desse modo, a confiança de consumidores e de investidores, retirando daí benefícios empresariais.

Não é, contudo, a questão das motivações inerentes à ética empresarial e da atenção que lhes deve ser prestada que nos ocupa. Aquilo que pretendemos advogar é que a responsabilidade social dos órgãos de comunicação, não obstante a sua qualidade de empresas – ou, se se preferir, precisamente enquanto empresas, cuja dimensão institucional cria responsabilidades para com a sociedade –, é uma responsabilidade direta, intrínseca e basilar, pelo que, independentemente da relação que genericamente se estabeleça entre fins empresariais e responsabilidades sociais, essa relação será sempre de implicação no caso dos *media*, o que justifica o enfoque numa ética da responsabilidade.

Informação, emancipação e cidadania: a importância do “olhar” sobre o mundo

A pergunta pelos fins dos *media* coloca-nos diante de várias respostas, que não são excludentes entre si, mas

antes complementares⁵. Há os fins empresariais, relativos à obtenção de benefícios, cuja transversalidade a meios de comunicação social públicos e privados nos parece evidente, embora com graus de relevância diferenciados: ao serviço público não tem, necessariamente, que estar associado o lucro (aliás, a sua finalidade não é essa), mas a questão da respetiva sustentabilidade também não lhe é alheia. Simultaneamente, é-lhes atribuída uma finalidade política, que pode ser enunciada como referente à fomentação do bom funcionamento democrático. Em terceiro lugar, identificamos o garante do direito à informação, reconhecido ética e politicamente na Declaração Universal dos Direitos do Humanos, designadamente no artigo 19º, e constitucionalmente, no caso português, no artigo 37º. Esta vertente dos *media* é essencial para que a finalidade política possa concretizar-se, na medida em que uma cidadania ativa pressupõe cidadãos informados. Já os fins empresariais devem ser colocados como

⁵ Seguimos em parte, na identificação dos fins, o discurso de Enrique Perales, a propósito dos fins concernentes aos meios audiovisuais (Perales, 1999, p. 15).

condição de possibilidade dos fins políticos e jurídicos; caso contrário, uma empresa de comunicação não revelaria diferença substancial relativamente a qualquer outro negócio. Acontece, porém, que a função emancipadora dos *media* impossibilita uma conceção estritamente comercial. Por isso, mesmo saindo fora do âmbito estrito da informação, a responsabilidade dos meios de comunicação social relativamente à *formação* dos cidadãos não deve ser descurada. Neste sentido, e acompanhando Francisco Laporta (1999, p. 84) na afirmação de que os *media* não refletem a realidade de forma passiva, construindo, antes, a realidade social, decidindo como a sociedade se percebe a si mesma, atribuímos um sentido forte à ideia de *construção da realidade social*, porquanto consideramos que esta (a realidade social) é, pelo menos em parte, resultado daquilo que os *media* são e dos constructos que por via dos mesmos se vão realizando.

Sendo a sociedade uma mera abstracção derivada dos indivíduos, esses sim com existência real, somos reconduzidos à questão da formação e emancipação dos mesmos. Não é despidendo recupear neste contexto as palavras de

Immanuel Kant no ensaio “Resposta à pergunta: Que é o Iluminismo?”:

“*O Iluminismo é a saída do homem da sua menoridade de que ele próprio é culpado. A menoridade é a incapacidade de se servir do entendimento sem a orientação de outrem. (...) Sapere aude!*” (Kant, 1784, A 431, trad. cit., p. 11)

A emancipação, enquanto saída da menoridade, ou seja, a capacidade de pensar por si mesmo, exige conhecimento. Não há autonomia sem saber. E aqui radica a responsabilidade social dos *media*: são eles que transmitem as informações necessárias para que qualquer cidadão possa tomar as suas decisões (Saavedra, 1999, p. 130), num contexto social como aquele em que vivemos, no qual os cidadãos são chamados a deliberar e decidir. É neste sentido que Laporta afirma: “quando falamos de sociedade democrática, estamos a falar necessariamente da *maximização da informação* numa *sociedade deliberante*”⁶

6 “[...] cuando hablamos de sociedad democrática estamos hablando necesariamente de la *maximización de la información* en una *sociedad deliberante*.”

(Laporta, 1999, p. 79). Nessa medida, a informação considerada de interesse público remete para um conjunto de critérios, dos quais destacamos, pelo seu valor absoluto, ser útil para esclarecer os cidadãos das escolhas relativas às áreas política, social, económica, religiosa, etc.; favorecer a participação na vida democrática; e ser de natureza emancipadora (Bernier, 2004, p. 141).

Ao colocarmos a ideia de *emancipação* como núcleo definidor da tarefa dos *media*, interessa-nos aprofundá-la nos seus pressupostos e respetivas consequências. Para tal, convocamos, o conceito de “espectador emancipado”, proposto por Jacques Rancière a partir da reflexão acerca da relação entre espetáculo teatral (expressão utilizada pelo autor em sentido lato – inclui ação dramática, dança, *performance*, etc.) e política (Rancière, 2008, p. 8), e que consideramos adequada para pensar a condição de recetor de informação, seja como espectador, seja como leitor ou como ouvinte.

Rancière começa por evidenciar dois pressupostos subjacentes à consideração de que ser espectador é um mal: *olhar é o contrário de agir*; *olhar é o contrário de conhecer*. Na

desconstrução destes antagonismos, o autor questiona a oposição radical entre ativo e passivo, bem como, a partir dessa oposição, a associação do olhar e da escuta à passividade. A emancipação “começa quando se põe em questão a oposição entre olhar e agir”, na medida em que “o espectador também age (...). Observa, seleciona compara, interpreta” (Rancière, 2008, p. 22). Esta doação de sentido implicada na recepção é a consubstanciação do “poder do espectador”, que traduz à sua maneira aquilo que percebe (Rancière, 2008, p. 27); é a reposição da igualdade, na medida em que as oposições entre olhar e saber, olhar e agir, atividade e passividade estabelecem “uma distribuição *a priori* das posições e das capacidades e incapacidades ligadas a essas posições. São alegorias encarnadas da desigualdade” (Rancière, 2008, p. 21). É seguindo este raciocínio que num outro contexto, escrevendo sobre “a imagem intolerável”, Rancière aponta aos críticos da proliferação televisiva das imagens a subjugação ao ensinamento de que não está a alcance de qualquer um a capacidade de ver e falar: “o sistema da Informação não funciona pelo excesso

das imagens, funciona selecionando os seres falantes e raciocinantes, capazes de “descriptar” o fluxo de informação que diz respeito às multidões anónimas” (Rancière, 2008, pp. 142-143). É assim que o significado da palavra *emancipação* vai ser apresentado como: “desmantelar a fronteira entre os que agem e os que veem, entre indivíduos e membros de um corpo coletivo” (Rancière, 2008, p. 31).

A expectativa está, pois, em que aquele que é o recetor da informação, não só esteja capacitado para agir, como seja já agente na qualidade de recetor/espectador. Um olhar sobre a realidade mostra-nos a benevolência de tal expectativa.

**Excesso de informação,
pouca espessura: como
saber coisas nos torna
ignorantes**

O conceito de “sociedade da informação”, os respetivos pressupostos e os expectáveis efeitos, são há muito objeto de uma ampla discussão que reflete perspetivas cétricas, otimistas e prudentiais. Acompanhamos Paulo Serra na tese de que o âmago do problema se encontra já colocado na

obra de Platão, em particular, e de maneira explícita, no *Fedro*, onde se discute a identidade e a diferença entre informação e conhecimento, e como a primeira pode conduzir ao último (Serra, 2003, p. 12). É esta relação de identidade ou de diferença, de implicação ou de obstáculo, ou mesmo a factualidade de uma não-relação, que nos importa aferir, pelas implicações daí decorrentes.

Assumido antes o pressuposto da informação como condição necessária de uma cidadania ativa, devemos agora considerar a compreensão do conceito de informação nele envolvido. Antes de mais, facilmente se compreenderá, a partir de tal considerando, que se acresça o pressuposto relativo à natureza necessária da informação como condição para o conhecimento. Rejeitamos, portanto, que entre uma e outro não haja relação. Ao mesmo tempo, rejeitamos que a informação configure um obstáculo para o conhecimento, como é sugerido na tese de que a confusão entre ambos dificulta a obtenção de conhecimento, pela cristalização do processo na vertente meramente aquisitiva da informação. Identificamos, antes, uma relação de

implicação, que afirma por si mesma a diferença dos termos. Dito de outro modo, a informação apresenta-se-nos como condição necessária, mas não suficiente, do conhecimento, e, por extensão, da ação. É neste ponto que devemos um olhar atento à factualidade, o qual nos permitirá perceber em que medida, não havendo oposição lógica entre olhar e conhecer ou entre olhar e agir, não podemos, ainda assim, deduzir do “olhar” nem o conhecimento nem a ação. Entenda-se por “olhar”, neste caso, a receção de informação que nos permite ter um olhar sobre o mundo, conhecê-lo, e nele e sobre ele agir, seja essa receção feita por via da imagem, por meio da palavra escrita ou através da palavra escutada.

Que a dita “sociedade da informação” não corresponde a uma “sociedade de conhecimento” é uma evidência. Também é uma evidência, já antes referida, que a quantidade de informação acumulada e a facilidade de aceder à mesma aumentaram exponencialmente graças às novas tecnologias e à apropriação que os *media* delas têm feito. Esta dupla condição – quantidade e facilidade de acesso – revela o carácter adequado da designação

de “sociedade de informação” e, em simultâneo, a pertinência do princípio da responsabilidade, no seguimento da teorização de Hans Jonas.

Ocorre, porém, que, como correlato da dita “sociedade de informação”, nos deparamos com um “excesso de informação”, cujos efeitos nos apartam de uma “sociedade do conhecimento”. A questão, ao contrário do que a expressão parece pressupor, não é apenas de ordem quantitativa; é também qualitativa, na medida em que tais categorias são interdependentes.

Num mundo em que cada vez há mais informação a circular, e num tempo cada vez mais curto, continua a caber aos profissionais dos *media*, em concreto aos jornalistas, o papel de transmissores da informação. Diríamos até que o seu papel está acrescido de sentido e de responsabilidade, precisamente em função do contexto de diversidade e velocidade informativas. Havendo cada vez mais informação a chegar-nos por via de profissionais da comunicação, responsáveis por dar a conhecer a realidade, tornando-a compreensível para quem recebe a informação, o resultado previsível seria o da referida “sociedade

do conhecimento”. No entanto, não é o caso.

Richard Foreman, autor, encenador e teórico estadunidense, numa entrevista ao jornal *Público* (de 29/04/2006, assinada por Joana Gorjão Henriques) refere que na atualidade possuímos toda a informação, mas não há profundidade na estrutura da personalidade; sabemos muitas coisas, mas de forma superficial; tornámo-nos, segundo a sua expressão, “pessoas-panqueca”. A imagem é rica em significação e facilmente compreensível: pessoas sem espessura, que opinam acerca de muita coisa, porque têm informação sobre muita coisa, mas que conhecem muito pouco, porque estão diminuídas na capacidade de reflexão, de atribuição de sentido, de crítica. Pessoas-panqueca correlato, aditamos nós, de uma informação sem espessura, apartada do princípio da responsabilidade e distraída da sua razão de ser.

O “excesso de informação” originou uma “informação como excesso”, direcionada para o imediato, o choque, a simplificação, o maniqueísmo (Serra, 2003, p. 199), na senda da conquista de público. A informação da instantaneidade e da *doxa* adquiriu

características próprias do entretenimento, aprofundando o fosso entre o deontologicamente estabelecido e a prática. “A lógica é, agora, não a de publicitar a informação, mas a de fazer com que a informação se publicite a si própria, sob pena de não atrair os potenciais ‘clientes’” (Serra, 2003, p. 200). Assim, apela-se à emoção, em detrimento da reflexão; promove-se o envolvimento, em vez da distanciação; fomenta-se a adesão, ao invés da crítica. Tais práticas estão suportadas pelo tipo de informação prestado e pelo modo como é veiculado, representando o fator concorrencial, neste caso, um elemento agravante, pois não só os *media* do mesmo tipo concorrem entre si, como os de tipo diferente procuram conquistar para si públicos de outros órgãos de comunicação. Partilhamos, por isso, a perspectiva da jornalista Clara Ferreira Alves de que “vivemos em “overdose” de informação desnecessária e invasiva como um tumor maligno” (*Expresso*, 28/07/2008). O essencial e o acessório foram subvertidos, e as consequências daí resultantes são gravosas, tanto do ponto de vista individual quanto em termos sociais. Impõe-se captar a atenção do espectador, do ouvinte ou do

*“A lógica é, agora,
não a de publicitar
a informação, mas
a de fazer com
que a informação
se publicite a si
própria, sob pena
de não atrair os
potenciais ‘clientes’”
(Serra, 2003,
p. 200)*

leitor, e escolhe-se fazê-lo através da espetacularização da informação.

São vários os exemplos de diluição do género jornalístico no esquema do entretenimento, desde o lugar de destaque atribuído aos *fait divers* por contraponto à secundarização de acontecimentos relevantes; passando pelo império do futebol nos vários serviços informativos; a passagem de informação em rodapé, durante os telejornais, dispersiva da atenção do espectador; até à exploração do sensacionalismo e do novelesco na construção de peças jornalísticas.

A incapacidade daqui resultante de hierarquizar a informação recebida relaciona-se com a incapacidade de atribuição de sentido, num registo de aquisição de informação idêntico ao de qualquer outro bem de consumo rápido. Diferentemente do “espectador emancipado” de Rancière, no espectador hodierno não se dissipa a oposição entre olhar e agir, porquanto o seu olhar está privado de observar, seleccionar, comparar e interpretar. Ora, ser-se incapaz de hierarquizar porque se é incapaz de atribuir um sentido tem como consequência imediata a indiferenciação, e como resultado mediato

a indiferença e a letargia. Não é, por isso, de espantar que as sociedades democráticas, que são, por essência, deliberativas e decisórias, sejam, na realidade, política e civicamente abstencionistas. E as opções jornalísticas não estão à margem desta realidade.

O imperativo da responsabilidade

Ao propor o imperativo da responsabilidade como cerne de uma nova ética, Hans Jonas privilegiou as consequências da ação e ressaltou o horizonte temporal como dimensão essencial da deliberação. Ora, são, precisamente, estes dois aspetos que urge reconsiderar nas atuais práticas jornalísticas: ter em consideração as consequências associadas à forma de transmitir informação e ao conteúdo do que se transmite, sabendo que as consequências se estendem temporalmente, e reconsiderar a relação com o tempo, na forma imediatista como se produzem notícias e como se apela ao seu consumo.

A assunção de tal imperativo baliza, por si só, as práticas a promover e impõe o reconhecimento da importância do jornalismo face às ameaças

da sua diluição, porquanto reforça a ideia do seu impacto na construção da realidade social. *Age de tal maneira que os efeitos do teu trabalho sejam promotores de uma cidadania ativa e esclarecida* poderia ser a formulação do imperativo da responsabilidade para os jornalistas.

Conclusão

Não se pode afirmar que há uma espécie de impossibilidade lógica de derivar conhecimento a partir da informação. Do mesmo modo, não há incompatibilidade entre ser espectador e ser ator. O que verificamos não ter colhimento é a concretização da expectativa de que a informação capacite, por si só, para a ação. Na verdade, é o conteúdo e a forma da informação que determinam a respetiva dimensão emancipatória, em relação com o modo como se gere a quantidade. Como vimos, as implicações do excesso de informação, e da instantaneidade da seu tratamento e do seu consumo, revelam-se na incapacidade de atribuição de sentido, inviabilizando a emancipação enquanto destruição da fronteira entre os que agem e os que veem. Ora, se atentarmos à deontologia jornalística, cuja natureza

auto-reguladora nunca é demais sublinhar, verificamos que a normatividade nela vertida aponta para a emancipação, e não para o seu contrário.

O rigor, a exatidão, a independência, a integridade, e os demais valores eleitos pelos próprios profissionais como *deveres*, são dotados não só de valor intrínseco, mas também de valor instrumental: são meios colocados ao serviço do direito à informação, que assiste a todos os cidadãos, e que transforma o direito de informar no dever de *bem* informar. Assim, a responsabilidade social dos *media*, e do jornalismo em particular, não se configura contingencial. Bem sabemos que estes estão hoje inseridos numa lógica de mercado, onde impera a lei da oferta e da procura. Porém, a informação não é um bem como outro qualquer. 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. O olhar que nos é dado sobre o mundo tanto pode mostrar-no-lo como ocultar-no-lo, e é nesta dicotomia que se joga a condição de

cidadão emancipado e das sociedades democráticas.

Neste contexto, a relação do jornalismo com o tempo é um elemento fundamental. Dissemos antes que o princípio da responsabilidade integra um horizonte temporal alargado, tendo em conta que atenção votada às consequências deve avaliar para lá do imediato. Mas a interseção com o tempo não se limita ao horizonte mais ou menos abrangente das consequências; está igualmente relacionado com o tempo do jornalismo e com a vivência desse tempo. Assim, na senda dos movimentos *slow*, também o jornalismo começa a contrariar a imediatez e a superficialidade, e a recuperar o tempo de produção jornalística, para um consumo igualmente mais demorado. Mais do que um movimento alternativo, numa época de aceleração em todos os âmbitos da vida, o *slow journalism* surge como condição de um exercício jornalístico responsável e eticamente comprometido, por via de um redimensionamento temporal endógeno, em inter-relação com uma cidadania mais atenta, responsável e comprometida.

Referências bibliográficas

- Bartol, K. & Martin, D. (1991). *Management*. Nova Iorque: McGraw-Hill.
- Bernier, M.-F. (2004). *Éthique et Déontologie du Journalisme*. Saint-Foy: Les Presses de l'Université Laval.
- Canavilhas, J. (2003). Webjornalismo: considerações gerais sobre jornalismo na web. In A. Fidalgo e J. Serra (Org.) *Informação e Comunicação Online: Jornalismo Online* (pp. 63-73). Covilhã: Livros LabCom.
- Canavilhas, J. (2014). Hipertextualidade: Novas arquiteturas noticiosas. In J. Canavilhas (Org.) *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença* (pp. 3-24). Covilhã: Livros LabCom.
- Conill, J. (1995). Ética económica y empresa informativa. In E. Perales (coord.) *Éticas de la información y deontologías del periodismo* (pp. 191-211). Madrid: Tecnos.
- David, M. & Lambotte, F. (2014). Entre discours, actions et éthique: pour une proposition de méthode d'analyse de la légitimité des stratégies de communication de RSE. *Communiquer - Revue de communication sociale et publique*, 11, 101-116, <https://journals.openedition.org/communiquer/579>, consultado em novembro de 2018.
- Grunig, J. E. (2014). Ethics problems and theories in public relations. RSE. *Communiquer - Revue de communication sociale et publique*, 11, 1-14, <https://journals.openedition.org/communiquer/559>, consultado em novembro de 2018.
- Grunig, J. E. & White, J. (1992). The effect of worldviews on public relations theory and practice. In J. Grunig (ed.), *Excellence in Public Relations and Communication Management* (pp. 51-54). NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Jonas, H. (1972). Technology and responsibility: reflections on the news tasks of ethics. Trad. portuguesa

- (1994). Técnica e responsabilidade: reflexões sobre as novas tarefas da ética. *Ética, medicina e técnica* (pp. 27-62). Lisboa: Vega.
- Jonas, H. (1979). *Das Prinzip Verantwortung*. Trad. Inglesa (1984): *The Imperative of Responsibility. In search of an ethics for the technological age*. Chicago / London: The University of Chicago Press.
- Kant, I. (1784). Resposta à pergunta: Que é o Iluminismo? In I. Kant, *A Paz Perpétua e Outros Opúsculos* (pp. 11-19). Lisboa: Edições 70.
- Lacroix, A. (2009). L'éthique en milieu de travail: conceptions, interventions, malentendus (pp. 79-103). In L. Bégin (dir.), *L'Éthique au Travail*. Montréal: Liber.
- Laporta, F. (1999). El derecho a informar y sus enemigos. In E. B. Perales (ed.), *Ética de la Comunicación Audiovisual* (pp. 77-90). Madrid: Tecnos.
- Marzano, M. (2008). *L'éthique Appliquée*. Paris: PUF.
- Perales, E. (ed.). (1999). *Ética de la Comunicación Audiovisual*. Madrid: Tecnos.
- Rancière, J. (2008). *O Espectador Emancipado*. Lisboa: Orfeu Negro.
- Saavedra, M. (1999). La ética televisiva y los derechos del público. In E. B. Perales (ed.), *Ética de la Comunicación Audiovisual* (pp. 126-140). Madrid: Tecnos.
- Serra, P. (2003). *Informação e Sentido. O estatuto epistemológico da informação*. Covilhã: Universidade da Beira Interior.
- Wood, D. (1991). Corporate social performance revisited. *Academy of Management Review*, 16(4), 691-718.
- Webgrafia**
- Alves, C. F. (28julho de 2008). Spam lusitano. *Expresso*. Retirado, em Janeiro de 2019, de https://expresso.pt/opiniaio/opiniaio_clara_ferreira_alves/spam-lusitano=f376026#gs.h3LCV9Fv
- Gorjão Henriques, J. (29 de abril de 2006). Não gosto de teatro. *Público*. Retirado, em janeiro de 2019, de <http://www.publico.pt/culturaipsilon/jornal/nao-gosto-de-teatro-76003>

*Paulo Jorge
dos Santos Martins*

pmartins@iscsp.ulisboa.pt

Universidade de Lisboa

<https://orcid.org/000-0001-6445-8115>

O rigor como eixo central da atividade jornalística

Accuracy as the cornerstone of journalistic activity

https://doi.org/10.14195/2183-6019_9_3

Resumo

Este artigo discute a questão do rigor em jornalismo, considerado nas suas dimensões técnica e ética, na perspetiva de o reabilitar enquanto eixo central da prática profissional. Para o efeito, introduz um conjunto de questões, a partir da conceptualização daquele princípio em instrumentos deontológicos. A saber: a verdade jornalística e os instrumentos necessários para a alcançar; o cruzamento de fontes, exercício que não deve esgotar-se no chamado contraditório; a liberdade de expressão e os discursos de ódio; os diversos tipos de *fake news*; os efeitos perniciosos do *clickbait* e um fenómeno que o autor designa de *fast food* noticioso, prejudicial ao efetivo cumprimento da missão do jornalismo em sociedades democráticas.

Palavras-chave: Ética; deontologia; rigor; liberdade de expressão; *fake news*.

Abstract

This article discusses the question of accuracy in journalism, both in its technical and ethical dimensions, seeking to restore it as the central axis of this professional practice. To this purpose, a set of questions is introduced, starting with the discussion of the concept of accuracy in ethical instruments. For example, journalistic truth and the necessary instruments to achieve it; cross-checking sources, an exercise that should not be limited to contradiction; freedom of speech and hate speech; the different types of fake news; the pernicious effects of clickbait and a phenomenon described by the author as fast food news, which damages the effective fulfillment of the journalistic mission in democratic societies.

Keywords: Ethics, deontology, accuracy, freedom of expression, fake news.

Uma reflexão acerca das atuais práticas jornalísticas tem forçosamente de extravasar fronteiras nacionais, suscetíveis de se tornarem espartilhos. Para evitar paternalismos, aos quais a Ética e a Deontologia são tantas vezes vulneráveis, e superar contextos e constrangimentos culturais, passíveis de perturbar a análise, propõe-se que a reflexão se centre no essencial. Isto é: no adquirido mínimo, presumivelmente partilhado em sociedades democráticas.

O primeiro princípio a convocar para a discussão é o rigor – considerado nas suas dimensões técnica e ética, que em Jornalismo só podem ser encaradas como indissociáveis. Sob pena de a primeira se tornar um exercício mecânico, condenando a segunda a uma condição instrumental – ou, pior, a desaparecer.

A proposta pode parecer desajustada. Porquê discutir o rigor, de cuja incorporação no quotidiano profissional talvez nem duvidemos? Porque é necessário reabilitá-lo como eixo central da atividade jornalística. A norma deontológica, de natureza autorregulatória, é, em primeira instância, um compromisso dos jornalistas perante

o público, condição de credibilidade e de manutenção da confiança dos consumidores de informação. Ora, o princípio do rigor está vertido na generalidade dos códigos deontológicos e de ética. Embora sob diversas formulações, não é um conceito vago.

Accuracy is not simply a matter of getting facts right; when necessary, we will weigh relevant facts and information to get at the truth. Our output, as appropriate to its subject and nature, will be well sourced, based on sound evidence, thoroughly tested and presented in clear, precise language. We will strive to be honest and open about what we don't know and avoid unfounded speculation. (BBC, 2017)

O código do operador público britânico de radiodifusão não é o único a associar rigor e verdade, mas é seguramente dos que enuncia, de forma mais explícita, um método para assegurar a veracidade das informações difundidas: ponderação e escrutínio de factos, fundamentação, recolha de indícios sólidos, verificação exhaustiva – além de

honestidade na apreciação e combate a especulações. No mesmo sentido, diversos instrumentos deontológicos – como o código da Federação das Associações de Jornalistas de Espanha ou a Declaração de Princípios Sobre a Conduta dos Jornalistas subscrita pela Federação Internacional de Jornalistas em 1954, que ficaria para a história como “Declaração de Bordéus”, inserem o conhecimento da origem da informação como exigência resultante do compromisso com a procura da verdade.

Poucos acolhem, todavia, a exceção prevista na Declaração de Direitos e Deveres dos Jornalistas, assinada em 1971 por organizações profissionais dos países membros da então Comunidade Económica Europeia. À luz deste dispositivo, conhecido por “Carta de Munique”, é legítimo divulgar informações de origem desconhecida, desde que sob reserva, devidamente indicada. Por poder abrir um “alçapão”, a norma é discutível. O mesmo se diga da inscrita no Guia de Deontologia da Federação Profissional de Jornalistas do Québec (Canadá):

“Une rumeur ne peut être publiée sauf si elle émane d'une source crédible, et si elle est significative

et utile pour comprendre un événement. Elle doit toujours être identifiée comme une rumeur. Dans le domaine judiciaire, la publication de rumeurs est à proscrire”.

A exclusão de informações imprecisas, enganosas ou distorcidas é comum. O código do regulador britânico da Imprensa (Independent Press Standards Organisation) sublinha que a sua análise comporta títulos, sempre que não suportados pelo texto. O do Conselho de Imprensa suíço enquadra a questão do rigor na atitude de lealdade – perante as fontes e o público –, princípio fundamental da atividade jornalística. Daí que condene a distorção de documentos, imagens e sons e, mesmo, da opinião de protagonistas de notícias e determine que sejam assinaladas montagens, bem como informações não confirmadas.

Trata-se de elementares diligências, que não podem ser secundarizadas, por corresponderem ao que o instrumento de Padrões e Ética do *The Washington Post* caracteriza como tratamento jornalístico correto: não omitir factos de grande importância

*O jornalista que
cede à pressão da
difusão imediata
deixa-se levar por
dois equívocos:
o “exclusivo”
como valor em si;
a relevância
disso para o público*

ou significado, não transmitir informações irrelevantes, não enganar o leitor, consciente ou inconscientemente. Neste plano, é ainda mais imperativo o Código de Ética do Fórum de Jornalismo Argentino: a distorção deliberada jamais pode ocorrer.

Compete aos jornalistas, na perspectiva do Conselho de Deontologia Jornalística da Bélgica, difundir informações devidamente verificadas: “Ils en vérifient la véracité et les rapportent avec honnêteté. Les journalistes ne déforment aucune information et n'en éliminent aucune essentielle”. O *Expresso* não autoriza os seus profissionais a divulgarem material “impreciso ou pouco rigoroso”, por induzir os leitores em erro ou distorcer os factos. “Jornalismo não é ficção, pelo que os dois níveis não devem misturar-se em nenhuma circunstância e o jornalista não pode inventar personagens, situações ou declarações”, alerta o Código de Conduta do semanário português.

“We devote our resources and our skills to presenting the fullest version of the truth we can deliver, placing the highest value on information we have gathered and verified ourselves”, promete o Código de Ética da Rádio Pública

Nacional, dos Estados Unidos, muito pormenorizado em matéria de rigor. O operador compromete-se a exercer vigilância constante, para evitar o erro, sobretudo pelas potenciais repercussões nos atingidos – “any falsehoods in our news reports can cause harm. But errors that may damage reputations or bring about grief are especially dangerous, and extra precautions should be taken to avoid them” (National Public Radio, 2012). Como meio de prevenção, propõe mesmo uma *checklist*, para verificar o rigor de nomes, citações, números e cálculos.

O *The New York Times*, que deposita nos redatores a responsabilidade pela verificação do rigor da produção noticiosa, alerta que se um leitor vir o seu nome escrito de forma errada, certamente desconfiará do que quer que o jornal divulgue. O rigor é considerado pela Associação Canadiana de Jornalistas um imperativo moral, que nem prazos impostos por ciclos noticiosos de 24 horas, hoje a regra, podem afastar.

Rigor e rapidez de transmissão

Numa edição de setembro de 2018 da *Forbes*, em artigo apropriadamente

intitulado “Just the facts”, Randall Lane, um responsável editorial, assegurava que na revista norte-americana a apresentação de um ponto de vista nunca prejudicou a factualidade dos artigos. Revelando que é dos poucos meios de comunicação que recorre a verificadores de factos – cerca de 25 profissionais, que tudo escrutinam antes da publicação – sublinhou: “It’s the accuracy of reporting that grants the ability to make a strong, informed opinion”¹. Na aparente simplicidade, o enunciado coloca a questão no devido lugar: são as opiniões que se ancoram nos factos e não o contrário. Se não forem transmitidos com rigor, retirarão fundamento e substância às opiniões.

Em tempos de relativização da verdade e de construção de realidades convenientes aos olhos de quem as percebe, o rigor é o instrumento mais poderoso ao dispor dos jornalistas – ou não tivesse o Jornalismo como obrigação primeira, como salientam Kovach e Rosenstiel (2005), a busca da verdade. O rigor assume importância, acima de tudo, para que

os jornalistas tomem o seu lugar num contexto de mistura nada saudável, porque de fronteiras difusas, entre diversas formas de comunicação.

Perdida a condição de únicos *gatekeepers*, os jornalistas têm de afirmar-se pelo vínculo ético associado à sua assinatura, respeitando, em primeira linha, o rigor, sob pena de as suas mensagens se diluírem e perderem coerência e inteligibilidade, num terreno partilhado com diferentes protagonistas. Não apenas do campo da comunicação – da publicidade, do marketing, da comunicação empresarial ou política, cuja prática deriva de intuítos comerciais, políticos ou outros – mas também cidadãos habilitados a produzir e, graças aos prodigiosos avanços tecnológicos, a distribuir informação sem quaisquer restrições. E fazê-lo sob a capa protetora da liberdade de expressão, a que naturalmente têm direito, mas dispensado do respeito por métodos e princípios jornalísticos, a começar pelos ético-deontológicos.

Os jornalistas estão a ceder, com demasiada frequência, à tentação de ignorar o rigor, em nome do impulso para serem os mais rápidos a transmitir a informação. Em agosto de 2018, o jornal

¹ Randall Lane, “Just the facts”, *Forbes*, 30-9-2018. Disponível em <https://www.pressreader.com/usa/forbes/20180930/281668255848639>.

britânico *Daily Express* fez acompanhar uma notícia sobre o ataque violento a uma mulher, a partir da fotografia extraída de uma rede social, mas de uma outra mulher que, embora com o mesmo nome, nada tinha a ver com o caso. Não foi feita qualquer tentativa de contacto, suscetível de desfazer o equívoco². A opção é tecnicamente incorreta e eticamente arriscada, porque, conforme assinalam códigos como o da Sociedade de Jornalistas Profissionais norte-americana, nem a velocidade nem o formato justificam a imprecisão. Não é, contudo, um caso inédito: após a detenção nos Estados Unidos, em 2011, de Domini-que Strauss-Kahn, então diretor-geral do FMI, por suspeita de abuso sexual, também foi difundida, em França, uma foto retirada do Facebook de uma mulher que em comum com a envolvida no incidente tinha apenas o nome.

Jornalista que desvaloriza o rigor, cedendo à pressão da difusão imediata, deixa-se levar por dois equívocos. O primeiro radica na convicção de que o “exclusivo” constitui um valor em si mesmo, independentemente do conteúdo

da notícia, ignorando que se for construído com base em falsidades, meias verdades ou omissões, desfere um duro golpe no prestígio do jornalista, eventualmente fatal para a confiabilidade que deve cultivar. O segundo equívoco consiste em acreditar que para o público, atualmente sobrecarregado de informação, disponível em múltiplos veículos, é decisivo tomar conhecimento de um facto meio minuto antes – um minuto que seja – da concorrência.

A ânsia de ser o primeiro, sem avaliar o efeito das precipitações, abre espaço a notícias de mortos que afinal não morreram, erro que o diário português *Público* cometeu em setembro de 2018, ao noticiar a morte de um historiador. “Não tomámos a devida consciência que notícias sensíveis como estas, que afetam gravemente a intimidade e os direitos de pessoas concretas e das suas famílias, exigem cuidados redobrados”, reconheceria (*Público*, 30 de setembro de 2018).

Objetividade e verdade

Falar de rigor é falar de verdade – não forçosamente de objetividade, paradigma clássico cuja validade parece ter deixado de resistir às investidas

de sucessivos estudos empíricos, ainda que persista na cultura profissional. Como salienta Waisbord (2018, p. 1871):

Truth-telling is a complex, dynamic process; truth is elusive, endlessly debated. What is new is raising awareness about the consequences of relativism for journalism and public life. It shows the endurance of subjectivity and the diversity of epistemological norms and values.

Muñoz-Torres, que refuta a ideia de objetividade, nem por isso considera o relativismo capaz de oferecer um quadro conceptual adequado. Sustenta mesmo que a valorização do relativismo tem contribuído para que muitos jornalistas adiram à ideia de que não é possível fornecer relatos verdadeiros sobre o que se passa no mundo. Por isso preconiza “a major rethinking of the conception of truth, understood as correspondence between mind and reality, in which both experience and reason play jointly a key role” (Muñoz-Torres, 2012, p. 580).

Assumindo-se que a atividade jornalística materializa uma construção

² Cf. <https://www.ipso.co.uk/rulings-and-resolution-statements/ruling/?id=05679-18>.

da realidade, resulta evidente que tal operação se baseia na subjetividade. Os factos noticiosos são, portanto, avaliados em função de critérios insuscetíveis de uniformização. Se não existem factos “quimicamente puros”, porque o conhecimento factual e a percepção subjetiva se associam, é a honestidade do jornalista na sua interpretação que se justifica promover – melhor: que deve ocupar o seu legítimo lugar. Não por acaso, o Código Deontológico português estabelece a exigência de “relatar os factos com rigor e exatidão e interpretá-los com honestidade”. Não por acaso, o da Associated Press exorta os profissionais a colocarem no mesmo plano rapidez, precisão e honestidade, bases da confiança na informação produzida pela agência.

De forma reforçada pela natureza própria da sua temporalidade e das suas condições de produção, a objetividade e a verdade em jornalismo são conceitos e realidades dialógicos, no sentido iluminista e liberal em que a verdade e o erro são realidades inextrincáveis de uma mesma narrativa, não podendo ser dirimíveis pelo fogo e pela espada, mas só alcançáveis pela

discussão crítica e livre. (Camponez, 2018, p. 22)

Esta arguta observação não isenta os profissionais das suas responsabilidades; inscreve-as, isso sim, no terreno ajustado: o da democracia, onde desempenham uma insubstituível função.

“Audience members do not always see fact checking as good journalism, as evidenced by backfire effects in which a fact check strengthens misperceptions or increases support for a politician caught in a lie” (Pingree *et al.*, 2018, p. 3). Porém, o risco de ser mal compreendido não deve levar o jornalista a desistir. Por mais difícil que seja alcançar a verdade, seria destrutivo para o Jornalismo deixar de a tomar como meta.

The rejection of the possibility of truth means the denial of the unity and commonality necessary to determine whether ideas or news are true or false. This is why truth is forever unstable, disputed, challenged. Journalism’s ambition to be the arbiter of truth clashes with the open-ended character of truth-telling. (Waisbord, 2018, p. 1872)

Falar de rigor é também falar de verdade – também de cruzamento de fontes, como meio mais fiável para a atingir. A diligência, que extravasa o plano meramente técnico, não deve ser confundida com o chamado “contraditório”, mecanismo essencial à eficácia da Justiça num Estado de Direito. Nos tribunais, o cotejo de versões entre acusadores e acusados destina-se a apurar a verdade material dos factos. Aos jornalistas, porém, pode não ser isso – ou pelo menos só isso – que se pede.

O enunciado do Código Deontológico português é, a este respeito, particularmente feliz, porque esclarecedor, ao apontar como dever a audição das partes “com interesses atendíveis no caso”. Ou seja: não forçosamente apenas quem está investido do poder de acusar e quem é objeto de uma acusação ou está enredado numa suspeita suficientemente grave para justificar a sua conversão em notícia. Pode ser necessário, com efeito, consultar outras fontes, para atingir a verdade – pelo menos, a melhor versão da verdade disponível no momento, como defende Carl Bernstein, um dos jornalistas do “caso Watergate”.

Para o efeito, importa, em certas circunstâncias, ir mais longe. Encetar diligências com vista a obter “provas”. Provas com as devidas aspas, já que em Jornalismo, mais corretamente, devem chamar-se indícios. O jornalista não dispõe – e é assim que deve ser – dos meios ao alcance da investigação policial. Não está habilitado a fazer escutas telefónicas, vigilâncias, interrogatórios ou perícias. Se se considera em condições de difundir uma peça de denúncia de condutas ilícitas, prefigurando suspeitas sérias, é porque, em boa fé, formou a convicção de que reuniu indícios suficientes. O princípio ético da boa fé guia a prática profissional, atento ao direito do jornalista a agir de acordo com a sua consciência, com a correlativa responsabilização.

As fontes nos códigos

Regressemos à problemática das fontes, com vista a analisar de que forma os códigos éticos as enquadram na atividade jornalística. A recomendação do Conselho de Imprensa sueco consiste na adoção de uma atitude crítica, consubstanciada na verificação cuidada de factos, à luz das circunstâncias – mesmo que tenham sido tornados públicos

O microfone estendido acriticamente, cria campo fértil a manipulações

anteriormente – e no exame da autenticidade das fotos. Idêntica é a formulação constante das Diretivas para Jornalistas do Conselho Finlandês de Comunicação Social (Julkisen Sanan Neuvosto), enquanto a Associated Press estabelece um critério tão simples quanto eficaz: escolha de fontes em função do rigor da informação que prestam.

A multiplicação de fontes, desde que ofereçam fiabilidade, surge em diversos códigos como condição de pluralismo. Para tornarem as histórias mais rigorosas, a Rádio Pública Nacional norte-americana incentiva os seus jornalistas a procurarem outras perspectivas: “We tell stronger, better-informed stories when we sample a variety of perspectives on what we’re covering” (National Public Radio, 2012).

Enquanto a Declaração de Deveres e Direitos do e da Jornalista do Presserat, Conselho de Imprensa suíço, recusa a conversão em notícia de acusações “anónimas e gratuitas”, o jornal português *Público* admite registar acusações de terceiros. Contudo, determina que seja garantida aos acusados a exposição de pontos de vista em pé de igualdade e só as publica quando obtém provas ou “quaisquer

outros elementos” que consolidem a convicção de veracidade.

O exercício de contrastar fontes, que os códigos português e espanhol contemplam expressamente, é tomado no Código de Ética da Sociedade Americana de Editores de Jornais como garantia de que todos os lados são apresentados de forma justa, o que implica tanto a remoção de quaisquer preconceitos, como a disponibilidade para conceder ao acusado a oportunidade de se defender. Porém, a diversificação de fontes não pode aprisionar o jornalista. Conceder aos cidadãos tempo para se pronunciarem sobre informações negativas é uma obrigação que o jornalista não deve menosprezar. Fazer depender de uma resposta a divulgação dos factos é uma armadilha em que não pode cair.

Sendo certo que, no tratamento de factos e acontecimentos, o microfone estendido, acriticamente, cria campo fértil a manipulações, também deve salientar-se que reduzir o cruzamento de fontes a uma dimensão ritualizada é um fator de distorção do modelo de funcionamento que o jornalista é instado a respeitar para cumprir a sua missão. Não se trata exclusivamente de

O fenómeno do mimetismo promove visões acríticas da realidade

uma questão de método – dir-se-ia de processo –, apesar de o método não ser de todo negligenciável, em Jornalismo. É bem mais do que isso, é a responsabilização do jornalista pelas notícias e reportagens cuja autoria assume. Nem todas as versões são verdadeiras e, caso constate que se revelam contraditórias entre si, impõe-se que faça o que está ao seu alcance para excluir as falsas. Limitar-se a reproduzir versões opostas, sem cuidar de apurar da sua veracidade, significa violar o compromisso com o público. É arriscado afirmar que alguém mente? Será, se o jornalista não estiver seguro disso. Mais arriscado é deixar-se instrumentalizar ou servir, ainda que involuntariamente, de câmara de eco de mentiras.

Não é necessário sobrepor a ética individual à profissional para reconhecer como ilegítima a equiparação de discursos racistas ou de ódio aos que promovem direitos humanos. É precisamente esta problemática, também merecedora de ampla reflexão, que White introduz no mais recente artigo publicado pela Rede de Jornalismo Ético. Pertinentemente, interroga-se: “How do we stem the flow of hate-speech, propaganda and malicious

lies without endangering free speech?” (White, 2018, p. 5).

Faz sentido inserir esta problemática no domínio da liberdade de expressão, visto que é um direito e, simultaneamente, um compromisso deontológico dos jornalistas. No entanto, não há resposta cabal para a pergunta de White – tanto mais que, sem veículo de difusão, a liberdade de expressão não se consuma. Atrevemo-nos, contudo, a sustentar que a receita será encontrada no domínio da ética, ou não será encontrada. Desde logo, cumprindo o que se exige de um jornalista: que atue como mediador. Mas, ao mesmo tempo, que adote uma atitude de transparência e de prestação de contas ao público – reconhecendo erros, expondo fragilidades, dando conta de pressões, externas ou internas.

Como assinalam Fiske e Taylor, “categories describe our expectations about, for example, people, entities, or social groups... Categories represent knowledge about a concept; sometimes termed a schema” (Fiske & Taylor, citado em Christian, 2013, p. 162). Rotinas profissionais cristalizadas podem introduzir perniciosas categorizações, aptas a acolher preconceitos, estereótipos e,

até, erros na apreciação de factos. Nestas circunstâncias, é de imediato sacrificado o rigor, porque qualquer forma de discriminação o compromete. Não faltam exemplos, como a conversão de “bairros problemáticos” em notícia, só por serem portadores dessa classificação estigmatizante, ou a revelação da nacionalidade de delinquentes, sem justificação válida.

A journalist may be overly committed to a predetermined conclusion such that even contrary evidence does not sway the final news report and focus. This overcommitment potentially leads to distortion or inaccuracy (Christian, 2013, p. 163).

Alguns estudos demonstram que o risco identificado por este autor é real – e tanto mais agravado quanto maior for a relutância (e até indisponibilidade) dos jornalistas em testarem hipóteses suscetíveis de pôr em causa as suas perceções.

Os riscos do mimetismo

Neste plano, o fenómeno do mimetismo não pode ser ignorado, pela reprodução de visões acrílicas da realidade que propicia. Num ambiente

comunicacional de acentuada concorrência, grande parte dos órgãos de comunicação social apresenta a mesma leitura de factos e acontecimentos. Seguir a tendência dominante, na seleção como no tratamento noticioso, é mais confortável. Contrariá-la cria receios de isolamento e obriga a justificar as opções. Se a isto se juntarem preocupações de natureza comercial – alegadamente, o público-alvo, medido ou imaginado, privilegia interpretações consensuais e reage mal às disruptivas – maior é a tendência para a imitação.

O mimetismo é aquela febre que se apodera dos media (sem distinguir suportes) e que os empurra, com a urgência mais absoluta, para cobrir um acontecimento (qualquer que ele seja), com o pretexto de que outros media – e especialmente os media de referência – lhes dão uma grande importância. Esta imitação delirante, levada ao extremo, provoca um efeito de bola de neve e funciona como uma espécie de autointoxicação: quanto mais os media falam de determinado assunto, tanto mais eles se convencem, coletivamente, de que esse

assunto é indispensável, central, capital, e que é necessário dar-lhe ainda mais cobertura, dedicando-lhe mais tempo, mais meios, mais jornalistas. (Ramonet, 1999, 20)

O facto de o diagnóstico de Ramonet ter sido feito há duas décadas demonstra que o mimetismo não é uma nuvem passageira. Pode até afirmar-se que se transformou em método, com novos contornos. Atualmente, em grande parte dos meios de comunicação já não são afetados mais meios materiais e humanos à cobertura de temas considerados incontornáveis porque elevados a esse estatuto pelo conjunto dos *media*. Ocorre, apenas, uma reprodução, tão instantânea quanto possível. Sem cuidados de verificação e confirmação – e, frequentemente, sem identificação do concorrente que transmitiu a notícia. Como se a simples multiplicação de versões iguais confirmasse a sua veracidade, sendo uma forma de legitimação. Não é e tem um efeito evidente: sonega aos cidadãos a oportunidade de acederem a diferentes perspetivas. Vale lembrar que o pluralismo também é, no campo jornalístico, um valor deontológico.

Alinhar com a maioria pode ser pernicioso noutra plano. Na cobertura de crimes hediondos, a ética impõe aos jornalistas que não contribuam para propagar pulsões populares de vingança, climas justiceiros que se alimentam de emoções ou julgamentos na praça pública. O respeito pelo princípio da presunção da inocência, comum aos instrumentos deontológicos, não deve depender da natureza do crime ou do estatuto do suspeito.

Os jornalistas estão vinculados à imparcialidade e à isenção, mas não à neutralidade, muito menos à passividade. Constitui uma violação ética equiparar o conhecimento científico consolidado a opiniões não fundamentadas, por exemplo no domínio das alterações climáticas, em nome da audição de posições opostas. Sem ignorarem que essa realidade existe, os jornalistas devem inibir-se de contribuir para a difusão de propostas a favor da pena de morte ou da expulsão de estrangeiros do território. Sem desvalorizarem a pressão migratória, devem denunciar as falácias em torno da suposta “invasão da Europa” por migrantes ou do “roubo” de postos de trabalho aos europeus.

Democratically engaged journalists have a dual commitment. They are committed to impartial methods as a means to their partial commitment to egalitarian democracy. They commit themselves to holistic objectivity – to rational and objective methods for deciding what to publish and how to persuade. They are motivated to rational passions. (Ward, 2019, p. 42)

É, portanto, suposto que defendam o território da sua intervenção. Cumpre-lhes travar o passo a quem deliberadamente quer fazer entrar a propaganda, travestida de manifestação de opinião, pela porta do Jornalismo. Cumpre-lhes resistir a quem os quer converter em transmissores de mensagens discriminatórias de qualquer natureza, ou a quem aposta no uso dos *media* para instigar à destruição das bases das democracias. Cabe-lhes emprestar sentido ao real e ajudar leitores, espetadores ou ouvintes a separar o trigo de joio. Uma conduta profissional que reclama a ousadia de denunciarem as “verdades alternativas” como mentiras.

Mainstream journalism needs to be defended not only against claims that it is equivalent to fake news, but also against claims that it is equivalent to partisan news. This does not require arguing that unintentional bias never occurs or that mistakes are never made. It simply requires insisting that the press is trying to be the impartial referee of political facts that democracy needs it to be. (Pingree et al., 2018, p. 12)

Embora formulada a partir de uma análise ao atual clima político-mediático nos Estados Unidos, decorrente da eleição do presidente Donald Trump, a proposta destes autores afigura-se válida noutras latitudes. O que está em causa, efetivamente, é defender o Jornalismo, na exata medida em que o seu papel primordial consiste em satisfazer o direito dos cidadãos à informação.

Ambiente propício a fake news

Não sendo um fenómeno novo, as fake news adquiriram dimensão graças a tecnologias que aceleram a difusão,

proporcionando-lhes uma escala muito maior. As redes sociais servem-lhe de instrumento, mas o problema é mais vasto. Quem quer propagar fake news percebe que os meios de comunicação tradicionais – ou as plataformas online a eles vinculadas – são muito mais eficazes.

As fake news encontram no que pode designar-se como fast food noticioso o ambiente propício à sua reprodução sem limites. Notícias difundidas online que pouco mais são do que títulos, vazias de conteúdo jornalístico – ou, pior, elaboradas em tom de slogan, mais ou menos sensacionalista. Fotografias ou vídeos produzidos por cidadãos que entram no circuito digital sem a mínima verificação, sequer, de autenticidade, especialmente em situações de calamidade natural e terrorismo – em 2013, espalharam-se pelas redes sociais suspeitas infundadas sobre os bombistas da maratona de Boston, rapidamente absorvidas por órgãos de comunicação tradicionais (BBC News, 19 abril 2013). Informação – quantas vezes privada e até íntima – extraída de redes sociais, como sucedeu em 2011, quando o semanário português *Sol* reproduziu, após o

homicídio do cronista social Carlos Castro, uma tela de conversas dele com o autor do crime, no Facebook (*Sol*, 14 de janeiro de 2011).

Tudo isto é fast food noticioso; nada disto é Jornalismo, embora queira fazer parecer que é, como resulta de textos promocionais de marcas ou empresas, disfarçados de reportagens. Este é um terreno deliberadamente híbrido – tão híbrido que Ikonen, Luoma-aho e Bowen (2017) já admitem que só um código deontológico com contributos das diversas profissões da comunicação pode assegurar transparência ao “conteúdo patrocinado”. É que mesmo com identificação clara nem sempre os consumidores conseguem distinguir conteúdo editorial de publicitário (van Reijmersdal et al, 2005).

Todas as formas de minar a confiança nos jornalistas minam a confiança na democracia. O pior é quando eles próprios a hipotecam, ao disputarem, nas redes sociais, uma competição que não tem de ser sua. A tão sedutora difusão viral esconde perigos de que nem sempre terão consciência. As partilhas rápidas, que tanto entusiasmo despertam, empurram um desmentido para uma corrida,

sem perspectivas de sucesso, atrás da mentira ou da difamação. A hipótese de a informação original ser corrigida junto de todos os destinatários é nula. Se mal há, está feito. Não é possível reparar os danos causados, por exemplo na esfera da reputação de pessoas ou instituições.

O *fast food* noticioso desenvolve-se neste sistema avesso a filtros e a moderações. Quem busca informação por esta via, dispensa-se de a analisar criticamente. A “recompensa” não consiste em ficar mais informado sobre determinado assunto, mas em fazer funcionar um circuito que se autoalimenta. Como, aqui, o importante é o “recebi-passei”, a informação jornalística não tem valor autonomamente, porque não logra distinguir-se da restante.

Sobre o *clickbait* e os seus perniciosos efeitos, começa a surgir reflexão, porque já se travam acesos debates. Produzir informação tendo o número de cliques em mente é um passo para o sensacionalismo, quer na escolha dos assuntos a abordar, quer no seu tratamento. Alicerçar planos de negócio com base no número de visualizações pode, no imediato,

assegurar receitas financeiras, mas, a prazo, tende a afastar o público.

Porque aposta na emoção e, até, no suspense, o *clickbait* não é compatível com os valores éticos do Jornalismo. Remetendo, objetivamente, para o entretenimento, privilegia artifícios comunicacionais característicos da publicidade e usa factos noticiosos apenas como instrumento de estratégias comerciais. Não se pense que só os formatos sensacionalistas recorrem ao *clickbait*. Por moda ou ausência de alternativa, já se estendeu a órgãos de comunicação que se apresentam como sendo de referência.

“O caça-clique não é jornalismo. Ele não formaliza um hibridismo de linguagem, como já vivenciamos em outros momentos, inclusive na apresentação de conteúdos, ele é um produto da publicidade. Não está preocupado em informar, mas, exclusivamente, em atrair (vender)”, sustentam Bueno e Reino (2018, p. 701). Para estes autores, o único objetivo é atender aos interesses do mercado, ainda que “preterindo ou mesmo desacreditando alicerces da redação jornalística”. O *clickbait* emerge, assim, como fator de consolidação do

processo, em curso, de colonização do Jornalismo pela publicidade, aproveitando a janela de oportunidade aberta pelos problemas de sustentabilidade económica das empresas de média.

Conclusões

O Jornalismo não se esgota no exercício de tornar público o que não é conhecido, nem consiste em revelar o que está em segredo simplesmente porque está em segredo. “Disciplina de verificação”, como anotam Kovach e Rosenstiel (2005), pressupõe a aplicação de critérios de seleção historicamente consolidados, de forma a excluir o que não preenche os requisitos de interesse público. E implica uma avaliação suplementar, com dois objetivos: perceber o que de relevante possa existir no que é interessante; e tornar interessante o que é considerado relevante para os cidadãos, por influenciar a sua vida ou fundamentar a tomada de decisões conscientes.

Both reports are interpretations, not simply recitations of “just the facts” The journalists select the facts they deem most important;

they choose the story angle, they choose which sources and which quotes to include, and they decide that certain claims are questionable. They interpret the event according to the point of their practice, the journalist styles and protocols that shape their work and writing, and their interpretation of what is significant. (Ward, 2019, p. 43)

Consciente de que em Jornalismo a especulação não pode ter lugar, Ward insiste em princípios básicos da atividade: enquadramento, contextualização, explicação, interpretação. Ingredientes que não se compadecem com dois parágrafos de texto e uma imagem, com a intenção de corresponder ao presumível – e nunca provado – interesse dos consumidores de informação por notícias cada vez mais pequenas (tão pequenas que chegam a caber num *tweet*).

Neste artigo, encetámos a análise de códigos deontológicos e de ética com o objetivo de perceber quão importante é o rigor em Jornalismo. Apesar da diversidade de leituras, tais dispositivos atribuem-lhe centralidade, em especial no que concerne

à difusão. Rigor e velocidade de divulgação sempre foram valores fundamentais ao bom exercício profissional. Mas a pressa de tornar públicos factos noticiosos – se remover a verificação – e o mimetismo – ao eliminar o sentido crítico – não são compatíveis com a função social do Jornalismo.

Procurámos, ao mesmo tempo, avaliar em que medida o tratamento jornalístico técnico e eticamente adequado está a ser posto em causa, por efeito de fenómenos como a desinformação. Sendo o rigor e a verdade indissociáveis, o cruzamento de fontes apresenta-se como instrumento incontornável para os assegurar. Contudo, o compromisso com a democracia não reclama dos jornalistas neutralidade, nem na liberdade de expressão cabem a distorção da realidade, a manipulação ou discursos de ódio.

Referências bibliográficas

- Allmänhetens Pressombudsman-Pressens Opinionsnämnd (2006). *Code of Ethics for Press, Radio and Television in Sweden*. Retirado em dezembro de 2018 de <https://po.se/about-the-press-ombudsman-and-press-council/code-of-ethics-for-press-radio-and-television-in-sweden/>.
- American Society of Newspaper Editors (2002). *Code of Ethics*. Retirado em dezembro de 2018 de <https://www.asne.org/>.
- Associated Press (2005). *Statement of News Values and Principles*. Retirado de <https://www.ap.org/about/news-values-and-principles/> em dezembro de 2018.
- BBC (2017). *Code of Conduct*. Retirado de <https://www.bbc.co.uk/about-thebbc/insidethebbc/howwework/policiesandguidelines/codeofconduct.html> em dezembro de 2018.
- BBC News (19 abril 2013). Boston bombing: How internet detectives got it very wrong. Retirado de <https://www.bbc.com/news/technology-2221451> em abril de 2019.
- Bueno, T. C. & Reino, L. S. A. (2018). Entre a tabloidização e o *teaser* publicitário: uma análise dos títulos

- caça-cliques. *Observatório*, 4(3), 675-707. DOI: 10.20873/uft.2447-4266.2018v4n3p675.
- Camponéz, C. (2018). Novas responsabilidades do jornalismo face à liquidação da profissão – Fundamentos normativos, valores, formação. *Media & Jornalismo*, 18(32), 19-30. DOI: 10.14195/2183-5462_32_2.
- Canadian Association of Journalists (2011). *Ethics Guidelines*. Retirado em dezembro de 2018 de <http://caj.ca/content.php?page=ethics-guidelines>.
- Christian, S. E. (2013). Cognitive biases and errors as cause – and journalistic best practices as effect. *Journal of Mass Media Ethics*, 28, 160–174. DOI: 10.1080/08900523.2013.794674.
- Conseil de Déontologie Journalistique (2013). Code de Déontologie Journalistique. Retirado em dezembro de 2018 de <https://lecdj.be/codede-deontologiejournalistique/>.
- Accountable Journalism (2018). *Declaration of the Rights and Duties of Journalists* (1971). Retirado em dezembro de 2018 de <https://accountablejournalism.org/ethics-codes/International-Declaration>.
- Expresso (2003). *Código de Conduta*. Retirado em dezembro de 2018 de <https://expresso.pt/informacao/codigoconduta/codigo-de-conduta-dos-jornalistas-do-expresso=f198040>.
- Federación de Asociaciones de Periodistas de España (2017). *Código Deontológico*. Retirado em dezembro de 2018 de <http://fape.es/home/codigo-deontologico/>.
- Fédération Professionnelle des Journalistes du Québec (2010). *Guide de Déontologie*. Retirado em dezembro de 2018 de <https://www.fpqj.org/fr/guide-de-deontologie>.
- Foro de Periodismo Argentino (2006). *Código de Ética*. Retirado de <https://www.fopea.org/etica-y-calidad/codigo-de-etica-de-fopea/>.
- Ikonen, P., Luoma-aho, V. & Bowen, S. A. (2017). Transparency for sponsored content: Analysing codes of ethics in Public Relations, Marketing, Advertising and Journalism. *International Journal of Strategic Communication*, 11(2), 165-178. DOI: 10.1080/1553118X.2016.1252917.
- Independent Press Standards Organisation (2016). *Editors' Code of Practice*. Retirado em dezembro de 2018 de <https://www.ipso.co.uk/editors-code-of-practice/>
- International Federation of Journalists (1986). *Declaration of Principles on the Conduct of Journalists*. Retirado em dezembro de 2018 de <https://www.ifj.org/who/rules-and-policy/principles-on-conduct-of-journalism.html>
- Julkisen Sanan Neuvosto (2014). Guidelines for Journalists. Retirado em dezembro de 2018 de https://www.jsn.fi/en/guidelines_for_journalists/
- Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2005). *Elementos do Jornalismo – O que os profissionais de Jornalismo devem saber e o público deve exigir*. Porto: Porto Editora.
- Muñoz-Torres, J. R. (2012). Truth and objectivity in journalism: Anatomy of an endless misunderstanding. *Journalism Studies*, 13(4), 566–582. DOI: 10.1080/1461670X.2012.662401.

- National Public Radio (2012). *Ethics Handbook*. Retirado em dezembro de 2018 de <http://ethics.npr.org/>.
- New York Times (2008). *Guidelines on Integrity*. Retirado em dezembro de 2018 de <https://www.nytimes.com/editorial-standards/guidelines-on-integrity.html>.
- Pingree, R. J., Watson, B., Sui, M., Searles, K., Kalmoe, N. P., Darr, J. P., Santia, M. & Bryanov, K. (2018). Checking facts and fighting back: Why journalists should defend their profession. *PLoS ONE*, 13(12). DOI: 10.1371/journal.pone.0208600.
- Presserat (1999). *Déclaration des Devoirs et des Droits du/de la Journaliste*. Retirado em dezembro de 2018 de <https://presserat.ch/fr/code-de-deontologie-des-journalistes/erklaerungen/>.
- Público (2005). *Livro de Estilo*. Retirado em dezembro de 2018 de http://static.publico.pt/nos/livro_estilo/07-informar-m.html.
- Público (30 de setembro de 2018). “PÚBLICO noticiou erradamente a morte do historiador de arte José-Augusto França”. Retirado em abril de 2019 de <https://www.publico.pt/2018/09/30/culturaipsilon/noticia/historiador-de-arte-joseaugusto-franca-1845796>.
- Ramonet, Ignacio (1999). *A Tirania da Comunicação*. Porto: Campo das Letras.
- Sindicato dos Jornalistas (2017). *Código Deontológico*. Retirado em dezembro de 2018 de <http://www.jornalistas.eu/?n=10011>.
- Society of Professional Journalists (2014). *Code of Ethics*. Retirado em dezembro de 2018 de <https://www.spj.org/ethicscode.asp>.
- Sol (14 de janeiro de 2011). “Sexo, jogos e mentiras”.
- The Washington Post (1999). *Standards and Ethics*. Retirado em dezembro de 2018 de <https://www.asne.org/resources-ethics-wapo>.
- Van Reijmersdal, E., Neijens, P., & Smit, E. (2005). Readers’ reactions to mixtures of advertising and editorial content in magazines. *Journal of Current Issues & Research in Advertising*, 27(2), 39-53. DOI: 10.1080/10641734.2005.10505180.
- Waisbord, S. (2018). Truth is what happens to news: On journalism, fake news, and post-truth. *Journalism Studies*, 19(13), 1866-1878. DOI: 10.1080/1461670X.2018.1492881.
- Ward, S. J. A. (2019). *Disrupting journalism ethics: Radical change on the frontier of Digital Media*. London and New York: Routledge.
- White, A. (2018). Trust in Ethical Journalism – The key to media futures. London: Ethical Journalism Network. Retirado em dezembro de 2018 de <https://ethicaljournalismnetwork.org/resources/publications/trust-ethical-journalism/introduction>

Confidencialidade da fonte em jornalismo: perspetivas morais

Source confidentiality in journalism: moral perspectives

https://doi.org/10.14195/2183-6019_9_4

Resumo

O segredo profissional é um dos princípios mais evocados nos códigos de conduta dos jornalistas. Porém, a proteção das fontes é uma questão relativamente controversa. Uma das perspetivas defende que o dever do jornalista é não delatar a fonte confidencial mesmo em face de exigências legais.

Este artigo propõe-se analisar o princípio do sigilo profissional enquadrando-o na teoria de desenvolvimento moral de Laurence Kohlberg. Identifica perspetivas acerca da confidencialidade das fontes em códigos deontológicos nacionais e supranacionais dos jornalistas, recorrendo à análise de conteúdo. Tem em consideração apreciações sobre o tema feitas noutros mecanismos de media *accountability* em Portugal: provedores do leitor e Conselho Deontológico do Sindicato dos Jornalistas.

Palavras-chave: Jornalismo; fontes confidenciais; segredo profissional; desenvolvimento moral.

Abstract

Professional secrecy is one of the most evoked principles in journalistic codes of conduct. However, source protection is a relatively controversial issue. One perspective argues that it is the journalist's duty to never disclose a confidential source even when facing legal requirements. This article proposes to analyze the principle of professional secrecy from the perspective of Laurence Kohlberg's moral development theory. Resorting to content analysis, the article identifies current perspectives on source confidentiality in national and supranational codes of conduct for journalists, including considerations on the topic by different mechanisms of media accountability in Portugal: news ombudsmen and the Ethics Council of the Journalists' Union.

Keywords: Journalism; confidential sources; professional secrecy; moral development.

A relação fonte/jornalista envolve um jogo de persuasão permanente (Santos, 1997). A organização e a capacitação discursiva das fontes interessadas, que por meio dos *media* agem no mundo e interferem na atualidade, evoluíram nas últimas décadas, constituindo não só uma “revolução”, como também “uma riqueza democrática e um direito de cidadania” (Chaparro, 2001, pp. 29-30). Mas, o jornalismo investigativo que se proponha desocultar as “zonas-sombra da sociedade ou das instituições” e “transformar em notícia aquilo que poderosos interesses pretendem manter secreto” “não conta com a benevolência nem com a colaboração das fontes oficiais” (Mesquita, 1994, p. 388).

Para cumprir o seu duplo papel em democracia de porta-vozes da opinião pública e de vigilantes do poder político (Traquina, 2002), os jornalistas têm recorrido a fontes confidenciais. Todavia, como afirma Byron Calame (2005, s/p), “fontes confidenciais podem ser tanto uma benção quanto uma maldição para o jornalismo – e para os leitores.”

Por um lado, faz parte da atividade de *spin doctoring* usar os graus de

A credibilidade e a fiabilidade são essenciais ao valor de uso do jornalismo

confidencialidade a seu favor, como explica Vasco Ribeiro que reconhece que a crescente sofisticação das fontes institucionais tem acarretado riscos acrescidos à atividade jornalística (2015). Um artigo político de 1340 palavras publicado no *Liberation* contendo 11 fontes anónimas, mereceu a seguinte crítica de Alice Antheaume (2016): “É impossível saber, de facto, se são 11 fontes ou apenas uma pessoa. Por exemplo, “o Governo”, “alguém próximo do presidente”, “um assessor” podem ser a mesma pessoa.”

Valer-se com demasiada frequência de um instrumento que deveria ser excecional indicia um jornalismo preguiçoso e promíscuo, potenciando os riscos de desresponsabilização da fonte. A ingenuidade e displicência estão na origem de muitos erros evitáveis. O jornalista não é um estenógrafo (Okrent, 2005), nem marioneta/fantoches ao serviço de interesses alheios. A luta por ser o primeiro (em vez de ser o melhor) para vencer a concorrência é má conselheira, deixando o jornalista mais vulnerável a manipulações várias. “Muitas vezes, os que manipulam fazem-no tanto melhor quanto mais manipulados são e quanto

mais inconscientes estão desse facto” (Bourdieu, 1997, p. 8).

Por outro lado, a fraude jornalística é uma ameaça que nem jornais de referência como o *The Washington Post*, em 1980 (caso Janet Cooke¹), ou o *Der Spiegel* mais recentemente, em 2018 (caso Claas Relotius²) estão imunes, envolvendo jornalistas premiados a invocar fontes fictícias.

O arrivismo profissional desafia os editores a serem mais vigilantes. Em 2005, o diário português *Público* na revisão de 2005 dos “Princípios e normas de conduta profissional”, que integram o seu Livro de Estilo, estipulou entre outros que os editores deste jornal “podem solicitar aos jornalistas que lhes revelem a identidade das fontes anónimas que utilizam nos seus textos”. Fê-lo inspirado no *The*

New York Times que, na sequência de uma série de irregularidades cometidas por Jayson Blair, reviu um conjunto de procedimentos internos e nomeou um Provedor dos Leitores, Daniel Okrent. Este exortou para o uso singular da fonte anónima nos seguintes termos:

(...) eu sou a favor de uma cultura da redação que possa ser simbolizada por uma nova decoração de parede. Imagine uma pequena caixa com uma porta de vidro; atrás do vidro, um certificado com as palavras “autorização para usar fonte anónima”. Um pequeno martelo estaria pendurado na caixa e um letreiro a avisar: “Quebrar o vidro em caso de emergência” – uma emergência não para os jornalistas ou editores, mas para os leitores. (Okrent, 2005)

A credibilidade e a fiabilidade são essenciais ao valor de uso do jornalismo. O recurso adequado/justo ao segredo profissional deveria ser palavra de ordem neste tempo complexo que vivemos, em que, como alerta um relatório de

2017 da UNESCO, a instituição da confidencialidade da fonte enfrenta riscos crescentes de erosão com o aprofundamento da era digital e que podem constituir uma ameaça à sustentabilidade do jornalismo investigativo (Posetti, 2017).

Este artigo propõe-se analisar o princípio do sigilo profissional, enquadrando-o na teoria de desenvolvimento moral de Laurence Kohlberg. Para tal, identifica perspetivas acerca da confidencialidade da fonte em códigos deontológicos nacionais e supranacionais dos jornalistas, recorrendo à análise de conteúdo.

O corpus de análise é constituído por 21 códigos: 16 da Europa Ocidental, dois da América do Norte; e três supracinacionais (Quadro 1). Reino Unido e Irlanda seguem o mesmo código: o da NUJ (*National Union of Journalists*). Os códigos supranacionais que integram o corpus são: Declaração da UNESCO (*International Principles of Professional Ethics in Journalism*), Declaração de Munique (*Declaration of the Rights and Duties of Journalists*) e Código de Bordéus (*IFJ Declaration of Principles on the Conduct of Journalists*).

1 Janet Cooke, do *Washington Post*, foi obrigada a devolver o Prémio Pulitzer depois de se descobrir que o protagonista da sua reportagem – uma criança de oito anos viciada em heroína – não passava de uma invenção da jornalista.

2 Em 2018, descobriu-se que Claas Relotius – detentor de vários prémios, de entre os quais o título de repórter do ano quatro vezes – inventara factos, lugares, citações e personagens em quase dezena e meia de reportagens publicadas na revista *Der Spiegel*.

Quadro 1. Códigos de conduta dos jornalistas: Corpus da análise**

Modelo Corporativista Democrático (MCD)	
Áustria *	Code of Ethics for the Austrian Press. Retirado de http://ethicnet.uta.fi/austria/code_of_ethics_for_the_austrian_press
Suécia *	Code of Ethics for the Press, Radio and Television. Retirado de http://ethicnet.uta.fi/sweden/code_of_ethics_for_the_press_radio_and_television
Noruega *	Code of Ethics of the Norwegian Press. Retirado de http://ethicnet.uta.fi/norway/code_of_ethics_of_the_norwegian_press
Bélgica *	Code of Journalistic Principles. Retirado de http://ethicnet.uta.fi/belgium/code_of_journalistic_principles
Suíça *	Declaration of the Duties and Rights of a Journalist. Retirado de http://ethicnet.uta.fi/switzerland/declaration_of_the_duties_and_rights_of_a_journalist
Alemanha *	German Press Code. Retirado de http://ethicnet.uta.fi/germany/german_press_code
Finlândia *	Guidelines for Journalists. Retirado de http://ethicnet.uta.fi/finland/guidelines_for_journalists em outubro de 2018
Holanda *	Guidelines from the Netherlands Press Council. Retirado de http://ethicnet.uta.fi/netherlands/guidelines_from_the_netherlands_press_council
Dinamarca *	The National Code of Conduct. Retirado de http://ethicnet.uta.fi/denmark/the_national_code_of_conduct
Modelo Liberal (ML)	
Irlanda e Reino Unido	Code of Conduct. Retirado de http://ethicnet.uta.fi/ireland/code_of_conduct ; e de http://ethicnet.uta.fi/united_kingdom/code_of_conduct
Canadá	Ethics Guidelines. Retirado de http://caj.ca/content.php?page=ethics-guidelines
EUA	SPJ Code of Ethics. Retirado de https://www.spj.org/ethicscode.asp
Modelo Pluralista Polarizado (MPP)	
França.	Charte d'éthique professionnelle des journalistes. Retirado de http://www.snj.fr/content/charte-d'ethique-professionnelle-des-journalistes
Itália *	Charter of Duties of Journalists. Retirado de http://ethicnet.uta.fi/italy/charter_of_duties_of_journalists
Grécia *	Code of Ethics for Professional Journalists. Retirado de http://ethicnet.uta.fi/greece/code_of_ethics_for_professional_journalists
Espanha	Código Deontológico. Retirado de http://fape.es/home/codigo-deontologico/
Portugal	Novo Código Deontológico. Retirado de http://www.jornalistas.eu/?n=10011
Supranacionais	
Declaração de Munique	Declaration of the Rights and Duties of Journalists Retirado de https://accountablejournalism.org/?/ethics-codes/International-Declaration
Código de Bordéus	IFJ Declaration of Principles on the Conduct of Journalists Retirado de https://www.ifj.org/who/rules-and-policy/principles-on-conduct-of-journalism.html
Declaração da UNESCO	International Principles of Professional Ethics in Journalism Retirado de http://ethicnet.uta.fi/international/international_principles_of_professional_ethics_in_journalism

* versão em inglês disponibilizada pelo EthicNet;

** consultado em outubro de 2018

A escolha dos códigos segue a classificação dos sistemas de *media* de Hallin e Mancini (2004) que confinam o estudo a 18 países da Europa Ocidental e da América do Norte, divididos por características comuns em três modelos:

- Modelo Liberal (ML): caracterizado por um domínio relativo dos mecanismos de mercado e dos *media* comerciais e por pouca intervenção estatal no setor dos *media*;
- Modelo Corporativista Democrático (MCD): caracterizado por uma coexistência histórica de *media* comerciais e *media* vinculados a grupos sociais e políticos organizados, e por um papel relativamente ativo mas legalmente limitado do Estado;
- Modelo Pluralista Polarizado (MPP): caracterizado pela integração dos *media* em partidos políticos, por um desenvolvimento histórico mais fraco dos *media* comerciais, e por um forte papel interventor do Estado.

Portugal enquadra-se no Modelo Pluralista Polarizado, juntamente

com Espanha, França, Itália, Grécia. Ao Modelo Liberal pertencem: Reino Unido, Irlanda, Canadá e EUA. Ao Modelo Corporativista Democrático: Noruega, Suécia, Finlândia, Holanda, Suíça, Bélgica, Dinamarca, Áustria e Alemanha. Apesar da diferenciação estar a diminuir, graças à globalização e à comercialização dos *media* (Hallin & Mancini, 2004); e apesar de não serem capazes de explicar alguns dos resultados mais impressionantes do estudo da *MediaAct – Media Accountability and Transparency in Europe*, uma recente investigação comparada sobre *media accountability* na Europa contemporânea (Fengler *et al.*, 2014; Eberwein *et al.*, 2017), os modelos de sistema de *media* e culturas do jornalismo de Hallin e Mancini mantêm-se como uma ferramenta útil de análise. Todavia, tal como em Hallin e Mancini (2004), o nosso estudo incide sobre um número reduzido de países e apenas considera um dos códigos de cada país, o que limita o alcance das conclusões.

Começamos por centrar a nossa atenção na teoria de desenvolvimento moral. Depois da análise comparada

da confidencialidade da fonte nos códigos de conduta, auscultamos algumas posições assumidas sobre o tema noutros mecanismos de *media accountability* em Portugal, como o Conselho Deontológico do Sindicato dos Jornalistas e o provedor do leitor, atendendo a que o primeiro tem um alcance sobretudo interno, enquanto o segundo medeia jornalistas e seus leitores.

Desenvolvimento Moral na perspectiva de Kohlberg

O desenvolvimento moral tem sido alvo de abordagens teóricas distintas. Optamos pela perspectiva cognitivo-desenvolvimentista (ou estrutural-constitutivista) por ser “a que propõe critérios mais racionais de moralidade; a que mais assume a ideia de desenvolvimento da pessoa; e a que está mais comprometida com a transformação das instituições em sociedades justas e boas” (Lourenço, 2002, p. 38).

Para Lawrence Kohlberg (1985; 1982; 1992; Kohlberg *et al.*, 1997; Lourenço, 2002), o desenvolvimento moral é um processo fundamentalmente racional. Ele preconiza uma moralidade

ideal, cuja essência reside na obrigação de obedecer a princípios universais de Justiça que se consubstanciam na igualdade de direitos e respeito pela dignidade dos seres humanos enquanto pessoas individuais.

A teoria de Kohlberg assenta em vários pressupostos metaéticos, como o pressuposto da não neutralidade, que implica a hierarquização racional de valores (rejeita o relativismo ético); e o do prescritivismo que consiste na obrigação de obedecer a princípios éticos (justificação para as regras), não a normas (regras para a ação). As normas sociais ou mesmo morais podem ser violadas pelo “sujeito moral racional” se não estiverem ao serviço da Justiça. A ação moral é encarada como do domínio do dever e do desejável.

Para ele, a moral desenvolve-se em cada indivíduo numa sequência de estádios. Fatores do meio podem acelerar, atrasar ou parar o desenvolvimento, mas não mudar a sequência. Cada estádio é qualitativamente diferente e mais avançado do que o precedente. A identificação do estádio moral baseia-se exclusivamente no raciocínio moral, valorizando-se mais

a forma ou estrutura da resposta (as razões cognitivas que estão por de trás de ações ou transgressões) do que o conteúdo (o que faz ou diz que faz). Kohlberg adverte que o que está em jogo é um julgamento sobre os modos de pensar e não uma graduação do valor moral do indivíduo.

Kohlberg identifica três níveis de desenvolvimento moral, cada um dos quais subdividido em dois estádios: nível 1 – *pré-convencional* (estádios 1 e 2); nível 2 – *convencional* (estádios 3 e 4); e nível 3 *pós-convencional* (estádios 5 e 6).

As regras e expectativas convencionais ou sociais são algo externo ao indivíduo pré-convencional. Ele não as entende.

O indivíduo convencional identifica-se com as regras e expectativas dos outros ou interioriza-as. Tem uma perspectiva de membro da sociedade. Preocupando-se com a aprovação social e com a lealdade a pessoas, grupos e autoridades. Subordina as necessidades do indivíduo ao ponto de vista e às necessidades do grupo ou do relacionamento comum.

Uma pessoa de moralidade pós-convencional está mais interessada

em transformar a sociedade. Diferencia o seu eu das regras e expectativas dos outros e define seus valores de acordo com os princípios por ele escolhidos. Reconhece as obrigações sociais e legais estabelecidas; mas se entrarem em conflito com as obrigações morais, estas últimas tendem a ganhar prioridade; pois entende que as exigências da lei e da sociedade derivam dos direitos morais universais, e não o contrário.

No estádio 1 (E1), a razão para o indivíduo obedecer à lei é evitar o castigo. Ele não relaciona perspectivas. O seu ponto de vista é egocêntrico. As regras morais são aplicadas de uma maneira literal e absoluta. Exceções (a haver) só para pessoas importantes (isto é, com autoridade). Não atende às intenções, confundindo castigo com moralidade.

No estádio 2 (E2), a orientação moral do indivíduo é pragmática, calculista e individualista. Condena o desvio à norma se este trazer consequências negativas para o transgressor. Mas, trata-se mais de uma questão de prejuízo do que de castigo. Reconhece que as outras pessoas têm seus próprios pontos de vista. Adota uma orientação

moral de troca, em que, ao zelar pelos seus interesses, tem em conta a reação negativa ou positiva do outro.

No estágio 3 (E3), o indivíduo regula a sua ação moral por normas, convenções e expectativas socialmente partilhadas e aceites. Vive identificado com um grupo e procura cumprir bem o próprio papel. Está orientado para a aprovação social e a confiança interpessoal.

A perspetiva adotada no E3 é a de quem participa num relacionamento ou num grupo comum; no estágio 4 (E4), é a de membro de um sistema social, legal ou religioso que foi codificado em leis e práticas institucionalizadas. O indivíduo está orientado para a manutenção do sistema. Norma e lei (desde que não impostas autocraticamente) são critérios últimos de justiça e de moralidade, pelo que a prossecução de interesses individuais só é legítima se estiver de acordo com a lei. Perante a violação de uma regra, a reação típica é: “o que aconteceria se todos fizessem o mesmo?” Preocupa-se com a imparcialidade e com a justiça processual, entendendo que determinados procedimentos devem ser acautelados para que as soluções dos conflitos de

interesse tenham maior probabilidade de ser justas.

O estágio 5 (E5) refere-se à perspetiva de alguém que se coloca antes da sociedade. O sistema social é entendido como um contrato livremente celebrado por cada indivíduo, de forma a proteger e maximizar os direitos e o bem-estar de todos. Orienta-se para o maior bem do maior número. Mas preocupa-se com as minorias e tem em consideração os pontos de vista de cada indivíduo envolvido numa situação social. Reflete uma filosofia utilitarista de regras, na qual instituições, regras ou leis sociais são avaliadas por referência às suas consequências a longo prazo para o bem-estar de cada pessoa ou grupo na sociedade. Valores e direitos fundamentais, como vida e liberdade, são entendidos como generalizáveis em qualquer sociedade, mas defendidos independentemente da maioria. No E5, verifica-se o começo da subordinação das normas à universalidade dos princípios (relativismo da Lei). A perspetiva é a de *society-creating* em vez de *society-maintaining* (Kohlberg *et al.*, 1997, p. 496)

No estágio 6 (E6), o indivíduo acredita na validade dos princípios morais

universais e assume um compromisso pessoal com eles. A obrigação é definida em função dos princípios universais de Justiça. Leis e acordos sociais são válidos quando se baseiam em tais princípios; quando colidem, o indivíduo atua de acordo com o princípio. A pessoa é sempre vista como um fim em si mesma, nunca como um meio para alcançar outros valores.

Muitos adultos são moralmente imaturos, afirma Kohlberg (1982, p. 46). Os adolescentes e maioria dos adultos situam-se no nível *convencional*. Só uma minoria alcança os estádios superiores de desenvolvimento.

Compromisso de confidencialidade e desenvolvimento moral

A teoria de Kohlberg não é unânime (Modgil & Modgil, 1985; Lourenço 2002). Na verdade, o saber científico é por natureza um conhecimento conjetural, suscetível de ser revisto (Popper, 1992). Como o próprio Kohlberg reconhece, o “domínio moral é amplo e variado, e nenhuma abordagem à sua conceitualização e medição explicará ou esgotará a variação existente” (1985, p. 500). Contudo, a sua teoria

permite-nos refletir como se promove a deontologia do jornalista.

Se atendermos a que o ensino do jornalismo desempenha um papel crucial no jornalismo responsável (Fengler *et al.*, 2014), o modo como se promove a deontologia do jornalismo assume especial relevância. Face ao “*desafio* constante à consciência individual” do jornalista e às suas responsabilidades perante as pessoas e a sociedade (Fidalgo, 2000, p. 336), partilhamos a opinião de Goree (2000) de que a integração do desenvolvimento moral na sala de aula de jornalismo oferece muitos benefícios potenciais.

Seguindo a teoria de desenvolvimento moral de Kohlberg, propomos-nos classificar potenciais respostas à seguinte questão que é relativa ao tema em estudo: Pode/deve um jornalista revelar, em público ou em tribunal, a identidade de uma fonte confidencial sem o seu consentimento?

Um raciocínio *pré-convencional* poderia dar respostas do tipo:

- Não deve para não ser despedido (E1)
- Não deve porque o chefe não autoriza, e chefe manda (E1)

- Deve senão vou parar à prisão (E1)
- Pode porque é um jornalista decano (E1)
- Não deve porque pode perder prestígio (E2)
- Não deve para ficar bem visto pela classe (E2)
- Não deve porque os chefes podem-se zangar com ele (E2)
- Deve para não ter problemas com os tribunais (E2)
- Não deve porque não convém perder a relação com uma fonte útil ao jornalista (E2)

Respostas de nível *convencional*:

- Não deve porque é isso que se espera de um bom jornalista (E3)
- Deve porque é o que se espera de um cidadão responsável e cumpridor da lei (E3)
- Não deve porque estabeleceu com a fonte uma relação afetiva (E3)
- Não deve porque é um homem com honra (E4)
- Deve porque cumprir a lei é uma obrigação de todos (E4)
- Deve porque se não o fizer é a anarquia e o caos (E4)
- Não deve porque não se viola um contrato (E4)

- Deve porque o código deontológico prevê essa possibilidade quando a fonte o engana desonestamente (E4)
- Não deve porque a deontologia o impede (E4)

Resposta de nível *pós-convencional*:

- Não deve porque as leis existem precisamente para assegurar os direitos fundamentais das pessoas, tais como o direito a ser informado (E5)
- Não deve porque o segredo profissional pressupõe confiança e porque o indivíduo deve ser confiável se quiser fazer um contrato na sociedade (E5)
- Não deve porque manter a confidencialidade traz benefício para a sociedade (E5)
- Pode porque traz benefício para a sociedade (E5)
- Deve porque está em causa a segurança nacional (E5)
- Deve porque disso depende a descoberta da verdade e esta é relevante para a sociedade (E5)
- Deve porque é a única maneira de evitar um dano sério às pessoas (E5)

- Não deve porque isso não só desrespeitaria a fonte que nele confiou, como também colocá-la-ia em risco; pelo que o jornalista está disposto a ser preso para defender a integridade dessa fonte e da liberdade de imprensa que é um direito fundamental (E6)

Através da discussão/debate racional de dilemas, pode-se estimular nos estudantes (futuros profissionais) de jornalismo um “raciocínio moral” avançado – ou maturidade moral – que lhes permita melhor equacionar e ponderar os conflitos morais que se confrontem no exercício da profissão:

Os dilemas morais 'servem' para promover o desenvolvimento moral porque criam nas pessoas não só conflitos cognitivos mas também desequilíbrios afetivos. Quando uma pessoa se confronta com um conflito moral que não pode resolver com facilidade mas que a preocupa profundamente, é provável que se sinta muito motivada para realizar possíveis novas soluções. (Kohlberg *et al.*, 1997, p. 73).

Esta abordagem de desenvolvimento moral, sem prejuízo de outras abordagens, pode ser explorada em sala de aula, por se tratar de um espaço privilegiado para promover pensamento crítico (e autocrítico), nos moldes propostos por Karl Popper (1992) para uma ética das profissões intelectuais.

Confidencialidade da fonte em códigos nacionais e supranacionais

Os códigos de conduta profissional são, em Portugal, o segundo instrumento de *media accountability* com maior impacto no comportamento dos jornalistas, a seguir às diretrizes editoriais do órgão de comunicação social e à frente da formação em jornalismo e das leis reguladoras dos meios de comunicação que surgem em 3º e 4º lugares, respetivamente. Esta é a perceção dos jornalistas portugueses manifestada num inquérito realizado no âmbito do projeto *MediaAcT* (Moutinho *et al.*, 2017).

Como os códigos de cada modelo de sistema de *media* encaram o sigilo profissional (direito e/ou dever)? Como respondem às seguintes questões?

Questão 1(Q1). Em que condições e em que circunstâncias se aceita atribuir confidencialidade a uma fonte?

Questão 2 (Q.2). O segredo profissional admite limites? Em que circunstâncias a confidencialidade pode não ser vinculativa?

Dos nove países do MCD, dois são omissos no respeitante à fonte confidencial (Suécia e Dinamarca); quatro qualificam o sigilo profissional de dever do jornalista (Holanda, Suíça, Bélgica e Áustria); um como direito (Finlândia); e um como direito e dever (Alemanha).

Quanto à Q1, Holanda e Alemanha referem que a informação deverá ter suficiente/bastante valor-notícia ou forte interesse público. Para a Noruega, a proteção das fontes confidenciais é entendida como pré-requisito para a imprensa cumprir seus deveres para com a sociedade e assegurar o acesso à informação essencial. Mas, exige a avaliação crítica da fonte confidencial e a “especial precaução” com a informação dela proveniente³. No caso da Holanda, a informação dessa fonte

³ A avaliação crítica das fontes em geral é referida noutros códigos do MDC, como é por exemplo o caso da Finlândia e da Suécia.

só será divulgada se tal não constituir um risco desproporcional para as pessoas. “Ações e planos descritos como secretos podem ser relatados se, após uma análise cuidadosa, for determinado que a necessidade de informação do público supera as razões apresentadas para o sigilo”, lê-se no código alemão.

No que respeita à Q2, um terço dos países do MDC preveem a possibilidade de se revelar a identidade da fonte confidencial; mas dois deles (Noruega e Bélgica) exigem que tal só poderá acontecer se a fonte der consentimento explícito. A Alemanha, além do consentimento da fonte, prevê mais duas situações em que a confidencialidade possa não ser vinculativa: a) no caso de a informação estar relacionada com um crime e haver o dever de informar a polícia; b) se, ao ponderar cuidadosamente os interesses, predominarem importantes razões de Estado, particularmente se a ordem constitucional for afetada ou ameaçada. Na prática, no MDC, só a Alemanha prevê a quebra do sigilo profissional.

Todos os quatro países do ML consideram ser dever do jornalista atribuir confidencialidade a uma fonte quando esta a solicita.

Tanto os EUA como o Canadá reservam a confidencialidade à fonte que corra perigo de segurança, de castigo ou outro dano, bem como à fonte que possua informação que não pode ser obtida de outra forma. Para o Canadá, a proteção da fonte exige razões claras e imperiosas, mas também que a informação tenha “forte interesse público”. O código americano apela a avaliação crítica da fonte antes de fazer promessas: “Seja cuidadoso quando fizer promessas, mas mantenha as promessas que fizer”. No caso do Canadá, não se permitem “golpes baixos a indivíduos ou organizações por parte de fonte confidencial”, devendo o jornalista, antes de fazer promessas, clarificar até onde está disposto a ir para manter as suas promessas: “Quando não está disposto a ir para a cadeia para proteger uma fonte, exprime isto antes de fazer a promessa. E deixa claro que o acordo é quebrado no caso da fonte o enganar ou mentir.” O Canadá é o único que responde à Q2. O código partilhado por britânicos e irlandeses não responde às Q1 e Q2.

No MPP, a França encara o sigilo profissional como um direito. Para a Espanha, trata-se de um direito

dos jornalistas; mas também um dever profissional se a confidencialidade for requerida pela fonte. Para os outros países do sul da Europa, é um dever. No caso da Itália é mesmo uma obrigação: “Um jornalista tem que respeitar o sigilo profissional, nos casos em que as fontes requerem sigilo e tem de ser capaz de informar o leitor de tais circunstâncias.” A Grécia não responde às Q1 e Q2; apenas afirma: “O jornalista tem a competência e a obrigação (...) para assumir a discricção profissional quanto à fonte de informação obtida em confidência.”

Os países do sul da Europa são praticamente omissos à Q1, à exceção de Portugal que estabelece: “As opiniões devem ser sempre atribuídas”. Quanto à quebra do sigilo profissional, tanto Portugal como Espanha preveem essa possibilidade no caso de a fonte usar o jornalista para canalizar informação falsa. Também a título excepcional, a Espanha acrescenta mais um cenário: quando a revelação da fonte é a única forma de prevenir um dano sério e iminentes às pessoas.

“O jornalista não deve revelar, mesmo em juízo, as suas fontes confidenciais de informação”, estipula o

Quadro 2. Segredo profissional: direito e/ou dever

	MCD		ML		MPP		Total	%	supranacionais		
	nº	% (em 9)	nº	% (em 4)	nº	% (em 5)			(em 18)	Bordéus	Munique
Segredo profissional como um direito do jornalista	3	33,3	0	0,0	2	40,0	5	27,8	0	0	1
Dever do jornalista de ocultar a identidade da fonte que forneceu informações confidenciais	6	66,7	4	100,0	4	80,0	14	77,8	1	1	0

Quadro 3. Em que condições e em que circunstâncias se aceita atribuir confidencialidade a uma fonte?

	MCD		ML		MPP		Total	%	supranacionais		
	nº	% (em 9)	nº	% (em 4)	nº	% (em 5)			(em 18)	Bordéus	Munique
Identificar a fonte é a regra; a não identificação é exceção	3	33,3	1	25,0	1	20,0	5	27,8	0	0	0
Antes de fazer promessas, clarificar até onde se está disposto a ir para as manter	0	0,0	1	25,0	0	0,0	1	5,6	0	0	0
Especial avaliação crítica da fonte (avaliar a confiabilidade, considerar os motivos da fonte) antes de prometer anonimato	2	22,2	2	50,0	0	0,0	4	22,2	0	0	0
Reservada a fontes que corram perigo de segurança, de castigo ou outro dano; quando há motivos claros e imperiosos	2	22,2	2	50,0	0	0,0	4	22,2	0	0	0
Como meio de garantir o acesso a informações essenciais; ter bastante valor notícia; servir o interesse público	3	33,3	1	25,0	0	0,0	4	22,2	0	0	0
Reservado para fonte que possua informação que não pode ser obtida de outra forma	0	0,0	2	50,0	0	0,0	2	11,1	0	0	0
Especial precaução com a informação proveniente de fonte confidencial	1	11,1	0	0,0	0	0,0	1	5,6	0	0	0
Divulga a informação confidencial se esta não constituir um risco desproporcional para as pessoas	1	11,1	0	0,0	0	0,0	1	5,6	0	0	0
Identificar tão rigorosamente quanto possível por filiação ou condição	0	0,0	1	25,0	0	0,0	1	5,6	0	0	0
Revelar qualquer interesse pessoal ou viés potencial por parte da fonte	0	0,0	1	25,0	0	0,0	1	5,6	0	0	0
Explicar a necessidade da confidencialidade; informar o leitor de tais circunstâncias	0	0,0	2	50,0	1	20,0	3	16,7	0	0	0
As opiniões devem ser sempre atribuídas	0	0,0	0	0,0	1	20,0	1	5,6	0	0	0

código português; o que faz deste um dos códigos mais exigentes de todos os 24 em estudo. Está em sintonia com o francês que afirma: “Em matéria de deontologia e honra profissional, o jornalista aceita apenas a jurisdição de seus pares; responde em tribunal às infrações previstas na lei”.

Portanto, os países do MCD, à exceção da Alemanha, ou são omissos ou focam-se sobretudo nos requisitos

para atribuição da confidencialidade, i.é investem na prevenção (a montante). No ML, o sigilo profissional é considerado um dever, não se conjecturando eventuais quebras. No MPP, ao contrário do ML, quase não se responde à Q1 (quadros 3 e 4).

Quanto aos códigos supranacionais, o segredo profissional é entendido como um direito pelo código da UNESCO e como um dever pela

Declaração de Munique e pela Declaração de Bordéus (FIJ). Esta última afirma: “O jornalista digno desse nome (...) Dentro da lei geral de cada país, reconhecerá, em questões profissionais, exclusivamente a jurisdição de seus colegas e recusará qualquer tipo de interferência do governo ou outras.” Semelhante se pode ler nos códigos de França e Suíça.

Quadro 4. O segredo profissional admite limites? Em que circunstâncias a confidencialidade pode não ser vinculativa?

	MCD		ML		MPP		Total	%	supranacionais		
	nº	% (em 9)	nº	% (em 4)	nº	% (em 5)			(em 18)	Bordéus	Munique
Não revelar, mesmo em juízo, as suas fontes confidenciais. Em matéria de deontologia e honra profissional, o jornalista aceita apenas a jurisdição de seus pares; responde em tribunal às infrações previstas na lei	1	11,1	0	0,0	2	40,0	3	16,7	1	1	0
Sim, no caso de consentimento explícito do informante	3	33,3	0	0,0	0	0,0	3	16,7	0	0	0
Sim, se o jornalista foi usado para canalizar informações falsas	0	0,0	1	25,0	2	40,0	3	16,7	0	0	0
Sim, se a informação estiver relacionada a um crime e houver o dever de informar a polícia	1	11,1	0	0,0	0	0,0	1	5,6	0	0	0
Sim, se, ao ponderar cuidadosamente os interesses, predominarem importantes razões de Estado, particularmente se a ordem constitucional for afetada ou ameaçada	1	11,1	0	0,0	0	0,0	1	5,6	0	0	0
Sim, se revelar a fonte é a única maneira de evitar dano sério e iminente às pessoas	0	0,0	0	0,0	1	20,0	1	5,6	0	0	0

Usando o teste qui-quadrado, verificamos a existência de uma relação estatisticamente significativa ($p=0,024$) entre modelos de sistema de *media* (de Hallin e Mancini) e a norma “Reservado para fontes que possuem informação que não pode ser obtida de outra forma”. Apenas países do ML indicam esta regra. Não foram identificadas outras associações significativas entre normas específicas relativas ao segredo profissional e os modelos de sistema de *media*.

Quanto à Q1, sublinhe-se a regra referida unicamente por Portugal de que as opiniões devem ser sempre atribuídas. Isto é, não se publica a opinião de uma fonte confidencial. Para o jornalista Manuel Carvalho, tal publicação é um contrassenso numa sociedade livre, pois “uma opinião vincula de alguma forma uma visão subjetiva da realidade e só pode fazer sentido se ela for expressa de uma forma completamente livre na qual cada um de nós dá a cara pelas opiniões que tem”⁴.

Quanto à Q2, preveem-se eventuais quebras do contrato de sigilo, em caso, por exemplo da fonte ter desonestamente induzido o jornalista em erro; em caso de crime em que se imponha o dever de informar a polícia; quando prevaleçam razões de Estado preponderantes; e em caso de evitar “um dano grave e iminente às pessoas”. Sublinhe-se o plural desta última norma: “às pessoas”. Todas estas cláusulas de exceção são, na opinião de Fidalgo, “de tal modo vagas e dependentes da interpretação subjetiva do jornalista (...) que, no limite, nenhuma fonte confidencial se pode considerar completamente protegida” (2000, p. 332).

Confidencialidade da fonte em Portugal

Em Portugal, no fim do regime autoritário e censório autodenominado Estado Novo, a entidade patronal tinha o seguinte dever, de acordo com o Contrato Coletivo de 1971: “Não exigir dos jornalistas que revelem as fontes das suas informações quando essa revelação possa envolver prejuízo para os seus informadores” (citado em

Cavaco, 2013). Já em Democracia, o código deontológico dos jornalistas, aprovado em sede de autorregulação em 1976, imputava como dever do jornalista “guardar o segredo profissional e não divulgar as suas fontes de informação”. A revisão de 1993 especificou este dever e admitiu limites ao compromisso de sigilo: “O jornalista não deve revelar, mesmo em juízo, as suas fontes confidenciais de informação, nem desrespeitar os compromissos assumidos, exceto se o tentarem usar para canalizar informações falsas”. Esta norma (que se manteve na revisão de 2017) significa um potencial conflito entre Deontologia e Direito. Quanto à cláusula de exceção, esta não é pacífica entre os jornalistas; o que levou o Conselho Deontológico do Sindicato dos jornalistas (1999) a esclarecer que tal pressupõe “que não haja a mais pequena dúvida de que a informação prestada foi premeditadamente falsa, sabendo a fonte que, com a publicação, decorre um prejuízo irreparável ou um perigo real para o jornalista que nele confiou”.

Obrigar os jornalistas a trair o compromisso assumido com a fonte confidencial pode significar a perda

⁴ Manuel Carvalho, na RTP, a 7 de set. de 2019, a propósito do artigo de opinião “I Am Part of the Resistance Inside the Trump Administration”, de autoria anónima publicado no *The New York Times*, 5 de set. de 2018.

a prazo de informação vital para os cidadãos. Este é o entendimento do Conselho Deontológico (2001) que “desaconselha vivamente” a delação de fontes confidenciais “mesmo quando estas se manifestam traiçoeiras e manipuladoras”, por descredibilizar futuros contratos de confidencialidade e por ser muito difícil, noutras instâncias, fazer a prova do que se afirma quando se denuncia essa fonte confidencial (“palavra de um contra palavra de outro”).

Mascarenhas, no 3º Congresso dos Jornalistas Portugueses em 1998, criticou aqueles que raciocinam “com a formalidade jurídica, assumindo-se como titulares de um direito de denúncia outorgado pelo Código Deontológico dos Jornalistas ou muito pior do que isso como se o Código impusesse o dever de denúncia de fonte confidencial desacreditada!” Afirma:

Lido académica ou juridicamente, quer dizer que sempre que uma fonte anónima dá uma informação falsa, o jornalista pode identificá-la. É o podes! – grita-nos a ética de cá de dentro. Mesmo depois de (...) estarmos convictos de que,

além de nos ter sido prestada uma informação falsa, houve intenção suja de prestar essa informação falsa, abre-se um longo e muito doloroso período de reflexão, consulta aos amigos e ao travesseiro, para saber se iremos usar, pela primeira vez, da prerrogativa que o Código Deontológico nos concedeu! E o mais certo é que o jornalista se silencie e assumas as consequências desse seu heroísmo: se mais ninguém sabe que o jornalista é um herói, pelo menos sabe-o ele – e é quanto basta!. (Mascarenhas, 1998, p. 54)

Para o Conselho Deontológico (1999), um código de ética profissional é um compromisso individual, mas sobretudo coletivo: “Nenhum jornalista pode permitir-se ser julgador único de uma situação que, a desembocar na denúncia de uma fonte confidencial, atinge todo o coletivo dos jornalistas e a credibilidade da profissão”. Aliás, há órgãos de comunicação social – como *Público* e a *SIC* – em que cabe à Direção e/ou Conselho de Redação a análise dos casos em que fontes confidenciais usem os jornalistas para

veicular informações falsas. Todavia, por exigência legal, só poderão divulgar a fonte se os jornalistas envolvidos derem autorização por escrito (cf. art. 11 do *Estatuto do Jornalista*).

Adverte o Conselho Deontológico (1999) que “ao aceitar uma fonte confidencial, o jornalista tem de saber que se inverte o ónus da prova, quer perante o público, quer perante os tribunais”. Por outras palavras, “quando o jornalista não identifica a fonte de determinada informação é ele próprio que se ‘atravessa’ e dá o nome pela veracidade da dita informação”, escreve Jorge Wemans, primeiro provedor do leitor do *Público* (1999, pp. 30-1). Joaquim Fidalgo, que lhe sucedeu em 1999, prefere “aceitar o *mal menor* de alguma potencial desresponsabilização de fontes menos escrupulosas, a sacrificar o *bem maior* que é garantir, em todas as circunstâncias, que uma fonte confidencial não será traída na sua confiança pelo jornalista” (2000, p. 334). Afirma, sublinhando a responsabilidade do jornalista:

Se é verdadeiramente o responsável pela informação que difunde (...)

é, naturalmente, responsável pelos riscos que decide correr ao “ficar nas mãos” de uma só fonte, para mais confidencial (...). Se decide, apesar de tudo, confiar e publicar, então deve estar preparado para assumir todas as consequências – e nunca transferi-las para os ombros de terceiros (as fontes) (Fidalgo, 2000, p. 333).

Para Fidalgo (2000), o jornalista deve saber conviver com o risco de ser enganado, mas sobretudo prevenir-se. Fernando Martins (2006, p. 146), que inaugurou a provedoria no *Jornal de Notícias*, em 2000, defende que as fontes anónimas só se justificam se estiver em causa “o raro e particular interesse público” e se não houver outro processo de obter essa informação; pois entende que as “fontes anónimas são, normalmente, ultrapassadas com trabalho, com investigação jornalística. Que até tem a virtude de evitar os erros.”

Para o Conselho Deontológico (1999), o problema da necessidade da sua denúncia, em princípio, não se coloca, se forem cumpridas, com rigor, as regras de aceitação de uma fonte confidencial:

- a fonte correr um efetivo risco (pessoal, profissional ou familiar) se for identificada;
- a fonte suscitar ao jornalista uma “confiança indestrutível”;
- fornecer ao jornalista os meios factuais de prova do que vai ser publicado.

Estrela Serrano (2006, p. 116), provedora dos leitores do *Diário de Notícias* entre 2001 e 2004, adverte que “é preciso distinguir entre a verdadeira investigação jornalística e a pseudo-investigação que se limita a citar conversas, ou documentos, sem uma análise crítica da sua autenticidade e do seu valor.”

Conclusão

Apesar do código deontológico português prever a quebra do compromisso de confidencialidade no caso de a fonte ter usado o jornalista para canalizar informação falsa, a denúncia de fonte confidencial “jamais obterá consenso entre os jornalistas”, como afirma o Conselho Deontológico (2001). Este órgão do Sindicato dos Jornalistas mostra-se em sintonia com os provedores de leitores ao afirmar que as fontes devem ser protegidas

pelos jornalistas “contra todas as eventualidades”, e que tal é “essencial para uma informação livre ao serviço da cidadania”. No discurso de ambos os *media accountability* portugueses aqui auscultados, não se prevê um interesse público superior ao dever de proteção da fonte de informação, diferente do previsto no código alemão. Entende-se que a quebra desse compromisso ameaçaria severamente o próprio interesse público, na medida em que inibiria contratos futuros com as fontes, resultando num jornalismo menos capaz de satisfazer o direito à informação que constitui um princípio sagrado em democracia.

Ou seja, é consensual a proteção, mesmo em tribunal, de uma fonte que tenha respeitado o jornalista; não o é se a fonte lhe mentiu deliberadamente. Entende-se que a não proteção da fonte pode apresentar-se danosa não só para a fonte, como também para o jornalista, para a classe e o jornalismo, e para a sociedade como um todo, na medida em que o bom funcionamento da democracia passa pelo acesso dos cidadãos à informação essencial.

O jornalismo é uma profissão complexa e exigente que requer

maturidade moral. Pode mesmo, nos casos de proteção da fonte, exigir ao jornalista o estágio mais alto de desenvolvimento moral (E6) a que só uma pequena minoria dos humanos atinge.

A solução passa pela prevenção. O ensino da deontologia em jornalismo assume especial relevância, não se podendo ficar pelo mero encorajar da interiorização de um conjunto de normas. A discussão/debate racional de dilemas pode estimular um “raciocínio moral” avançado aos futuros profissionais, de forma a desenvolver neles a moral da convicção e da responsabilidade social que diferem da moral do interesse, das conveniências, das convenções e do conformismo ao dever para evitar a sanção/castigo.

O uso de fontes confidenciais deveria ser na prática o último recurso, depois de preenchido vários requisitos. Apesar de não haver uma relação significativa entre normas específicas e os três modelos de *media* definidos por Hallin e Mancini (à exceção de uma norma), e de haver uma variação dentro de cada um desses modelos, verifica-se uma maior tendência para a prevenção nos países MCD e ML em contraste com os países do MPP.

Em Portugal, ainda que o Conselho Deontológico recomende algumas regras de aceitação de uma fonte confidencial, seria útil que o Código as contemplasse.

Bibliografia

- AAVV (2005). *Público: Livro de estilo*, 2^a ed. Lisboa: Público Comunicação Social.
- Antheaume, A. (2016). As fontes anónimas devem ser banidas do jornalismo político? *European Journalism Observatory*. Retirado em janeiro de 2019 <http://pt.ejo.ch/ultimas/as-fontes-anonimas-devem-banidas-do-jornalismo-politico>.
- Bertrand, C. (2002). *A Deontologia dos Media*. Coimbra: MinervaCoimbra.
- Bourdieu, P. (1997). *Sobre a Televisão*. Oeiras: Celta Ed.
- Calame, B. (2005). Anonymity: Who deserves it? *The New York Times*. 20 de nov. Retirado em janeiro de 2019 de <https://www.nytimes.com/2005/11/20/opinion/anonymity-who-deserves-it.html>.
- Cavaco, S. (2013). Jornalismo: moral profissional em tempo de censura. *Revista de Estudos de Jornalismo*. 2. Retirado em janeiro de 2019 de http://www.revistaiej.sopcom.pt/ficheiros/20140130-revista_2.pdf.
- Chaparro, M. C. (2001). *Linguagem dos Conflitos*. Coimbra: MinervaCoimbra.
- Fengler, S., Eberwein, T., Mazzoleni, G., Porlezza, C., Russ-Mohl, S. (Eds.) (2014). *Journalists and Media Accountability: An international study of news people in the digital age*. New York, Peter Lang.
- Fidalgo, J. (2000). A Questão das fontes nos códigos deontológicos dos jornalistas. *Comunicação e Sociedade*, 14 (1-2), 319-337.
- Eberwein, T. et al. (2017). *The European Handbook of Media Accountability*. Routledge.
- Goree, K. (2000). Teaching moral development in journalism education. *Journal of Mass Media Ethics*, 15(2), 101-114.
- Kohlberg, K. (1985). A current statement on some theoretical issues. In S. Modgil & C. Modgil (Ed.), *L. Kohlberg: Consensus and controversy* (pp. 485-546). Philadelphia: The Falmer Press.
- Kohlberg, K. (1982). Estadios morales y moralización. El enfoque cognitivo-evolutivo. *Infancia y Aprendizaje*, 5(18), 33-51.

- Kohlberg, K. (1992). *Psicología del Desarrollo Moral*. Bilbao: Editorial Desclée de Brouwer.
- Kohlberg, L. et al. (1997). *La Educación Moral Según Lawrence Kohlberg*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Lourenço, O. (2002). *Psicologia de Desenvolvimento Moral*. Coimbra: Almedina, 2002.
- Hallin, D. C. & Mancini, P. (2004). *Comparing Media Systems: Three models of media and politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Martins, F. (2006). *A Geração da Ética: Três anos como provedor dos leitores do “Jornal de Notícias”*. Coimbra: MinervaCoimbra.
- Mascarenhas, O. (1998). A Ética e sua avaliação nas universidades. 3º Congresso dos jornalistas portugueses: *Conclusões, teses, documentos* (pp. 51-55). Lisboa: Comissão Executiva do III Congresso dos Jornalistas Portugueses.
- Mesquita, M. (1996). Os meios de comunicação social. In A. Reis (coord.) *Portugal 20 anos de democracia* (pp. 360-396). Lisboa: Temas e Debates.
- Mesquita, M. (1998). *O Jornalismo em análise: A coluna do provedor dos leitores*. Coimbra: MinervaCoimbra.
- Moutinho, N. et al. (2017). Portugal: Many Structures, Little Accountability. In T. Eberwein et al., *The european handbook of media accountability*. Oxon, New York: Routledge.
- Okrent, D. (2005). Briefers and leakers and the newspapers who enable them. *The New York Times*. Retirado em janeiro de 2019 de <https://www.nytimes.com/2005/05/08/opinion/the-public-editor-briefers-and-leakers-and-the-newspapers-who.html> e janeiro de 2019.
- Popper, K. (1992). *Em Busca de Um Mundo Melhor*. Lisboa: Fragmentos.
- Posetti, J. (2017). *Protecting Journalism Sources in the Digital Age*. Paris: UNESCO.
- Ribeiro, V. (2015). *Os Bastidores do Poder*. Coimbra: Almedina.
- Santos, R. (1997). *A Negociação Entre Jornalistas e Fontes*. Coimbra: MinervaCoimbra.
- Serrano, E. (2006). *Para Compreender o Jornalismo: O Diário de Notícias visto pela provedora dos leitores*. Coimbra: MinervaCoimbra.
- Traquina, N. (2002). *Jornalismo*. Lisboa: Quimera.
- Wemans, J. (1999). *O Público em Público: As colunas do provedor do leitor*. Coimbra: Minerva.
- Conselho Deontológico (8 de junho de 1999). Sobre o ponto 6 do Código Deontológico. Retirado em janeiro de 2019 de <http://www.jornalistas.eu/?n=111>.
- Conselho Deontológico (15 de janeiro de 2001). Em defesa da confidencialidade da fonte. Retirado em janeiro de 2019 de <https://jornalistas.eu/arquivo/?n=73>.

A imparcialidade nas notícias do governo federal brasileiro:

avaliando o jornalismo no espaço da política

Impartiality in the news from Brazil's federal government: evaluating journalism within the political sphere

Lorena Maria Caliman Fontes

lorecaliman@gmail.com.

Universidade Federal da Bahia

<https://orcid.org/0000-0001-9566-2397>

https://doi.org/10.14195/2183-6019_9_5

Resumo

O artigo enfoca o jornalismo praticado no âmbito da comunicação governamental no Brasil, especificamente o programa de rádio Voz do Brasil – Notícias do Poder Executivo. A partir da compreensão de McQuail (2012) a respeito dos parâmetros de atuação da mídia de massa, o trabalho avalia o critério da imparcialidade em 79 unidades noticiosas radiofônicas, utilizando técnicas da análise de conteúdo. No trabalho, a imparcialidade é compreendida a partir dos componentes de equilíbrio e neutralidade, avaliados através do acesso de fontes ao radiojornal e da classificação de asserções avaliativas. Apesar de ter como missão oficial levar informações de interesse público do governo federal aos cidadãos, o programa de rádio analisado atua reforçando uma imagem positiva para o governo e os governantes, reiterando vozes oficiais e colocando o cidadão como mero beneficiário dos serviços públicos. A prática profissional do jornalismo no contexto do veículo é problematizada a partir de suas relações com a empresa pública de comunicação brasileira (EBC) e a Secretaria Especial de Comunicação da Presidência da República (Secom).

Palavras-chave: Jornalismo; comunicação pública; Voz do Brasil; imparcialidade; regulação da mídia.

Abstract

This article focuses on the practice of journalism within government communication in Brazil, specifically the radio program Voz do Brasil - News from the Executive Branch. Based on McQuail's (2012) understanding of the parameters of mass media performance, this work analyzes the impartiality criterion in 79 radio news providers by means of content analysis techniques. Impartiality relates to the components of balance and neutrality evaluated via the access of sources to the news report and the rating of evaluative assertions. Although its official mission is bringing public interest information from the federal government to citizens, the radio program analyzed reinforces a positive image of the government and its leaders, reiterating official voices and relegating the citizen to a mere beneficiary of public services. The professional practice of journalism in the context of the vehicle is problematized in its relationship with the Brazilian public communication company (EBC) and the General Secretariat for the Communication of the Presidency (Secom).

Keywords: Journalism; public communication; Voz do Brasil; impartiality; media regulation.

¹ Lorena Caliman é jornalista e especialista em Comunicação Estratégica e Gestão de Marcas pela Faculdade de Comunicação (Facom) da Universidade Federal da Bahia (UFBA). Atualmente, é mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas na mesma universidade (Póscom/UFBA), em Salvador, Bahia. Seu mestrado foi financiado pela CAPES. É membro do grupo de pesquisa Núcleo de Estudos em Jornalismo (NJOR), sob coordenação da Prof^a. Dra. Lia Seixas, sua orientadora.

Introdução

Programa de rádio mais antigo do país, o noticiário Voz do Brasil informa, de segunda a sexta-feira, sobre os principais assuntos e atividades do governo federal (Poder Executivo) e dos Poderes Legislativo e Judiciário, às 19h. A parcela do programa dedicada às notícias do Poder Executivo tem duração de 25 minutos e é seguida pelas notícias dos demais Poderes¹, totalizando uma hora de duração. As notícias do Poder Executivo, foco de nosso trabalho, têm sua produção sob responsabilidade da Empresa Brasil de Comunicação (EBC)², porém, são formalmente um

“produto” da Secretaria Especial de Comunicação da Presidência da República, a Secom.

Apesar de vinculadas à comunicação pública, que tem, dentre seus valores, as noções de promoção da formação cidadã, defesa da democracia, mobilização social e interesse público (Caliman Fontes, 2019), as Notícias do Poder Executivo são produzidas por uma diretoria específica da EBC, chamada de Serviços e Negócios. Neste contexto, a empresa pública atua como prestadora de serviços para o governo federal (Borges & Weber, 2013; Moura, 2017). Nessa conformação, jornalistas, editores e demais colaboradores de produtos como a TV Nbr – televisão governamental – e a Voz do Brasil – atuam em projetos editoriais particulares, voltados especificamente para disseminação de informações de

interesse dos cidadãos³ sobre o governo.

Embora parta de discussão mais ampla, elaborada ao longo da Dissertação de Mestrado desta autora (Caliman Fontes, 2019), a investigação aqui apresentada busca avaliar, a partir da análise das notícias, a adequação do jornalismo praticado na Voz do Brasil a valores de atuação da mídia de massa. Como base, utiliza-se a discussão de McQuail (2012), que compreende a comunicação pública como “complexa rede de transações informais, expressivas e solidárias que ocorrem na ‘esfera pública’ ou no espaço público em qualquer sociedade” (McQuail 2012, p. 17). Este espaço, atualmente, seria formado por “canais e redes de comunicação de massa e ao tempo e espaço reservado na mídia para dar

1 As notícias dos Poderes Judiciário e Legislativo são de responsabilidade das próprias Casas, não tendo sua produção ligada à Empresa Brasil de Comunicação (EBC), responsável apenas, no caso da Voz do Brasil, pelas Notícias do Poder Executivo.

2 A EBC é uma empresa pública que foi criada em 2008 após discussões ocorridas em 2007 durante o Fórum Nacional de TVs públicas. A intenção formal com sua criação foi a de regulamentar a complementaridade, prevista na Constituição Brasileira de 1988 (artigo 223), entre os sistemas privado, estatal e público de radiodifusão. A lei 11.652/2008, que criou a EBC, foi responsável por instituir o sistema público de radiodifusão brasileiro e criar uma Rede Nacional de Radiodifusão Pública. Apesar disso, a discussão sobre o caráter público

da EBC é atual. Para Bucci (2012; 2016), a EBC não pode ser caracterizada formalmente como pública, mas estatal, devido a sua vinculação jurídica com o governo federal. Sobre a criação da EBC e suas implicações no cenário das políticas de comunicação brasileiras, ver Miola (2012).

3 Conforme o site da Secom, na aba Canais/Voz do Brasil: “O programa de rádio A Voz do Brasil está no ar há mais de 70 anos. O objetivo é levar informação aos cidadãos dos mais distantes pontos do País. O programa tem uma hora de duração. Os primeiros 25 minutos são produzidos pela Empresa Brasil de Comunicação (EBC) e *levam aos cidadãos as notícias, de seu interesse, sobre o Poder Executivo federal*” (grifos nossos). Disponível em: <http://www.secom.gov.br/atuacao/canais/voz-do-brasil>. Acesso em 03 de novembro de 2018.

atenção a assuntos de interesse geral, cuja comunicação aberta e livre seja relevante e válida”.

Dentre os parâmetros de atuação assumidos pelo autor como norteadores da comunicação de interesse público, destacam-se três: a liberdade, a ordem/solidariedade e a justiça/igualdade. Esses, entendidos como pertencentes à sociedade ocidental contemporânea⁴, emanariam em outros: a liberdade seria composta por independência, acesso, diversidade e objetividade; a igualdade, pelo acesso, diversidade, objetividade e solidariedade; e a ordem pelos valores de solidariedade, controle social e cultura simbólica. Para os propósitos desta pesquisa, é dentro da noção de

objetividade que se encontra o ponto chave para a avaliação proposta.

Voz do Brasil, interesse público e projeto editorial

A noção de interesse público é entendida aqui a partir de contribuições como a de Gomes (2009), para quem as informações de interesse público são as que auxiliam o cidadão na tomada de decisões e atitudes em relação à esfera política. De maneira complementar, empregamos a visão de McQuail (2012), que sugere o uso da expressão como na noção de “interesse comum” ou “pragmático” (Downs, 1962), onde interesses conjuntos derivam de discussões e deliberações políticas traduzidas a partir dos valores comunicacionais citados acima.

No manual de jornalismo da EBC, empresa pública de radiodifusão responsável pela produção da Voz do Brasil, o interesse público surge enquanto princípio norteador: «O jornalista da EBC colhe informação tendo o interesse público como motivo e em nenhuma hipótese pode ser contaminado por ambições de outra natureza» (Empresa Brasil de Comunicação, 2013, p. 71).

Contudo, de acordo com informações obtidas via Lei de Acesso à Informação (Gerente Executivo de Serviços da EBC, 2018) a equipe da Voz do Brasil atende a projeto editorial próprio e se diferencia da EBC, na medida em que o seu Manual de Jornalismo

rege os veículos do sistema público de comunicação, composto pela Agência Brasil, TV Brasil e rádios Nacional e MEC. A Voz do Brasil é um programa cujo plano editorial é definido pela Secretaria Especial de Comunicação Social da Presidência da República (Secom), para a qual a EBC, (*sic*) presta serviços de comunicação (Gerente Executivo de Serviços da EBC, 2018, s/p).

Apesar de serem parte do quadro da EBC, os repórteres, editores e pauteiros que ali trabalham seguem parâmetros estabelecidos pelo “cliente” – no caso, a Secom. Também conforme informação vertida na Lei de Acesso à Informação (LAI), os jornalistas da Voz do Brasil devem “contextualizar os fatos em notas explicativas que troquem em miúdos a informação para

⁴ Entendemos que, enquanto proposta abrangente para atuação da mídia, a ideia de três grandes valores para a sociedade ocidental contemporânea pode parecer redutora. Apesar de reconhecermos as possíveis limitações ao acolhermos tal visão em nosso trabalho, destacamos o trabalho detalhista e enciclopédico de McQuail (2012) ao avaliar diversas legislações e regulamentações da comunicação em âmbito internacional. Ao comparar e comentar diversas regulamentações internacionalmente, o autor sugere os valores da liberdade, ordem e igualdade como capazes de traduzir, em âmbito internacional, as principais preocupações relacionadas à comunicação de interesse público.

que o ouvinte possa incorporá-la a seu vocabulário ativo e para que ele possa agir a partir do que ficou sabendo” (Gerente Executiva de Serviços da EBC, 2019). Os cinco pontos balizadores das notícias da Voz do Brasil foram elencados da seguinte maneira:

- 1 – O protagonista não é a autoridade, mas o cidadão. No texto da notícia, logo no lead, quem pratica a ação deve ser o cidadão. A reportagem na **Voz do Brasil** precisa inverter o paradigma tradicional da comunicação de governo e enfocar o assunto e o seu *impacto para o cidadão*;
- 2 – Deve-se indagar a notícia. O que o tema tem a ver com cada brasileiro? Por isso, mais importante que listar a velha fórmula do “o quê, quando, onde, como e por que”, é explicar o quê isso vai mudar na vida do cidadão. Se não for mudar, ou se for mudar só daqui a dez meses, repense a importância da notícia;
- 3 – Ser didático e traduzir os jargões em palavras que façam sentido para o ouvinte. Falar em “salário”

é melhor que dizer “remuneração”. Ser cuidadoso com expressões abstratas e pensar em soluções com substantivos concretos;

- 4 – O tom dialogado é melhor que o texto lido. Este recurso tem maior capacidade de aproximar o ouvinte dos *produtores da notícia*. O tom de uma reportagem, para ser bem entendida, precisa assumir um tom próximo do diálogo, no limite de uma conversa informal;
- 5 – Por fim, cuidado com números. Pesquisas apontam que a maioria do público de rádio não apreende as estatísticas com base exclusivamente em porcentagens. É preciso sempre ter muito cuidado com números para que eles sejam capazes de representar a mensagem principal. É bom usar comparações. (Gerente Executiva de Serviços da EBC, 2019, p. s/p, negrito no original, grifos nossos)

O foco das chamadas diretrizes editoriais do programa radiofônico recai sobre o modo de produção da notícia, mas não se detém sobre os princípios deontológicos que regem a atividade dos jornalistas de sua

redação. Parece-nos que, ao negar a vinculação dos quadros da Voz do Brasil ao Manual de Jornalismo da EBC, e ao oferecer como alternativa um “projeto editorial” com breves pontos balizadores para a produção noticiosa, há uma falta de definição sobre princípios profissionais mais amplos, abrindo-se espaço para o questionamento sobre até que ponto existe uma reflexão mais apurada sobre a prática profissional. Pesquisas anteriores, inclusive, discutem a diferenciação entre o jornalismo tradicional e o jornalismo praticado no âmbito dos três Poderes (Sant’Anna, 2005; Weber & Coelho, 2011). As noções de jornalismo institucional e de mídia das fontes problematizam aspectos da rotina dos jornalistas que trabalham entre o campo do jornalismo e da política, ou de empresas, além de aspectos inerentes ao resultado material dessas atividades. Weber e Coelho (2011) defendem, por exemplo, que o jornalismo nos Poderes é estratégico: o contraditório é ausente; a objetividade é discursiva, na forma de construção narrativa, mas não se vê implicada em questões como pluralidade e presença de críticas ao poder.

Imparcialidade

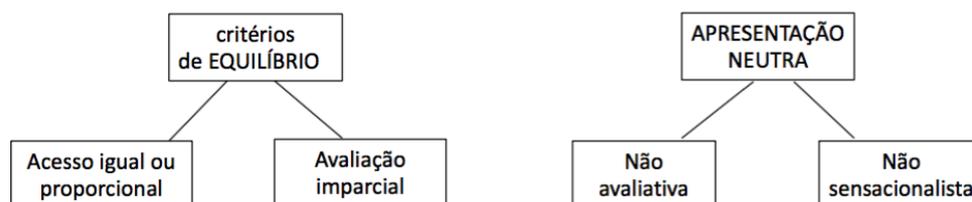


Figura 1. Aspectos

avaliativos da
objetividade: a
imparcialidade

Fonte: McQuail (2012)

Diante das especificidades e da falta de parâmetros deontológicos claros para essa produção noticiosa, propomo-nos a analisar em que medida os aspectos avaliativos da objetividade (McQuail, 2012), traduzidos como imparcialidade, são trazidos à tona nas notícias da Voz do Brasil. Neste trabalho, a imparcialidade é vista como composta pelos valores de equilíbrio e a neutralidade, conforme se ilustra na figura 1. A visão apresentada por McQuail (2012) deriva do trabalho de Westerstahl (1983), que debate a objetividade a partir de critérios regulatórios do Swedish Broadcasting Corporation e outras regulações internacionais. O foco do autor não é uma discussão filosófica, mas pautada no que chama de padrões e exigências sociais.

Outros autores, como Sponholz (2003) já questionaram as relações entre objetividade e imparcialidade. Para aquela autora, a imparcialidade não garante a objetividade, vista como busca por uma aproximação com a realidade objetiva. Contudo, a própria estudiosa cita estudo que considera a imparcialidade como maneira mais viável para analisar a objetividade jornalística:

O princípio da imparcialidade não foi desde o começo um ideal, mas sim claramente um meio para um fim. Além disso, o conceito de imparcialidade comprova ser essencialmente mais concreto e conduz menos a equívocos do que o de objetividade. As exigências de ambos princípios também podem ser compreendidas de maneira mais concreta e visível como dimensões da imparcialidade do que no quadro que a problemática da objetividade tem oferecido até agora. Por causa disso, aqui deve ser feita a proposta de – no interesse de um esclarecimento dessa norma profissional do jornalismo, como também da sua visibilidade e sua praticabilidade – substituir o conceito de objetividade de uma perspectiva da teoria do conhecimento (que conduz a erros) pela imparcialidade. (Schönhausen, 1998, p. 261 apud Sponholz, 2003, p. 117)

Sem o ensejo de esgotar a discussão sobre as relações entre imparcialidade e objetividade, mas ancorados, neste estudo, na proposta de McQuail

(2012), nos propomos a avaliar a imparcialidade no jornalismo na esfera da comunicação governamental a partir das pistas provocadas pelo diagrama apresentado abaixo.

Importa destacar que a proposta de McQuail (2012) também não considera a imparcialidade como única formadora da objetividade jornalística – esta, para o autor, inclui as noções de veracidade, relevância e informatividade numa dimensão cognitiva. A junção entre as dimensões cognitiva e avaliativa formaria, para McQuail, a visão mais ampla da objetividade. Neste trabalho, entendemos que a imparcialidade é critério desafiador para a comunicação jornalística produzida próxima às estruturas de Poder governamental. Como veremos adiante, o equilíbrio e a neutralidade são critérios que, quando expostos à avaliação, podem ensejar inferências interessantes sobre o jornalismo relacionado à comunicação de governo.

Metodologia

A partir da compreensão brevemente apresentada, analisamos os chamados critérios avaliativos da

objetividade na Voz do Brasil em dois períodos distintos. Foram analisadas 20 edições do programa radiofônico, sendo quatro semanas construídas (Herscovitz, 2007) a partir de momentos distintos de produção do radiojornal: o governo de Dilma Rousseff (PT) – em edições de janeiro/fevereiro de 2015 e abril/maio de 2016, antes do *impeachment* da presidente -; e o governo de Michel Temer (MDB) – após início do governo definitivo em setembro de 2016 e no final dele, em novembro/dezembro de 2018, totalizando um número de 79 unidades noticiosas. Foram avaliadas as matérias de destaque das edições em sua integralidade, incluindo também as chamadas dos apresentadores. As edições constam de segunda a sexta-feira, dias em que o programa é veiculado através da Rede Nacional de Rádio e pela internet.

As avaliações foram feitas a partir de ferramentas da análise de conteúdo (Bardin, 2016; Herscovitz, 2007). O equilíbrio, entendido a partir da noção de “acesso igual ou proporcional”, foi analisado a partir da análise e categorização de fontes (Guerra, 2007), classificadas por natureza e

*Na Voz do Brasil
existe uma
prelidadeção em
produzir avaliações
favoráveis aos
assuntos do governo
e com nenhum
tipo de crítica*

por circunstância. A avaliação de neutralidade fez-se a partir da técnica de análise de asserção avaliativa ou análise de avaliação (Bardin, 2016), sugerida inclusive por McQuail (2012) para o tipo de análise pretendida.

No que diz respeito à categorização de fontes, Guerra indica as seguintes classificações:

A) Quanto à Natureza

- 1) Oficial: autoridade governamental ou de qualquer órgão público. Subdivide-se em:
 - 1.1 Oficial por representação, quando exerce cargo político ou de direção/coordenação;
 - 1.2 Oficial de carreira: quando exerce função típica de estado, mediante concurso ou por mérito.
- 2) Representativa: exerce funções de representação em empresas ou organizações da sociedade civil.
- 3)⁵ Associativa: quando integrante de grupo, organizado ou não, que

5 No relatório original de Guerra (2007), há um pequeno erro na numeração das fontes, de forma que a lista salta de 2 (representativa) para 4 (associativa), sem haver um número 3. Aqui, a numeração aparece diferente uma vez que a contagem foi corrigida para corresponder à correta.

fala como membro do grupo mas sem a autoridade de representação seja porque não exerce funções de direção seja porque o grupo não é organizado.

- 4) Técnica: tem domínio técnico científico sobre o assunto objeto da matéria, e esse saber constitui a razão principal pela qual foi chamada a falar.
- 5) Pessoal: quando a fonte fala apenas por si mesmo.
- 6) Documental: fonte escrita/digital que forneça informações para a matéria e que seja reconhecidamente autêntica (o que não significa, necessariamente, que seja legal).

B) Quanto à Circunstância

- 1) Promotora: quando age diretamente para a ocorrência do fato.
- 2) Provocada: quando sofre as consequências diretas da ação geradora do fato.
- 3) Implicada: terceiros que se vêem de alguma forma envolvidos no fato, sem serem os promotores nem os provocados diretos.
- 4) Autorizada: quando o fato pertence à esfera de competência da qual a fonte é a responsável.

5) Testemunhal: fala apenas para ilustrar, contar ou explicar algum aspecto relacionado ao fato, sem que tenha envolvimento direto algum.

- 6) Classificação Exclusiva para fonte Documental:
 - 6.1 (E) Estatística;
 - 6.2 (L) Princípios, normas e leis;
 - 6.3 (P) Política (Guerra, 2007, p. 79-80).

Optamos por analisar as fontes com citação direta (sonoras, para o radiojornalismo). A presença das vozes das próprias fontes, em nosso entendimento, reforça e refina a avaliação do acesso dessas fontes ao radiojornal.

No que diz respeito à análise de neutralidade, a análise de asserção avaliativa, utilizada para tal, tem diversas aplicações, cujo intuito é identificar a carga avaliativa de uma mensagem ou as atitudes do locutor com relação aos objetos de que fala. A técnica tradicional consiste em avaliar intensidade e direção da avaliação. Utilizamos uma versão simplificada para avaliar a direção da avaliação, medindo, através da

análise de unidades significativas de contexto, posições favoráveis, desfavoráveis ou neutras aos chamados objetos de atitude identificados. Os objetos de atitude geralmente se ligam a conectores verbais e ao material avaliativo em questão. É importante destacar que o material avaliativo nem sempre será constituído de adjetivos ou advérbios, como pode também estar implícito em formações verbais ou outras expressões significativas.

Categorizamos as avaliações como aqueles conjuntos de asserções que continham juízo de valor, seja quanto ao “conjunto de qualidades” (Bardin, 2016, p. 212) – aquilo que o objeto é, os seus atributos ou qualificações; ou quanto ao “conjunto de performance”, “o que o objeto faz, ou seja, as suas ações”. Não foram consideradas avaliativas as asserções que continham juízos seguidos de dados, os justificando. Por exemplo, se o texto do repórter se dirige a uma variação no grau de desemprego no país como “positiva”, seguida de números que comprovem a qualificação, essa afirmação não é levada em consideração na análise.

Quadro 1. Fontes no período de governo
Dilma Rousseff (2015-2016)

Fonte: Elaboração própria

Fontes Quanto à Natureza			Fontes Quanto à Circunstância		
Oficial	47	71%	Promotora	24	37%
Pessoal	11	17%	Implicada	13	20%
Representativa	5	7,5%	Autorizada	12	18%
Técnica	2	3%	Testemunhal/provocada	6	9%
Associativa	1	1,5%	Testemunhal	6	9%
Documental	0	0%	Provocada	5	7%
Total:	66	100%	Total:	66	100%

Quadro 2. Fontes no período de governo
Michel Temer (2016 a 2018)

Fonte: Elaboração própria

Fontes Quanto à Natureza			Fontes Quanto à Circunstância		
Oficial	51	64%	Autorizada	31	39%
Pessoal	20	25%	Promotora	28	35%
Técnica	6	7,5%	Testemunhal	11	14%
Representativa	3	3,5%	Testemunhal/provocada	7	9%
Associativa	0	0%	Implicada	2	2%
Documental	0	0%	Provocada	1	1%
Total:	80	100%	Total:	80	100%

Resultados

Análise de vozes: o equilíbrio na Voz do Brasil

Foram contabilizadas 66 fontes com citação direta no período de governo de Dilma e 80 no período do governo de Temer. Do ponto de vista da natureza, os principais resultados foram similares, com destaque para as fontes oficiais (71% e 64%, respectivamente) seguidas das fontes pessoais (17% e 25%). A análise dos períodos reforça a percepção de que as fontes oficiais ganham grande destaque no acesso ao radiojornal estatal, o que confirma a dependência do produto em relação a essas fontes.

O destaque das vozes pessoais em segundo lugar em ambos os períodos é digno de nota, na medida em que suscita a questão sobre se tal representação é uma abertura ao debate público defendido nos estudos sobre comunicação pública e jornalismo. Contudo, a presença das fontes pessoais esteve quase sempre ligada, do ponto de vista da circunstância, às fontes testemunhais ou testemunhais/provocadas⁶, o que demonstra uma limitação do programa radiofônico em

incluir o cidadão como debatedor dos assuntos tratados.

Verificamos, portanto, que o cidadão enquanto fonte pessoal não foi incluído como parte do debate público. Nas poucas vezes em que houve debate, ele entrou na voz de fontes representativas ou associativas, inclusive no momento de análise que englobou o mês anterior ao afastamento da presidente Dilma Rousseff. É importante observar que a presença das fontes representativas e associativas apareceram, em sua totalidade, defendendo um único ponto de vista – a versão oficial. A própria presença maior de fontes representativas no primeiro período está relacionada à construção de discursos voltados à

6 Houve apenas duas ocorrências de fontes pessoais como implicadas, no segundo momento do governo Michel Temer. A reportagem abordava moradores argentinos que teriam sua rotina modificada por conta da realização da cúpula do G-20 em Buenos Aires.

Fontes Quanto à Natureza			Fontes Quanto à Circunstância		
Oficial	98	67%	Promotora	52	36%
Pessoal	31	21%	Autorizada	43	29%
Técnica	8	5,5%	Testemunhal	17	12%
Representativa	8	5,5%	Implicada	15	10%
Associativa	1	1% (aprox..)	Testemunhal/provocada	13	9%
Documental	0	0%	Provocada	6	4%
Total:	146	100%	Total:	146	100%

Quadro 3. Resumo do período total de análise das fontes (equilíbrio)

Fonte: Elaboração própria

defesa da figura governamental da época.

No que tange às fontes técnicas, que aumentaram de quantidade no segundo período de análise, fica patente uma tímida tentativa de incluir fontes não ligadas diretamente às atividades do governo federal no noticiário nesse período analisado.

Na comparação entre as fontes classificadas por circunstância, observamos que apesar de terem aparecido em ordens diferentes nos dois períodos, as fontes promotoras tiveram uma porcentagem similar nos dois casos (37% e 35%). As fontes autorizadas ganharam maior destaque no segundo período, em pautas ligadas a regulamentações, políticas públicas e cidadania. Esse resultado também pode ser interpretado como reflexo da mudança do formato do radiojornal, ocorrido em outubro de 2016. Conforme divulgação da Agência Brasil⁷, o programa passaria a ser mais “interativo e próximo do cidadão” (Brandão, 2016). Os achados relativos às fontes promotoras revelam também a estreita

correlação dessas com as fontes oficiais: 51% e 55% das fontes oficiais foram também promotoras, respectivamente, no primeiro e no segundo período analisados.

O número mais alto de fontes implicadas no primeiro período de análise teve relação com as reportagens e notas que discutiam o impedimento da presidente Dilma Rousseff. O aumento no número desse tipo de fonte não significa, contudo, que houve um maior equilíbrio quanto ao acesso das fontes, mas justamente o reforço de uma característica criticada nos estudos sobre comunicação governamental: a de sustentar a imagem pública do governante. Dentre as fontes implicadas encontradas no período, tiveram destaque vozes oficiais que apoiavam e defendiam o mandato da presidente – deputados e governadores do mesmo partido, ministros do governo – enquanto não foram trazidas vozes com opinião contrária, que representassem a oposição no plano político.

É interessante observar, no quadro acima, como a distribuição dos tipos de fonte é mais igualitária quando considerada a circunstância. Naturalmente, isso demonstra a importância de

diferenciar os dois tipos de classificação – por natureza e por circunstância – e como elas se complementam para uma análise do equilíbrio. Percebe-se, ao visualizar os dados dos dois períodos, a forte predominância das fontes oficiais, que estiveram quase sempre relacionadas com as circunstâncias de promotoras e autorizadas.

Os achados coadunam com o que Wahl-Jorgensen et al. (2017) lembram ao citar estudos de fontes no noticiário. Citando Gans (1979), os autores ressaltam a comum predominância das fontes “conhecidas” em relação às fontes “desconhecidas”.

Because journalists overwhelmingly rely on the voices of elites (e.g. Manning, 2001), they have a disproportionate influence on the media agenda (Reese, 1990), acting as the ‘primary definers’ who set the framework of interpretation against which all subsequent voices are forced to insert themselves (Hall et al., 1973). By contrast, ordinary people who appear in the news are constructed primarily as passive consumers, reacting to the agendas

⁷ Agência pública de notícias, que faz parte da EBC.

Quadro 4. Quantificação de avaliações por categoria de objeto de atitude (período Dilma)

Fonte: Elaboração própria

Categorias	Avaliações		
	Favorável	Neutra	Desfavorável
PG – programas governamentais	8	0	0
SC – serviços do governo ao cidadão	7	1	0
GF – governo federal	6	0	0
RE – previsões e expectativas	4	3	0
BR – Brasil para relações exteriores	3	0	0
CA – campanhas	1	0	0
PP – resultados de políticas e projetos	1	0	0
SE – serviços não ligados ao governo	2	0	0
PA – parcerias do governo	3	2	0
CG – características do governo	0	0	0
CR – crises, impeachment	1	0	10
OP – opositores políticos	0	0	5
AP – apoiadores dos governantes	1	0	0
GV – pessoas do governo	3	0	0
PF – pessoas de fora do governo	0	0	0
EC – questões econômicas	1	0	0
PE – performance do Estado	3	1	0
EX – relações exteriores (sem Brasil)	1	0	0
NE – números e dados não governamentais	0	0	0
PO – órgãos de outros Poderes	0	0	0
Total por avaliação	45	7	15
Total	67 expressões avaliativas		

set by these elites (Lewis et al., 2005). This means that journalism reproduces the power structure of the society (e.g. Berkowitz, 2009: 109; Carlson and Franklin, 2011: 1). (Wahl-Jorgensen et al., 2017, p. 5-6)

Análises avaliativas: a neutralidade na Voz do Brasil

Os diversos objetos de atitude encontrados ao longo da análise foram classificados em 20 categorias, geradas a partir do próprio conteúdo analisado. Por conta da limitação de

espaço, a tabela com a categorização dos objetos de atitude foi suprimida neste artigo, mas as categorias são apresentadas resumidamente, ao lado das siglas, à medida que aparecem nas tabelas apresentadas a seguir com os resultados das análises avaliativas.

Categorias	Avaliações		
	Favorável	Neutra	Desfavorável
PG – programas governamentais	10	4	0
RE – previsões e expectativas	9	2	0
PA – parcerias do governo	7	0	0
GF – governo federal	6	1	0
BR – Brasil em relações exteriores	6	0	0
SC – serviços do governo ao cidadão	6	0	0
PE – performance do Estado	5	1	0
NE – números e dados não governamentais	3	0	1
PP – resultados de políticas e projetos	2	1	0
CG – características do governo	2	0	0
CA – campanhas	1	0	0
SE – serviços não ligados ao governo	1	1	0
AP – apoiadores dos governantes	1	0	0
GV – pessoas do governo	0	1	0
PF – pessoas de fora do governo	1	0	0
CR – crises, impeachment	0	0	1
PO – órgãos de outros Poderes	1	0	0
OP – opositores políticos	0	0	0
EC – questões econômicas	0	0	0
EX – relações exteriores (sem Brasil)	0	0	0
Total por avaliação	61	11	2
Total	74 expressões avaliativas		

Quadro 5. – Quantificação de avaliações por categoria de objeto de atitude (período Temer)

Fonte: Elaboração própria

O primeiro período de análise somou 67 expressões avaliativas, 45 (67%) delas favoráveis, 7 (10%) neutras e 15 (22%) desfavoráveis. As categorias com maior destaque nas avaliações favoráveis estiveram ligadas ao governo, como as categorias

de programas governamentais (18%), serviços do governo aos cidadãos (15,5%), o próprio governo federal (13,5%) e previsões e expectativas de realizações relacionadas à esfera governamental. Da mesma forma, as avaliações neutras também tiveram

como destaque os assuntos ligados à esfera política do governo federal. Por sua vez, as avaliações desfavoráveis recaíram sobre as categorias de crises/impeachment (66,5%) e às vezes de oposição política (33,5%). Esses resultados demonstram, portanto, uma

predileção do radiojornal em produzir avaliações favoráveis aos objetos governamentais e nenhum tipo de crítica a ele. As críticas ficam reservadas exclusivamente a assuntos que se opõem, criticam ou ameaçam a boa imagem do governo e de seus representantes.

Abaixo, reproduzimos o quadro de resultados referente ao período de governo Michel Temer.

O segundo período de análise trouxe um número maior de avaliações, 74, com aumento considerável no percentual de avaliações favoráveis: 61 (82,3%). As avaliações neutras tiveram um aumento de 10%, no período Dilma, para 15% no período Temer (11 expressões avaliativas). Já as avaliações desfavoráveis caíram para apenas 2,7% (2 avaliações). O contexto político diverso teve grande impacto nesse número: enquanto, no período de governo Dilma havia um forte ambiente de crise entre governo federal e Congresso (Poder Legislativo), o período de governo de Michel Temer foi marcado por uma boa relação entre esses Poderes. De forma que apenas duas expressões avaliativas desfavoráveis foram encontradas; uma

O debate público e a mobilização social não são valores encontrados no programa Voz do Brasil

delas dizendo respeito a um contexto de crise e a outra, dizendo respeito a números não governamentais.

A alteração no percentual de avaliações desfavoráveis numa comparação entre dois momentos de governo demonstra a ligação profunda do programa radiojornalísticos com o governo federal: no momento de crise, há críticas e avaliações desfavoráveis a objetos de atitude que representam oposição; no momento mais ameno, não se vê o mesmo comportamento. Porém, a continuidade na manutenção da produção de avaliações favoráveis se vê nos dois momentos, com 67% e 82,3% de avaliações favoráveis, como vimos, a objetos de atitude ligados ao governo. Assim como no período Dilma, no governo de Temer as avaliações favoráveis também estiveram ligadas principalmente a objetos de atitude como programas governamentais (16,3%), previsões e expectativas governamentais (14,7%), parcerias do governo (11,4%), governo federal, Brasil e serviços do governo (10% cada), para citar os destaques. O padrão quanto às avaliações neutras permaneceu entre os dois períodos, também trazendo em primeiro plano

avaliações voltadas a programas, previsões, serviços, performance, políticas e pessoas do governo federal. Contudo, observou-se um crescimento na utilização de atos verbais conjecturais (Seixas, 2000) para as avaliações nesse segundo período, o que fez com que houvesse crescimento na porcentagem de avaliações consideradas neutras.

A soma das avaliações nos dois períodos totalizou 141 expressões avaliativas. Tomando os resultados em sua totalidade, foram 76% de expressões favoráveis, 12% de avaliações neutras e 12% de avaliações desfavoráveis no total, reforçando a tendência do produto analisado em reforçar avaliações favoráveis no material produzido, com foco em avaliações voltadas aos próprios temas do governo que é o grande ator em foco no noticiário.

Conclusões

Este artigo trouxe um resumo dos resultados de uma avaliação de imparcialidade na Voz do Brasil – Notícias do Poder Executivo, conforme proposta teórica de McQuail (2012). Com ferramentas da análise de conteúdo, a pesquisa analisou 79 unidades noticiosas radiofônicas, além

de chamadas de apresentadores, e avaliou o material a partir da categorização de fontes com citações diretas e da análise de asserção avaliativa. Os resultados demonstraram foco do programa na manutenção do destaque dado às vozes oficiais, primordialmente enquanto promotoras dos próprios assuntos abordados; e também como autorizadas, principalmente no segundo período de análise. A tentativa de trazer as fontes oficiais como autorizadas, no momento mais recente, demonstra a busca do produto por um discurso mais técnico; tal resultado é reforçado pelo aumento na quantidade de fontes técnicas e de fontes pessoais no segundo período de análise (governo Michel Temer). Apesar de ser trazido como fonte ao longo das notas e reportagens analisadas, o cidadão não é visto como parte do debate público, mas como mera testemunha dos fatos e acontecimentos. O debate público e a mobilização social são, no entendimento deste trabalho, cruciais para o jornalismo e para a comunicação pública. Contudo, não são valores encontrados no discurso do programa Voz do Brasil – Notícias do Poder Executivo.

O programa de rádio Voz do Brasil é o mais antigo em emissão no país, existente desde 1935. Com o passar dos anos, a percepção pública de que o programa trazia apenas notícias “favoráveis” ao governo tornou-se senso comum. Nosso trabalho verificou que essa tendência permanece presente no discurso jornalístico do programa, que, apesar de ser focado em fatos e notícias sobre o governo (conforme projeto editorial), emite avaliações, sobretudo favoráveis (76%), voltadas principalmente a assuntos que dizem respeito ao próprio governo. O jornalismo prevê a separação entre fatos e opiniões, porém, num produto voltado apenas a fatos e sem colunas de opinião, foram encontradas 141 expressões avaliativas. Dessas, 12% foram neutras em todo o período, e outros 12% foram de avaliações desfavoráveis a objetos de atitude que, por sua vez, não diziam respeito ao governo e seus representantes.

É importante salientar que os julgamentos encontrados nas análises avaliativas foram, em 41% das vezes, feitos diretamente pelos repórteres, sem recorrer ao uso “judicioso” das aspas (Tuchman, 2016). Contudo,

outros 59% das avaliações decorreram de discurso indireto, que reproduziu, sobretudo, as opiniões das mesmas vozes oficiais, promotoras e autorizadas que surgiram em destaque nas análises de equilíbrio.

As análises realizadas demonstram, em suma, uma persistente dificuldade ou relutância do produto radiojornalístico em variar o acesso das fontes ao radiojornal. Fontes pessoais não surgem como protagonistas, apesar do previsto no projeto editorial. Por outro lado, o conteúdo também não é esvaziado de julgamentos, ou ao menos próximo da neutralidade em suas avaliações. Por fim, assinalamos a atual importância de discutir a atividade jornalística na conjunção com a esfera política e suas implicações para a produção noticiosa.

Referências bibliográficas

- Bardin, L. (2016). *Análise de Conteúdo (Edição revista e actualizada)*. Lisboa: Edições 70.
- Borges, T. G. F., & Weber, M. H. (2013). O noticiário na tv nbr entre o público e o governamental. *V Congresso da Compolítica*. Curitiba: PR.
- Brandão, M. (31 de outubro de 2016). A Voz do Brasil estreia hoje em novo formato. *Agência Brasil*. Retirado em 12 de junho de 2019 em <http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2016-10/voz-do-brasil-estrela-hoje-em-novo-formato>
- Caliman Fontes, L. M. (2019). *Imparcialidade na Comunicação Governamental: avaliação das notícias do Poder Executivo da Voz do Brasil em dois governos. 191f*. (Dissertação Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporâneas). Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador.
- Empresa Brasil de Comunicação (2013). *Somente a Verdade – Manual de Jornalismo da EBC*. Brasília: EBC.
- Downs, A. (1962). The public interest: Its meaning in a democracy. *Social Research*, 29(1), 1-36.
- Gerente Executivo de Serviços da EBC (2018). Consulta de Pedido. Retrieved January 28, 2018, from <https://esic.cgu.gov.br/sistema/Pedido/DetallePedido.aspx?id=qQ8R1WH6vJU=>
- Gerente Executiva de Serviços da EBC (2019). Consulta de Pedido. Retrieved March 14, 2019, from <https://esic.cgu.gov.br/sistema/Pedido/DetallePedido.aspx?id=2VYoiHXFZ90=>
- Gans, H. J. (1979). *Deciding What's News: A Study of CBS Evening News, NBS Nightly News, Newsweek and Time*. (D. A. G. Editor, Ed.) (25th Anniv). Evanston, Illinois: Northwestern University Press, Medill School of

- Journalism - Visions of the American Press.
- Gomes, W. (2009). Jornalismo e interesse público. *Jornalismo, Fatos e Interesses: Ensaios de teoria do jornalismo*. Florianópolis: Insular.
- Guerra, J. L. (2007). *Análise da Influência e de Resultados da Aplicação de Diferentes Técnicas Cognitivas de Produção Jornalística Monitorada na Cobertura do Tema “Violência – Geral e no universo infanto-juvenil”*. Universidade Federal de Sergipe: São Cristóvão.
- Herscovitz, H. G. (2007). Análise de conteúdo em jornalismo. In C. Lago & M. Benetti (orgs). (Eds.), *Metodologia de Pesquisa em Jornalismo* (Vol. 2, pp. 123-142). Petrópolis: Vozes.
- McQuail, D. (2012). *Atuação da Mídia: comunicação de massa e interesse público*. Porto Alegre: Penso Editora.
- Miola, E. (2012). *Sistema Deliberativo e Tensões entre Interesses Públicos e Privados: A criação da Empresa Brasil de Comunicação em debate no Congresso e na Imprensa. 294f*. Tese (Doutorado em Comunicação Social). Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas. Universidade Federal de Minas Gerais: Belo Horizonte.
- Moura, D. A. de. (2017). *A Comunicação Pública no Rádio e a Cobertura do impeachment de Dilma Rousseff: Um estudo de caso sobre A Voz do Brasil*. Universidade Federal do Rio Grande do Norte.
- Sant’Anna, F. (2005). *Mídia das Fontes: O difusor do jornalismo corporativo*. Casa das Musas Brasília.
- Seixas, L. (2000). *Os Atos Verbais Jornalísticos. Um Estudo dos “fazeres” jornalísticos por editorias de política*. (Dissertação de Mestrado, Universidade Federal da Bahia).
- Sponholz, L. (2003). Objetividade em Jornalismo: uma perspectiva da teoria do conhecimento. *Revista FAMECOS*, (21), 110–120.
- Tuchman, G. (2016). A objetividade como ritual estratégico. In N. Traquina (Org.), *Jornalismo: Questões, teorias e “estórias”*. Florianópolis: Insular.
- Wahl-Jorgensen, K., Berry, M., Garcia-Blanco, I., Bennett, L., & Cable, J. (2017). Rethinking balance and impartiality in journalism? How the BBC attempted and failed to change the paradigm. *Journalism*, 18(7), 781–800.
- Weber, M. H., & Coelho, M. P. (2011). Entre jornalismo e poderes. In C. Silva, G. Kunsch, D. Berger (Ed.), *Jornalismo Contemporâneo: Figurações, impasses e perspectivas* (pp. 51–78). Brasília/Salvador: Compós: EDUFBA.
- Westerståhl, J. (1983). Objective news reporting: General premises. *Communication Research*, 10(3), 403–424.

Accountability e transparência na mídia:

diálogo da experiência espanhola com os países lusófonos¹

Accountability and transparency in the media: dialogue between the Spanish experience and the Portuguese-speaking countries

Rogério Christofolletti

rogerio.christofolletti@uol.com.br

Universidade Federal de Santa Catarina

<https://orcid.org/0000-0003-1065-4764>

Juan Carlos Suárez Villegas

jcsuarez@us.es

Universidade de Sevilha

<https://orcid.org/0000-0002-2199-7028>

Xavier Ramon Vegas

xavier.ramon@upf.edu

Universidade Pompeu Fabra

<https://orcid.org/0000-0002-4478-5626>

https://doi.org/10.14195/2183-6019_9_6

Resumo

Alguns dos desafios mais emergentes para a ética jornalística estão relacionados à capacidade de profissionais e meios de comunicação adotarem boas práticas de prestação de contas e de transparência de seus métodos e procedimentos. Para além da criação de instrumentos que facilitem uma maior aproximação entre os produtores da informação e seus públicos, é necessário ainda desafiar culturas profissionais locais. Na comunidade global em língua portuguesa, os países mais avançados em termos de transparência e *accountability* jornalística são Portugal e Brasil, mas essa condição não os exime de aperfeiçoar seus sistemas e desenvolver soluções mais efetivas que fortaleçam a ética nos meios. Neste artigo, apresentamos resultados parciais da pesquisa “Accountability y culturas periodísticas en España. Impacto y propuesta de buenas prácticas en los medios de comunicación españoles”, a partir de grupos focais com especialistas em deontologia e ética da comunicação. Percebemos que a realidade espanhola – embora complexa, dinâmica e específica – não se distancia tanto do que já conhecemos nos países lusófonos, e as considerações dos especialistas consultados oferecem contribuições potencialmente implementáveis em nosso contexto.

Palavras-chave: Transparência; responsabilidade na mídia; jornalismo espanhol.

Abstract

Some of the emerging challenges in journalistic ethics are related to the ability of professionals and the media to adopt good practices of accountability and transparency in their methods and procedures. Besides the creation of instruments to facilitate a closer rapprochement between information producers and their audiences, a defiance of local professional cultures is still necessary. Within the entire Portuguese language community, the most advanced countries in journalistic transparency and accountability are Portugal and Brazil, but this condition does not exempt them from improving their systems and developing more effective solutions to strengthen ethics in the media. In this paper, we present partial results of the research «Accountability and journalistic cultures in Spain: impact and proposal of good practices in the Spanish media» based on focal groups with experts in communication ethics. We realize that the Spanish reality - complex, dynamic, and specific - is not very different from the reality of Portuguese-speaking countries and the considerations of experts offer potentially implementable contributions to our context.

Keywords: Transparency; responsibility in the media; spanish journalism.

¹ Este artigo é resultado do projeto “MediaA-CES. Accountability y Culturas Periodísticas en España: Impacto y propuesta de buenas prácticas en los medios de comunicación españoles” (CSO2015-66404-P), financiado pelo Ministério da Economia e Competitividade do Governo da Espanha. Este texto é uma versão ligeiramente modificada do que foi apresentado no V Congresso Internacional de Comunicação - Ética e Deontologia do Jornalismo no Espaço Lusófono, em Coimbra, em novembro de 2018.

Introdução

As preocupações com o aperfeiçoamento do jornalismo e sua confirmação como importante aglutinador da experiência social contemporânea estimulam a busca por padrões de qualidade e o desenvolvimento de instrumentos que a efetivem. Entretanto, a discussão sobre qualidade fica um tanto incompleta se o debate não contemplar aspectos da deontologia profissional. Para além da imposição de deveres e da padronização das condutas, a deontologia provoca reflexões individuais e corporativas que podem ocasionar a alteração de comportamentos, a assunção de novas práticas e a mudança da cultura profissional. Os questionamentos deontológicos não se restringem, portanto, à abstração, mas têm sobretudo repercussões na prática cotidiana que afeta não apenas os membros da redação, mas também os públicos e demais grupos interessados (*stakeholders*).

Atualmente, um dos temas sociais mais pulsantes é o da transparência e da possibilidade de prestação de contas por parte de governos e empresas. O jornalismo profissional – embora seja refratário a questionamentos

dessa ordem – não se pode furtar a discuti-lo também. Seja porque esteja em pauta o interesse público (McQuail, 2011) ou porque os sistemas de *accountability* da mídia possam funcionar como parte de nosso arsenal para a democracia (Bertrand, 2002).

Para Chul-Han (2012), não há tema que domine mais o debate público atual que a transparência, pois ela parece cumprir uma dupla função: possibilita controle social e contribui para a satisfação do direito de sermos informados sobre o que se passa em nossas comunidades. O valor do direito à informação nas sociedades é evidente, mas a transparência não deve ser entendida como um bem supremo, sustenta Schudson (2015), que menciona razões importantes para mantermos uma certa opacidade. A proteção de populações vulneráveis, a manutenção da civilidade na interação social e a garantia do voto secreto seriam alguns desses motivos.

É preciso reconhecer um clamor popular pela transparência na atualidade (Bowles, Hamilton e Levy, 2014; Christofolletti, 2016). Para Chul-Han (2012), ela funciona como um imperativo social. Algumas vezes, a transparência

é vocalizada como um poderoso remédio social, capaz de aplacar a corrupção endêmica, inibir maus feitos e fortalecer o sistema imunológico das democracias. Em diversos contextos ocidentais, a transparência é uma espécie de panacéia pós-moderna.

Para Kristin Lord (2006), ela é útil, socialmente importante, mas está longe de ser sinônimo de verdade. Segundo a autora, as informações difundidas não são politicamente neutras, e isso não as impede de ser incorretas, incompletas, enviesadas. A oferta de dados *per se* não produz verdade, faltando-lhes contexto, sentido e direção. Lord descarta que o aumento da transparência seja um antídoto total para os problemas do mundo porque, no bojo da transparência, estão riscos como o enfraquecimento da privacidade, por exemplo. O olhar crítico de Kristin Lord não impede que ela reconheça na transparência uma aliada para tornar o mundo mais pacífico, cooperativo, tolerante e democrático. Mas a autora frisa: transparência ajuda, mas outros esforços são necessários para garantir essas condições.

É um raciocínio comum vincular a extensão da transparência à

efetividade de um ambiente democrático aberto, que limite poderes e onde papéis e regras sejam claros. A transparência não é a mesma coisa que a *accountability*, mas seu elemento constituinte. Governos mais democráticos se submetem à lei, seguem a vontade popular e prestam contas. Empresas mais abertas perseguem caminhos assemelhados, e no que se refere aos negócios da mídia, com algumas condições de reforço: seus produtos e serviços ajudam a compor o imaginário coletivo, em algumas situações, dependem de autorização do Estado para operar, e são absolutamente dependentes da escolha das audiências. Isto é, empresas que se dedicam à comunicação de massa também deveriam prestar contas aos seus públicos e aos grupos com os quais mantêm relações.

Mídia, democracia e prestação de contas

Atores fundamentais na configuração da agenda e da opinião pública, os meios de comunicação têm grande responsabilidade na transmissão de valores para a sociedade (Hardy, 2008). Além disso, têm como função garantir

o direito à informação e à expressão, seguindo princípios profissionais responsáveis. A ética profissional deve estar ancorada a critérios de desempenho que permitam discernir o grau de cumprimento correto de práticas laborais. Essas diretrizes estão incluídas em códigos deontológicos e são observadas por órgãos de autocontrole. Mais recentemente, esses dispositivos também se materializam nas redes sociais, que aceleram a interação entre mídia e cidadãos e contribuem para a tarefa de exigir responsabilidade dos jornalistas. No entanto, as redes sociais são canais mais difusos e é difícil ponderar e processar as reclamações por elas recebidas (Suárez-Villegas e Cruz-Alvarez, 2016).

A responsabilidade do profissional também pode ser exercida coletivamente, por meio de associações de imprensa ou associações profissionais, e na Espanha, por meio da Comissão de Arbitragem, Reclamações e Deontologia (FAPE) ou de instâncias locais, como o Conselho de Informações da Catalunha, por exemplo. No campo dos meios audiovisuais, este trabalho cabe aos conselhos audiovisuais das comunidades autônomas. É importante

notar também, perifericamente, outras instâncias promovidas pela sociedade civil, como associações de telespectadores, usuários de comunicação ou associações de grupos vulneráveis, que cultivam uma sensibilidade especial sobre o conteúdo difundido pelos meios. Somado a esse mosaico de instrumentos de *accountability* estão sites e blogs que abordam questões de ética da comunicação, elaborados por jornalistas ou cidadãos com atenção dirigida, e que monitoram conteúdos que podem violar os direitos das pessoas. Blogs em defesa da igualdade de gênero, que discutem a imigração ou o meio ambiente ilustram essa modalidade. Esses instrumentos comungam da ideia de que a mídia é decisiva na construção social do imaginário coletivo.

Prestação de contas é um conceito que se refere à disposição da mídia em responder à sociedade por sua atividade (Alsius, Mauri-Ríos, Rodríguez-Martínez, 2011). *Accountability* é frequentemente associada a “aceitar certas responsabilidades, tarefas ou objetivos” (Christians *et al.*, 2009: 132), e isso resulta na vontade jornalística para desenvolver a

auto-regulação profissional, transparência da informação e participação pública. Na medida em que a mídia incentiva estes valores profissionais pode-se dizer que há uma disposição para a prestação de contas ao público (Puppis, 2009; Diaz-Campo e Segado-Boj, 2014).

Num contexto jornalístico em profunda transformação, os sistemas de prestação de contas passaram por uma nítida evolução nos últimos anos, aproveitando o potencial da internet e da web 2.0 (Fengler *et al*, 2014). Enquanto os instrumentos de prestação de contas tradicionais (*ombudsman offline*, códigos de ética, cartas ao editor) têm um impacto limitado na prática profissional e pouco uso pelos cidadãos (Alsius e Salgado, 2010), o ambiente digital incentiva a criação de novas formas de transparência e controle da qualidade da informação e permite que os cidadãos participem e expressem sua opinião sobre os conteúdos da mídia.

É essencial conhecer os sistemas que a mídia usa para dar conta de sua atividade. Esses sistemas são uma amostra de responsabilidade profissional e valorizam o papel dos cidadãos

na definição dos critérios éticos para a ação da mídia. Nas palavras de Bertrand (2003), são sistemas de responsabilização da mídia e funcionam como indicadores para medir o pluralismo e a transparência do cenário da mídia em qualquer Estado democrático. Sua função essencial é supervisionar, monitorar, criticar e examinar a evolução e a qualidade da informação jornalística, e mais ainda num contexto de crise setorial e concentração midiática (Eberwein, 2010). Conhecer o verdadeiro impacto desses instrumentos e sua capacidade de substituir os mecanismos de intervenção política e regulatória é essencial para avaliar até que ponto são úteis para preservar o pluralismo nos meios de comunicação. No momento em que se cria uma Rede Lusófona pela Qualidade da Informação (RLQI)¹, dedicada a reunir esforços e experiências dos países de língua portuguesa para aprimorar seu

1 A RLQI foi formalmente constituída em novembro de 2018 na Universidade de Coimbra (Portugal), e reúne órgãos classistas, pesquisadores acadêmicos, e entidades da comunicação dos nove territórios da Comunidade de Países de Língua Portuguesa (CPLP) para desenvolver estudos, promover eventos e incentivar o aprimoramento do jornalismo nessas localidades.

jornalismo, aprofundar conhecimentos sobre *media accountability* é estratégico, urgente e necessário.

Os países lusófonos apresentam distintos graus de presença e atuação de instrumentos de *accountability* em seus sistemas mediáticos. Os cenários mais desenvolvidos são os de Portugal e Brasil, dados seus acúmulos históricos no que tange à profissionalização do jornalismo, à consolidação de mercados de consumo de informação e aos esforços para robustecimento de seus regimes democráticos. Embora haja iniciativas difusas em Angola, Timor-Leste e Moçambique, pode-se afirmar com alguma certeza que as disposições mais numerosas e amadurecidas de prestação de contas e transparência midiática estejam entre brasileiros e portugueses. Ora estimuladas por órgãos de controle, como a Entidade Reguladora da Comunicação Social (ERC) em Portugal, ora observáveis por empreendimentos mais pulverizados como observatórios de mídia, *ombudsmans* e ouvidores, e projetos de aperfeiçoamento empresarial ou corporativo, como o Programa de Auto-Regulação da brasileira

Associação Nacional dos Jornais (ANJ).

Isso não quer dizer que tais realidades tenham culturas estabelecidas nas empresas e redações ou que haja consenso e naturalidade para expor as vísceras do sistema midiático. Ainda há muito a se desenvolver nessa direção se o entendimento for de que a transparência contribui para o aumento não apenas da qualidade dos produtos e serviços, mas também na melhora da relação entre mídia e público.

Para lançar um olhar rigoroso sobre as realidades múltiplas dos países lusófonos e contributivo para um diálogo, recorreremos à experiência da Espanha, que apresenta duas condições oportunas: dispõe de um mercado mediático que dialoga principalmente com o contexto português e acumula diversas pesquisas sobre *accountability*. Entre 2010 e 2014, a Espanha fez parte do consórcio de 14 países para o projeto “MediaAct-Media Accountability Systems in Europe and Beyond”, que, a partir da classificação dos modelos jornalísticos de Hallin e Mancini (2004), observou o impacto dos sistemas de prestação de contas

tradicionais e os criados com a expansão da internet².

Na sequência, para aprofundar questões locais, os pesquisadores espanhóis iniciaram o projeto “MediaACES. Accountability y Culturas Periodísticas en España: Impacto y propuesta de buenas prácticas en los medios de comunicación españoles”. A investigação se apoia na hipótese de que a cultura jornalística espanhola não responde a um único modelo de sistema de meios – como apontavam Hallin e Mancini (2004) –, daí a necessidade de matizar tal classificação.

Foram investigados os instrumentos de prestação de contas tradicionais e os novos, desenvolvidos fora das redações, com foco no cumprimento das funções próprias da mídia numa sociedade democrática (Rodríguez-Martínez *et al.*, 2013), como os conselhos de informação (Suárez-Villegas, 2015b) ou os blogs de crítica de mídia (Ramón-Vegas, Mauri-Ríos e Alcalá, 2016). No projeto, o Grupo de Pesquisa em Jornalismo da Universitat

2 Dois importantes resultados do projeto podem ser conferidos em Eberwein, Fengler, Lauk e Leppik-Bork (2011) e em Eberwein, Fengler e Karmasin (2017).

Pompeu Fabra (Barcelona) trabalhou com diferentes grupos de pesquisa europeus. Em resposta ao incipiente desenvolvimento de sistemas inovadores, referências têm aparecido recentemente na Europa e nos Estados Unidos, enaltecendo a internet como ambiente importante para responsabilizar os jornalistas (Domingo e Heinoonen, 2008; Eberwein, 2010; Fengler *et al.*, 2014). Na Espanha, são ainda escassas as contribuições sobre esta questão para além das abordagens de Herrera-Damas (2013) e do Grupo de Pesquisa de Jornalismo da Universitat Pompeu Fabra, por meio das pesquisas de Mauri-Ríos e Ramon-Vegas (2015) e Ramon-Vegas, Mauri-Ríos e Alcalá (2016).

Entretanto, é preciso reconhecer que já há uma relevante produção científica dos dois projetos³, o que fertiliza

3 São referências importantes os trabalhos de Alsius, Mauri-Ríos e Rodríguez-Martínez (2011); Rodríguez-Martínez, Figueras, Mauri-Ríos e Alsius (2013); Suárez-Villegas (2015); Mauri-Ríos e Ramón-Vegas (2015); Mauri-Ríos, Rodríguez-Martínez, Figueras-Maz e Fedele (2018); Ramón-Vegas, Mauri-Ríos e Alcalá (2016); Suárez-Villegas e Cruz Álvarez (2016); Suárez-Villegas, Rodríguez-Martínez, Mauri-Ríos e López-Meri (2017); Suárez-Villegas e Rodríguez-Martínez (2018).

Quadro 1. Instrumentos tradicionais de prestação de contas

Fonte: Elaboração própria a partir dos resultados da pesquisa TRIP.

Produzidos no âmbito das empresas ou grupos de mídia
Auto-regulação: <i>ombudsmans</i> ou defensores dos leitores, livros de estilo, códigos internos, documentos que sinalizam as linhas editoriais, comitês profissionais, seções de recebimento de reclamações.
Transparência: informações sobre dados corporativos.
Participação: cartas ao diretor/editor, chamadas telefônicas, SMS.
Produzidos fora das empresas ou grupos de mídia
Auto-regulação: códigos de ética externos, conselhos de imprensa, treinamento.
Transparência: estudos de opinião e de mercado, crítica de mídia, publicações especializadas, academia.
Participação: associações de espectadores.

nossa imaginação para identificar o que se pode avançar nos ecossistemas jornalísticos lusófonos a partir do que vimos na Espanha. Ainda que contemple uma realidade complexa, dinâmica e distinta dos países falantes do português, o exemplo espanhol tem aspectos oportunos a serem observados e, em alguma medida, absorvíveis e adaptáveis. Até mesmo as falhas, insuficiências e inconsistências já detectadas podem contribuir para ajustes nos instrumentos de *accountability* da mídia em língua portuguesa.

Media Accountability na Espanha

Os dados a seguir são parciais porque a pesquisa está em fase de desenvolvimento e porque nos concentramos em apresentar aqui apenas alguns aspectos mais amplos do estudo. Ressaltamos que além dos esforços realizados pelo Grupo de Pesquisa em Jornalismo (GRP) da Universitat Pompeu Fabra, estão somados também os resultados colhidos por outras universidades espanholas para contrastar a presença de novos instrumentos de *accountability* no país (na Andaluzia,

Catalunha, Galiza, Madrid, País Basco e Comunidade Valenciana).

A comparação dessas realidades permite verificar se a realidade comunicativa espanhola responde a uma única cultura midiática ou se apresenta nuances mais complexas. A pesquisa em andamento propõe a elaboração de mapas que permitam verificar a presença desses sistemas de responsabilização em diferentes partes da Espanha, a análise de sua utilidade por profissionais e cidadãos, e o desenvolvimento de modelos que permitam avaliar seu impacto e gerar boas práticas entre os profissionais de comunicação.

Como já sinalizamos, esta pesquisa é baseada na hipótese de que a cultura jornalística na Espanha não responde a um único modelo de sistema de mídia. Segundo a classificação de Hallin e Mancini (2004), a Espanha faz parte do modelo mediterrâneo ou pluralista polarizado. No entanto, a diversidade de culturas profissionais existentes em diferentes territórios pode matizar essa classificação. Não é propósito deste artigo enveredar por esta discussão embora ela seja seminal para o projeto. Mais importante neste

momento é identificar as experiências múltiplas da Espanha no tocante à *accountability* da mídia e percebermos como meios de comunicação, cidadãos e jornalistas dos países lusófonos podem se valer de alguns dos conhecimentos gerados.

Os instrumentos de responsabilização têm um impacto relativo entre os profissionais, mas uma influência muito considerável entre os cidadãos, o que poderia tornar seu propósito sem efeito se eles não fossem acompanhados de uma adequada literacia mediática. Seria útil detectar, por exemplo, se os cidadãos estão cientes desses mecanismos e se são suficientemente compreensíveis e amigáveis para serem usados e manejados. Esses instrumentos são fundamentais para o pluralismo e a transparência da mídia. A este respeito, será útil saber como o pluralismo e a transparência podem ser fundamentados como dois critérios básicos de responsabilização. Um dos objetivos do projeto que originou este artigo é justamente sugerir modelos de responsabilidade social da mídia, elaborados de acordo com as diretrizes que garantam e promovam os valores da *accountability*.

No âmbito das empresas ou grupos de mídia	
·	Blogs das redações.
·	Blogs de jornalistas hospedados no site dos veículos.
·	<i>Ombudsmans online</i> , chats e encontros digitais com os leitores.
·	Contribuições dos usuários na criação de conteúdo.
·	Botões de notificação de erro.
·	Redes sociais e comentários.
·	Instrumentos de transparência corporativa.
Fora das empresas ou grupos de mídia	
·	Observatórios e publicações eletrônicas de crítica de mídia.
·	Sites de instituições e associações profissionais.
·	Iniciativas particulares, como blogs de jornalistas ou comunicadores.
·	Blogs de cidadãos ou acadêmicos.
·	Redes sociais.
·	Outros instrumentos conduzidos pelos cidadãos.

Quadro 2 - Instrumentos *on line* de prestação de contas

Fonte: Elaboração própria a partir dos resultados da pesquisa TRIP.

Para observar os instrumentos de transparência e prestação de contas dos meios na Espanha, recorreremos a bases de pesquisas anteriores, como a do projeto “Transparencia y Rendimiento de Cuentas en la Información Periodística (TRIP)”, de 2013-2015.

Embora existam inúmeras classificações de instrumentos de responsabilização, esta pesquisa se concentra nos instrumentos de responsabilização externos à mídia. A fim de elaborar a classificação utilizada neste trabalho, levamos em conta, entre outros, a proposta de Russ-Mohl (2003) e Fengler (2008), que dividem instrumentos atuais de *accountability* entre tradicionais (defensores do leitor, conselhos de imprensa...) e inovadores (blogs de editores, atividades de mídia em redes sociais, etc.). Atenção também foi dada à classificação de Shoemaker e Reese (1996), que distribuem os instrumentos de acordo com níveis de influência no jornalismo: individual (blogs de jornalistas), prática profissional (conselhos de imprensa), organizacionais (códigos de ética, defensores do leitor) e externos à mídia (redes sociais, blogs de cidadãos).

Com relação ao domínio da internet, tomando como ponto de partida a divisão em quatro níveis dos blogs de mídia feita por Domingo e Heinoenen (2008), foram seguidos quatro critérios para a seleção de blogs (os três primeiros obrigatórios, o último, opcional se os três anteriores forem cumpridos). Assim, para fazer parte dos instrumentos identificados, o tema principal do blog deveria ser ética jornalística e/ou a supervisão do trabalho de jornalistas e meios; a autoria do blog deveria estar relacionada à profissão (blogs assinados por jornalistas, professores e/ou pesquisadores) ou instituições especializadas em *accountability* (clubes de jornalistas, associações profissionais, sindicatos de jornalistas); o blog deveria estar ativo e as postagens serem publicadas com certa regularidade; o blog deveria ter número significativo de assinantes e/ou seguidores nas redes sociais. Para a seleção e análise dos blogs, também se levou em consideração o documento *Best Practice Guidebook* do MediaAct (Bichler *et al.*, 2012), adaptado por Mauri e Ramon (2015), no qual foi feita uma codificação em categorias: produção interna ou externa para a

mídia; descrição das especificações e uso do instrumento; formas de participação pública; e avaliação dos mecanismos de responsabilização.

Foram, então, identificados os instrumentos de prestação de contas em diferentes comunidades autônomas espanholas levando-se em consideração sua condição (tradicional ou online) e seu ponto de origem (a partir das redações e externamente a elas).

Queremos enfatizar as três dimensões com as quais trabalhamos para identificar e classificar os instrumentos de prestação de contas: Auto-regulação, Transparência e Participação. Auto-regulação está relacionado às normas ou diretrizes de conduta que a mídia e os jornalistas impõem como compromisso com o público, para realizar uma comunicação rigorosa, responsável e ética. Essas normas são traduzidas e materializadas em instrumentos criados pela mídia, por jornalistas ou por instituições jornalísticas para prestar contas ao público e à sociedade. A Transparência inclui a necessidade dos meios de comunicação fornecerem informações empresariais sobre seus grupos, permitindo que o

Tabela 1. Principais instrumentos de prestação de contas frente aos cidadãos

Fonte: Elaboração própria a partir dos resultados colhidos pela equipe.

Com intervenção profissional	Auto-regulação	# Ombudsmans # Livros de estilo # Códigos de ética internos # Estatutos de redação (documentos de linha editorial) # Comitês Profissionais # Seções de reclamações	# Clubes de jornalistas # Códigos de ética externos # Conselhos de imprensa # Conselhos audiovisuais # Associações profissionais # Sindicatos profissionais
	Transparência	# Informações sobre dados corporativos do meio # Seção/área dedicada a relatórios sobre mídia # Site ou blog da direção da empresa	# Grupos de pesquisa acadêmica # Observatórios de mídia # Publicações especializadas # Estudos de mercado # Estudos de opinião # Redes de instituições, associações profissionais, escolas, sindicatos ...
	Participação (interação com os cidadãos)	# Blogs de jornalistas hospedados no site do meio # Perfis oficiais do meio nas redes sociais	# Blogs externos de jornalistas
Sem intervenção profissional	Transparência	# Cartas ao diretor/editor # Chamadas telefônicas e SMS # Chats com leitores/audiência # Botões de notificação de erro	# Associações de espectadores # Associações de consumidores e usuários
	Participação (interação com os cidadãos)	# Seção de conteúdo elaborado por usuários # Blogs de cidadãos incluídos no site do meio	# Blogs externos de cidadãos # Críticas de usuários em redes sociais

público entenda princípios e processos editoriais, estrutura organizacional e situação financeira. A Participação engloba as atividades que incentivam o contato direto entre meios, profissionais e público, o que ajuda a facilitar uma participação ativa nos processos de criação jornalística.

Combinadas ou isoladas, essas categorias permitem não apenas ajudar a caracterizar os dispositivos de *accountability*, mas também sinalizam vetores para seu aprofundamento e disseminação. Para o desenvolvimento das paisagens e dos ecossistemas mediáticos dos países lusófonos, tais planos são úteis e bem-vindos.

Para concluir: desafios para os lusófonos

As assimetrias e as insuficiências são esperadas em contextos com alta diversidade. É o que se percebe na Espanha, mas sobretudo no espaço lusófono. Enquanto o Brasil tem um mercado consumidor de bens simbólicos de 209 milhões de pessoas, a Guiné-Bissau não chega a ter 1% disso; as paisagens mediáticas de Portugal, Angola, Macau e Timor Leste são igualmente distintas de Moçambique,

Cabo Verde, e São Tomé e Príncipe. Desta forma, o mosaico multifacetado do mundo falado em língua portuguesa é, de origem, plural, dinâmico e desigual. Comungar a mesma língua permite trocas simbólicas importantes e forte intercâmbio cultural, mas tal facilidade não faz desaparecer idiosincrasias, passivos históricos, capacidades e potenciais próprios.

A multiplicidade dos dispositivos de *accountability* da mídia no contexto espanhol sinaliza a variedade das possibilidades de abertura dos meios de comunicação para a participação popular e o incentivo ao fortalecimento e o florescimento da cidadania. Mostra também o quanto empresas de comunicação e jornalistas podem horizontalizar suas relações com o que antes chamávamos de audiências e que se satisfaziam em meramente receber conteúdos.

Os dados apresentados não permitem analisar os detalhes de consolidação dessas práticas nas culturas locais espanholas, o que poderia indicar avanços, estagnações ou retrocessos em termos de transparência e prestação de contas. Como os países lusófonos, eles mesmos, têm seus próprios (e muitos)

desafios, essas lacunas não interferem tanto na leitura do quanto se pode ainda evoluir. A apresentação dos resultados espanhóis serve, sobretudo, para um diálogo e para eventuais adaptações e apropriações pelos territórios lusófonos. Muitas das práticas hispânicas são já observadas no Brasil e em Portugal, por exemplo, em diferentes graus de maturação. O que distingue a Espanha é um respeitável acumulado de pesquisas e estudos sobre *media accountability*, condição que os lusófonos muito bem poderiam reproduzir, ainda mais com o surgimento da Rede Lusófona pela Qualidade da Informação.

A Espanha é assimétrica, contraditória politicamente, e ainda persegue os ideais para consolidar sua jovem democracia – com pouco mais de quatro décadas – e para se firmar entre as mais prósperas economias europeias. No que tange às aspirações políticas, coincide com os países lusófonos que anseiam por mais democracia desde os extertores do colonialismo do século XX. Essa coincidência pode sinalizar caminhos mais bem pavimentados para os territórios que ainda estão no início de suas jornadas de estabilidade política.

A Espanha busca também modernizar seus pólos de produção jornalística e se inserir nos novos negócios da mídia. Os gestores das empresas de comunicação e os jornalistas são cobrados pelas camadas organizadas do público para que se abram à participação, à interatividade e à transparência. Em Portugal e Brasil, alguns atores se rendem a esses apelos, mas isso não é uma cultura consolidada e uniforme, uma regra de mercado ou uma prática corrente. Pesquisas como a MediaACT e a MediaACES são importantes para conhecer as realidades locais e conceber e planejar políticas. No âmbito da lusofonia, poderiam ser propostas e desenvolvidas investigações amplas e cooperativas. Imaginar que os lusófonos africanos possam fazer comparativos com seus vizinhos continentais, ou o mesmo com Macau e Timor Leste na Ásia, é entusiasmante. A recém-lançada Rede Lusófona pela Qualidade da Informação (RLQI) poderia auxiliar em esforços deste tipo.

A variedade do cenário espanhol demonstra riqueza de oportunidades no aprofundamento do relacionamento entre meios, profissionais e sociedade. Mas é necessário frisar sempre que a

*A cultura
jornalística
espanhola não
responde a um
único modelo de
sistemas de meios
— como apontaram
Hallin e Mancini*

mera existência de instrumentos não garante que haja um ambiente espontaneamente transparente, pró-ativo na prestação de contas e determinado à abertura ao público. Não existe um paraíso espanhol. Há resistências culturais e corporativas também, além de vácuos na participação. Os instrumentos são importantes, mas eles funcionam a partir de outros motores, como incentivos internos nas empresas, disposição e entusiasmo naturais ou assimilados, e esforços para o desenvolvimento e cultivo de uma atmosfera efetiva de *accountability*. Uma conjunção de forças facilita essa emergência, e elas são de caráter jurídico, político e econômico. Assim, marcos regulatórios que encorajem a transparência (e eventualmente punam a opacidade das empresas), agentes econômicos que invistam na abertura das corporações, e movimentos organizados que ajudem a consolidar regimes de estabilidade política e cultura democrática são necessários para que a prestação de contas e a transparência convertam-se em práticas correntes e duradouras.

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. Alguns lusófonos precisam também desenvolver condições de base para alguns instrumentos de *accountability* mais simples, fortalecer os já existentes e desenvolver sistemas próprios de avaliação de qualidade.

Desafios não faltam para portugueses, moçambicanos, timorenses, angolanos, brasileiros, cabo-verdianos...

Referências bibliográficas

- Alsius, S. & Salgado, F. (Ed.) (2010). *La Ética Informativa Vista por los Ciudadanos. Contraste de opiniones entre los periodistas y el público*. Barcelona: UOC.
- Alsius, S., Mauri-Rios, M. & Rodríguez-Martínez, R. (2011). Spain: A diverse and asymmetric landscape. In T. Eberwein, S. Fengler, E. Lauk, E. & T. Leppik-Bork, (Eds.), *Mapping Media Accountability – in Europe and Beyond* (pp. 155-167). Colônia: Herbert Von Halem Verlag.
- Bertrand, C.-J. (2002). *O Arsenal da Democracia: Sistemas de responsabilidade da mídia*. Bauru: EdUSC.
- Bowles, N., Hamilton, J.T. & Levy, D.A.L. (Eds.) (2014). *Transparency in Politics and the Media. Accountability and open government*. London: I.B. Tauris
- Christians, C. G., Glasser, T. L., Nordens-treng, K. & White, R.A. (2009). *Normative Theories of the Media*. Urbana: University of Illinois Press.
- Christofolletti, R. (2016). Ethical risks, informers, whistleblowers, leaks and clamor for transparency. *Brazilian Journalism Research* 12(12), 54-73.
- Chul-Han, B. (2012). *Transparenzgese-llschaft*. Berlím: Matheus & Seitz Verlag.
- Díaz-Campo, J., & Segado-Boj, S. (2014). La adaptación de los códigos de ética periodística europeos a Internet y las TIC. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, (26).
- Domingo, D., Heinonen, A. (2008). Weblogs and journalism. A typology to explore the blurring boundaries. *Nordicom Review*, 29(1), 3-15.
- Eberwein, T. (2010). From “Woodburg to Blogville” – and black. Media Observation daily press and weblogs. In T. Eberwein, & D. Müller, (Eds), *Journalismus und Öffentlichkeit*. Wiesbaden: Verlag.
- Eberwein, T., Fengler, S. Karmasin, M. (2017). *The European Handbook of Media Accountability*. London: Sage.
- Eberwein, T.; Fengler, S., Lauk, E. & Leppik-Bork, T. (Eds.) (2011). *Mapping Media Accountability – in Europe and Beyond*. Colônia: Herbert Von Halem Verlag.
- Fengler, S. (2008). Media journalism and the power of blogging citizens. In T. Krogh, (Ed.): *Media Accountability Today... and Tomorrow. Updating the concept in theory and practice*. Göteborg: Nordicom.
- Fengler, S., Eberwein, T., Mazzoleni, G. & García-Avilés, J. A (2014). Online Newsrooms as Communities of Practice: Exploring Digital Journalists’ Applied Ethics. *Journal of Mass Media Ethics: Exploring Questions of Media Morality*, 29(4), 258-272.
- Eberwein, T., Fengler, S., Lauk, E. & Leppik-Bork, T. (Eds.) (2011). *Mapping Media Accountability – in Europe and beyond*. Colônia: Helbert Von Halem Verlag.
- Hallin, D.C. & Mancini, P. (2004). *Comparing Media Systems. Three models*

- of media and politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hardy, J. (2008). *Western Media Systems*. Abingdon, Reino Unido: Routledge.
- Herrera-Damas, S. (2013). Indicaciones recurrentes en las normativas para el uso periodístico de las redes sociales. *El Profesional de la Información*, 22(1), 1386-6710.
- Lord, K. M. (2006). *The Perils and Promise of Global Transparency: Why the Information Revolution May Not Lead to Security, Democracy, or Peace*. Albany: State University of New York Press.
- Mauri-Ríos, M. & Ramón-Vegas, X. (2015). Nuevos sistemas de rendición de cuentas de la información periodística. Una exploración del escenario online español. *El Profesional de la Información*, 23(4), 380-389.
- Mauri-Ríos, M. & Rodríguez-Martínez, R., Figueras-Maz, M. & Fedele, M. (2018). Press councils as a traditional instrument of media self-regulation: The perception of European journalists. *Journal of Applied Journalism & Media Studies*, 7(2), 221-243.
- McQuail, D. (2011). *Atuação da Mídia: Comunicação de massa e interesse público*. Porto Alegre: Penso.
- Puppis, M. (2009). *Organizations of Media Self-regulation. European Press councils in comparison*. Colônia: Herbert von Halem.
- Ramón-Vegas, X., Mauri-Ríos, M., & Alcalá, F. (2016). Transparencia informativa, autorregulación y participación del público: análisis de las experiencias de rendición de cuentas de Mural.com, Rue89.com y TexasTribune.org. *Comunicación y Sociedad*, 25, 101-125.
- Rodríguez-Martínez, R.; Figueras, M., Mauri-Ríos, M., & Alsius, S. (2013). How dominant are official sources in shaping political news coverage in Spain? The perceptions of journalists and citizens. *Journal of Mass Media Ethics*, 28(2), 103-118.
- Schudson, M. (2015). *The Rise of the Right to Know : Politics and the culture of transparency, 1945–1975*. Cambridge/London: The Belknap Press of Harvard University Press.
- Suárez-Villegas, J.C. (2015a). Aspectos éticos y deontológicos de la actividad periodística online. Su percepción por los profesionales. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, 91-109.
- Suárez-Villegas, J.C. (2015b). Self-regulation of offline and online journalism in Spain in the experience of the Arbitration, Complaints and Ethics Commission. *Communication & Society*, 28(3), 135-149.
- Suárez-Villegas, J.C., & Cruz Álvarez, J. (2016). Los dilemas deontológicos del uso de las redes sociales como fuentes de información. Análisis de la opinión de los periodistas de tres países. *Revista Latina de Comunicación Social* 71, 66-84.
- Suárez-Villegas, J.C., Rodríguez-Martínez, R., Mauri-Ríos, M., & López-Meri, A. (2017). Accountability y culturas periodísticas en España. Impacto y propuesta de buenas prácticas en los medios de comunicación españoles' (MediaACES). *Revista Latina de Comunicación Social*, 72, 321-330.

Abundância Comunicativa, Escassez da Política?

Desafios À Democracia na Era do Monitoramento¹

*Communicative Abundance, Political Scarcity?
Challenges To Democracy in The Monitoring Era*

Lucas Henrique Nigri Veloso

lucasveloso@gmail.com

Universidade Federal de Minas Gerais

<https://orcid.org/0000-0002-9688-7819>

Ângela Cristina Salgueiro Marques

angelasalgueiro@gmail.com

Universidade Federal de Minas Gerais

<https://orcid.org/0000-0002-2253-0374>

Ricardo Fabrino Mendonça

ricardofabrino@hotmail.com

Universidade Federal de Minas Gerais

<https://orcid.org/0000-0002-7754-3359>

https://doi.org/10.14195/2183-6019_9_7

Resumo

O artigo apresenta uma reflexão teórico-analítica acerca de relações estabelecidas entre democracias ocidentais, era de abundância comunicativa e contemporâneos modos de sociabilidade política. Se por um lado processos globais de democratização da informação e proliferação de instituições e mecanismos de monitoramento político nos permitem afirmar sobre um “empoderamento” do *demos* e consequente vitalidade das democracias ocidentais, por outro atestamos que uma possível hipertrofia ou monopólio da prática política monitoria também pode produzir efeitos adversos às próprias democracias, como retorno de populismos totalitários. A partir do desenvolvimento de tal panorama, apresentamos por fim uma reflexão ética que, com especial ênfase aos campos da comunicação social e jornalismo, nos convoca ao cultivo de significantes, práticas e potências políticas outras para além do monitoramento; sobretudo aquelas que visam a produção de “comuns” outros mais igualitários, mais democráticos.

Palavras-chave: Crise da democracia; comunicação; populismo; John Keane; Pierre Rosanvallon.

Abstract

This article presents a theoretical-analytical reflection on the relationships between Western democracies, the era of communicative abundance, and contemporary modes of political sociability. While, on the one hand, the global processes of democratization of information and the proliferation of institutions and mechanisms of political monitoring allow us to assert an «empowerment» of the *demos* and the consequent vitality of Western democracies, on the other hand we attest that a possible hypertrophy or the monopoly of monitorial political practices can produce adverse effects on democracies, such as the return of totalitarian populism. In view of this scenario, we present an ethical reflection that, besides emphasizing the fields of social communication and journalism, calls attention to the cultivation of signifiers, practices, and political powers beyond monitoring, especially those aiming at the production of a «common» other, more egalitarian, more democratic.

Keywords: Crisis of democracy; communication; populism; John Keane; Pierre Rosanvallon.

¹ A realização da pesquisa da qual se origina este artigo recebeu apoio do CNPq e da FAPEMIG.

Introdução

De acordo com dados produzidos pela plataforma *Internet World Stats*, no ano de 2018 pelo menos 55,1% da população mundial possuiu algum tipo de acesso à rede mundial de computadores (Internet World Stats, 2019). Mesmo quando consideramos contextos marcados por múltiplas e intensas desigualdades, a supracitada pesquisa afirma que 67,2% e 36,1% das populações da América Latina e África possuíam algum tipo de conexão às mídias digitais e internet no ano de 2018; estatística que nos afirma sobre a existência de uma maior probabilidade de grande parte destas populações acessarem redes digitais do que água, esgoto e serviços de atenção médica básica (Kreutzer, 2009). Tendo em vista este breve panorama, não nos espantam pesquisas que atestam que a produção de dados via internet já alcança um volume de 2,5 quintilhões de bytes diários no mundo, sendo a tendência deste volume dobrar a cada dois anos (Cukier & Mayer-Schoenberger, 2013). Nesse sentido, é justificável que a inédita escala de acesso, uso e produção de artefatos, mídias e conteúdos de comunicação

digital nos despertem grande otimismo no que diz respeito suas contribuições para com os processos globais de democratização da informação e conhecimento. Mas seria seguro afirmar que tal abundância comunicativa também está promovendo democracias de maior qualidade e vitalidade política?

O exame das democracias ocidentais a partir de uma reflexão sobre a contemporânea era de abundância comunicativa, haja vista a abrangência e complexidade do tema, é uma tarefa que poderia se iniciar por várias vias de entrada. Por efeito, tais percursos de análise poderiam nos fornecer proposições e panoramas menos ou mais promissores acerca das qualidades das políticas produzidas tanto em territórios específicos como aqueles cuja escala atravessa nossa *cosmopolis* global. Talvez por esse motivo, a partir de revisão bibliográfica, identificamos um aparente dissenso entre pesquisadores dedicados à análise da questão supracitada que nos desperta a atenção e ímpeto reflexivo. Por um lado, parece irrefutável que a proliferação de usuários, mediadores e mediações articulados à sistemas digitais integrados via internet, tendo

em vista sua contribuição positiva para com processos globais de democratização da informação e conhecimento, deve ser qualificada como de suma importância ao enfrentamento de largo espectro de desigualdades econômicas e sociais (Delanty, 2001; Keane, 2013; Piketty, 2014). Por outro lado, as formas de sociabilidade contemporânea, alimentadas e alimentadoras desta era de abundância comunicativa, parecem também se relacionar, de forma perversa, para com dinâmicas de desencanto e desconfiança para com a política, políticos e as próprias democracias; muitas das vezes, também relacionadas para com a emergência de novos populismos de características totalitárias e/ou xenofóbicas (Dean, 2009; Rancière, 1995; Rosanvallon, 2008).

Tendo em vista a problemática construída e brevemente apresentada, o artigo analisa relações de aparente complementaridade e oposição que modos de sociabilidade política vigentes em democracias ocidentais têm estabelecido com a era de abundância comunicativa. A partir deste movimento almejamos, para além de mapear possíveis vetores de

contribuição e ameaça às democracias ocidentais, realizar uma reflexão ética de cunho propositivo que se reporta ao passo analítico anterior. Para atingir tal objetivo, nossa análise é operacionalizada a partir de um diálogo com dissidências entre dois pesquisadores que possuem expressiva pesquisa acerca do objeto de nossa investigação: o cientista político John Keane e o historiador da política Pierre Rosanvallon,

Primeiramente, ao mobilizar o pensamento do cientista político John Keane (2013), definimos o conceito de abundância comunicativa e o relacionamos para com o processo global, ainda que diferenciado, de democratização da informação. A partir de tal movimento, procuramos verificar como o autor sustenta a afirmativa de que a multiplicação e cristalização de atores, instituições e práticas sociais de monitoramento político via mídias digitais criou condições de possibilidade para que as democracias ocidentais sejam melhor qualificadas enquanto “democracias monitoradas”; qualificadas sobretudo pelo maior “empoderamento” de cidadãos e grupos minoritários haja vista sua

maior capacidade de vigiar, constranger e denunciar atores, instituições e representantes eleitos em ilegítimo exercício de poder. A análise destas e outras proposições, procurando garantir especial ênfase aos campos de atuação da comunicação social e jornalismo, nos fornecerá insumos tanto para compreender em que sentidos John Keane sustenta uma perspectiva otimista para com as relações que se estabelecem entre abundância comunicativa e “democracia monitorada” quanto para identificar e ponderar sobre ameaças e desafios que também são efeito desta relação.

Na segunda parte do artigo, convocamos o historiador da política Pierre Rosanvallon (2008) ao debate a fim de nos fornecer perspectivas outras sobre relações estabelecidas entre abundância comunicativa, democracias ocidentais e práticas políticas de monitoramento. Do ponto de vista de Rosanvallon, o cultivo intensivo ou mesmo monocultura de atores e práticas políticas de monitoramento nas democracias ocidentais pode produzir efeitos perversos e indesejados às próprias democracias ao limitar o espectro de significações e práticas da

política democrática que é exercida por seus cidadãos. Ao conjunto destas experiências e práticas de perpétuo criticismo, reatividade e baixo grau propositivo, o autor as agrega sob o conceito de “contra políticas”, sendo estas potencialmente instauradoras de fenômenos ou mesmo culturas de “contra democracias”. Ainda, a baixa responsividade dos governantes perante aos clamores dos “cidadãos monitores”, situação que é muitas das vezes efeito da própria abundância e improcessável volume de ações “contra políticas”, ao gerar maior frustração, desencanto e desconfiança para e entre os primeiros, não apenas acabaria por esgotar possibilidades e modos outros de se agir coletivamente com vistas a produção de “comuns” outros mais democráticos, mas também criaria condições de possibilidade para uma trágica (re)emergência de populismos totalitários e/ou xenofóbicos. Neste sentido, a abundância comunicativa e a “democracia monitorada”, do ponto de vista de Rosanvallon, também poderiam ser avaliados sobre o prisma das crises das democracias ocidentais que testemunhamos em nosso contemporâneo.

A construção do diálogo dissidente que acima introduzimos e que desenvolvemos ao longo deste artigo possui como custo a impossibilidade de se considerar de forma detida toda uma extensa e importante bibliografia que se dedica ao exame das crises contemporâneas das democracias ocidentais e suas interfaces para com atores, instituições e tecnologias da informação e comunicação (Brennan, 2016; Chadwick, 2013; Dahlgren, 2013; Dean, 2009; Dobson, 2014; Green, 2010; Runciman, 2018; Levitsky, s. & Ziblato, d., 2018); também aquelas que se dedicam especialmente à análises que relacionam a questão anterior com o campo e prática do jornalismo contemporâneo (Engesser et al., 2017; Ferreira, 2018; McDevitt & Ferrucci, 2018; Silverman, 2016; White, 2017). Sem embargo, acreditamos que o alcance, abrangência e urgência da discussão proposta, aliada a qualidade e heterogeneidade das pesquisas, dados, argumentos e proposições produzidos por Keane e Rosanvallon, garante potente rendimento da questão de trabalho proposta e possibilidade de construção de pontes para com outras pesquisas e pesquisadores. Nesse sentido, o artigo

também almeja inspirar futuros diálogos e/ou recortes e imersões empíricas acerca das questões abordadas.

Por fim, o artigo convida a refletir, seja enquanto cidadãos, seja enquanto atores dos campos acadêmicos e/ou jornalísticos, sobre a urgente necessidade de se resgatar e atualizar significantes outros da política democrática para além da legítima capacidade monitoria; estes que nos permitam propor e produzir éticas, mídias e “comuns” outros mais igualitários, mais democráticos.

Abundância comunicativa democratização da informação e democracia monitoria

A era de abundância comunicativa é definida pelo cientista político John Keane como um período revolucionário em que sistemas mundiais de *media devices* (computadores, *smartphones*, *tablets*) integrados via internet possibilitam que pessoas e populações distribuídas por todo planeta, ainda que atravessadas por assimétricas desigualdades sociais, acessem e armazenem, produzam e reproduzam um volume inédito e quase ilimitado de dados multissensoriais e

multiterativos com custos espaciais, temporais e econômicos progressivamente menores (Keane, 2013, p.18).

De acordo com o Keane, um dos efeitos mais expressivos da era de abundância comunicativa poderia ser verificado na flexibilização ou até mesmo inversão da estrutura comunicacional vigente na famigerada era dos “media de massa”. Se até pelo menos as últimas décadas do século XX o fluxo de informações instaurados pelos “medias de massa” necessariamente partiam de um ponto para que assim fossem distribuídos para milhões de outros, ou seja, de um ponto emissor para *n* receptores (*one-to-many*), vigora hoje a possibilidade de que quaisquer pontos outrora classificados como receptores tornem-se emissores de dados e informações para os demais (*many-to-many*). Por efeito, poderíamos afirmar que um dos traços definidos da era de abundância comunicativa é um exponencial aumento da capacidade de escolha individual sobre a forma (como, quando e onde), conteúdo (o quê) e sentido (de quem, para quem) do ato de se comunicar e informar. Mas que relações esta revolução informacional e comunicacional

tem estabelecido para com as democracias ocidentais e o que seus efeitos derivados nos revelam?

A era da abundância comunicativa, fomentada e fomentadora de múltiplos modos de sociabilidade entre indivíduos, grupos e instituições que derivam das relações que estes estabelecem a partir de seus *media devices*, têm criado condições de possibilidade para uma intensificação do processo histórico e globalmente diferenciado de democratização da informação. Essa proposição é defendida por Keane a partir da identificação de pelo menos três estruturas de privilégio ou “tirantias” comunicacionais que têm sido processualmente atenuadas ou desmanteladas em contextos ocidentais (Keane, 2013, p.25-26): a) “tirania” da distância, uma vez que bancos de dados e fluxos comunicacionais têm sido principalmente produzidos e reproduzidos, como no caso de acervos de museus, bibliotecas e universidades, em dimensões digitais; b) “tirania” do uso, tendo em vista a ampla redução dos custos para se acessar e/ou possuir um *media device* e assim se conectar a seus recursos e conteúdos, sobretudo via internet; c) “tirania” da

O monitoramento digital é também uma modalidade de poder

produção, por consequência da vigente e ampla possibilidade dos antigos consumidores “passivos” se tornarem “ativos” produtores de informações e, assim, retroalimentarem o fluxo comunicacional *many-to-many*.

O atestado de um processo global de proliferação de acesso, consumo e produção de dados e informações multissensoriais, temáticas e interativas via mediações digitais talvez nos permitiria afirmar que as sociedades abundantes em *media devices* nunca foram tão democráticas. Tal proposição poderia ser justificada pela inegável possibilidade de controle e contestação política que cidadãos hoje experimentam e/ou exercem perante à representantes eleitos, grandes corporações ou outros grupos da sociedade civil em posição assimétrica de poder a partir dos *media* de comunicação digital e suas potências de monitoramento, denúncia e luta política. Não seriam estas possibilidades de controle e contestação do poder princípios fundantes e compromissos da democracia representativa para com o povo ou *demos*? Por outro lado, se todos somos *demos* e temos a possibilidade de nos fazer lidos, vistos e/ou ouvidos

politicamente pelo Estado, justiça e/ou sociedade civil generalizada, ainda que por mediações digitais, o que justificaria hierarquias e assimetrias na capacidade de alguns cidadãos serem de fato reconhecidos ou negligenciados, protegidos ou deixados para morrer? Tentaremos abordar tal questão, ainda que de forma parcial e incompleta, nos delimitando aqui a análise de alguns dos ganhos, promessas e limitações que o processo de democratização da informação oferece às próprias democracias ocidentais .

A partir de interações mediadas digitalmente, indivíduos e grupos diversos, como por exemplo aqueles atuantes nas redes sociais, podem produzir narrativas de si mesmos para audiências potencialmente ilimitadas e transnacionais, expressando assim valores, identidades, interesses, expectativas, capacidades e/ou opressões experienciadas em seu cotidiano a partir das mais distintas modalidades e gêneros textuais, sonoros e imagéticos (Keane, 2013, p.34-35). Sob a ótica do psicólogo social George H. Mead (1972), por exemplo, tal exposição de si, inevitavelmente direcionada a alguém, busca, de forma

menos ou mais intencional, algum tipo de *feedback* para o *self*: visualização, leitura, resposta, identificação entre alguns e/ou demarcação de diferenças para com outros. Ainda, com o clique de uma câmera, aquilo que em outros períodos históricos fora considerado como impúblicável ou restrito a esfera do privado pode vir instantaneamente a tornar-se público e, assim, disputar visualizações, comentários, *likes*, patrocínios, dentre outras modalidades de reconhecimento intersubjetivo. Ainda, da forma como a arquitetura de grande parte dos *sites*, aplicativos e redes sociais encontra-se estruturada, tal *feedback* interacional possui amplo potencial de ganhos de capital social, simbólico, afetivo, econômico e político de forma quase instantânea.

As promessas e potências do circuito de reconhecimento intersubjetivo brevemente exposto acima é motivo para que racionalidades, corpos e modos de existência marginais e marginalizados também disputem, ainda que assimetricamente, a oportunidade de tornarem-se reconhecidos pelo ecossistema digital; quem sabe até escapar e até mesmo transformar uma desigual e muitas das vezes violenta partilha de

regimes de percepção e valoração que é vigente num dado território. Acreditamos não ser necessário recorrer a literatura específica que associa processos de reconhecimento intersubjetivo tanto como pilares materiais, afetivos e simbólicos necessários a auto-realização e auto-determinação cidadã de um dado *self*, como também às lutas coletivas e movimentos sociais que almejam justiça social (Honneth, 2013; Honneth & Anderson, 2011). Assim sendo, nos parece seguro afirmar que a era de abundância comunicativa possui potência política preciosa no que tange a busca pela plena realização das democracias ocidentais e da condição cidadã de suas populações. Entretanto, também é certo que processos, lutas ou mesmo gestos que almejam reconhecimento intersubjetivo também são atravessadas por certos paradoxos e efeitos adversos que podem aprofundar às próprias vulnerabilidades simbólicas, corpóreas e existenciais que justamente motivam tais ações (Butler, 2004, 2009; Cole, 2016; Mackenzie, 2014). Por estes e outros motivos, há de se considerar importantes riscos que esta ampla potência de reconhecibilidade oferece

aos próprios cidadãos de democracias ocidentais.

Toda a estrutura ou circuito interativo-comunicacional de reconhecimento intersubjetivo que acima apresentamos como vigente na era de abundância comunicativa depende, dentre outras coisas, que indivíduos e/ou instituições conectados via *media devices* monitorem uns aos outros de forma instantânea, extensiva e praticamente ininterrupta. Por efeito, em alguma medida, todos temos nos tornado cidadãos monitores e monitorados; ainda que com capacidades de monitoramento cada vez mais assimetricamente distribuídas e exercidas. De acordo com Keane (2013, p.38), grupos e até mesmo instituições qualificadas como “arautos da privacidade” têm adotado uma postura bastante crítica com relação a estas assimétricas capacidades de monitoramento. Para estes críticos, as tecnologias de comunicação digital integradas via internet devem ser consideradas como “espadas de dupla lâmina”: se podemos atestar grandes potências e ganhos no combate de desigualdades sociais e políticas graças a abundância de acesso e uso de *media devices* integrados, também devemos estar alertas para as diversas

privacidades que se encontram atualmente ameaçadas por poderosos atores, instituições, dispositivos, *softwares* e algoritmos digitais que se aproveitam de vulnerabilidades alheias.

Nos termos da era do “Big Data”, é explícita a assimetria de capacidades que se manifesta entre indivíduos e instituições no que tange a “mineração” e/ou coleta, armazenamento e processamento de notícias, denúncias, relatórios, pesquisas, indicadores, mensagens ou mesmo *cookies*, menos ou mais explícitos, dispersos e/ou ocultados no complexo, híbrido e abundante banco de dados digital que forma a internet (Cukier & Mayer-Schoenberger, 2013). Foi-se o tempo em que somente os famigerados *hackers* eram enquadrados enquanto aproveitadores de vulnerabilidades dos usuários das redes digitais. Cada vez mais corporações e Estados encontram-se envolvidos em controvérsias e escândalos sobre usos indevidos ou mesmo ilegais de dados que os próprios usuários das redes digitais produzem sobre si mesmos a partir de suas interações via *media devices*, seja de forma mais explícita e/ou deliberada (redes sociais, comentários em páginas de notícias, formulários digitais) ou não

(registros de navegação, *cookies* ocultos, *backdoors* e *blackboxes*). O monitoramento digital, portanto, não pode ser entendido em certos contextos ou situações simplesmente como uma capacidade tecnológica, mas como uma modalidade de poder que é assimetricamente colocada em prática.

Muitos dos dispositivos tecnológicos e dinâmicas de sociabilidade que operam na era de abundância comunicativa têm criado urgências e condições de possibilidade para a emergência de complexas disputas pelo limitar e exercer de poder monitor entre cidadãos, grupos e/ou instituições. Tais processos políticos têm produzido grandes impactos e alterações nos campos de força que atravessam e compõem as democracias representativas, haja vista que a produção de fatos, narrativas e enquadramentos de acontecimentos cotidianos como politizáveis ou de relevância política possuem, ainda que reativamente, a potência de influenciar à conduta e tomada de decisões não apenas de representantes eleitos, mas também de instituições e/ou atores que compõem a própria sociedade civil (Keane, 2013, p.46). Assim, compreender

as dinâmicas e traçar os diagramas dos vetores de poder monitorio nos exige um complexo mapeamento de de atores e instituições que também competem entre si enquanto legítimos monitores do Estado e sociedade civil; situação esta que, cabe ressaltar, tem produzido intensas transformações nas estruturas normativas e práticas do fazer jornalístico.

No que tange o campo de produção jornalística, Keane nos indica metamorfoses ou mesmo cristalizações de progressivas transformações que são efeito da adequação institucional e produtiva aos arranjos sócio-políticos que se apresentam nesta era de abundância comunicativa. A partir das relações estabelecidas entre jornalismo e os *global media conglomerates*, por exemplo, é identificado pelo autor como tendência generalizada a priorização da produção e reprodução de notícias e publicações em meio de circulação digital que almejam a maximização de rentabilidade com publicidade. Por consequência, quedas na diversidade, qualidade e mesmo confiança dos produtos jornalísticos são justificados como em favor de mais cliques, visualizações

*Para se pensar
outras possíveis
democracias
é necessário
abundância de
racionalidades,
signos e
materialidades*

e compartimentos e outras métricas de aferir valor de publicidade digital. Esta situação pode ser verificada, por exemplo, nas coberturas jornalísticas do cotidiano, espaço público e/ou política: ao almejarem a produção ininterrupta de histórias *news-breaking* ou do gênero “flagrante”, como no caso de acidentes, crimes, escândalos de corrupção e crise política, o trabalho e investimento de recursos necessários para garantir um mínimo de atendimento aos compromissos de apuração de fatos e objetividade jornalística não são, muitas das vezes, sequer considerados por ser entendidos apenas como custos, não compromissos ou investimentos (Keane, 2013, p.48;66).

De outro modo, os modelos de jornalismo que têm se cristalizado na era de abundância comunicativa também possuem importantes potências de contribuição positiva às democracias ocidentais no que diz respeito às suas amplas capacidades de disseminar e fazer reverberar globalmente denúncias de desigualdades, opressões e violências sociais localizadas. Investigações e matérias acerca de práticas de injustiça para com minorias oprimidas por relações de poder num

dado contexto ou território, quando realizadas por grandes conglomerados jornalísticos, por exemplo, possuem grande possibilidade de reverberação global e, assim, produzir movimentos de comoção e contestação política transnacional. Por efeito, tal potência política do jornalismo contemporâneo, que é efeito de sua articulação para com as redes globais de comunicação digital, se relacionam para com a emergência dos importantes “públicos transnacionais”¹: agregados políticos que, empáticos à causas para além de seus territórios, podem vir a ser formados e/ou acionados a fim de contribuir para com uma dada situação social de injustiça a partir do fornecimento de recursos, circulação e compartilhamento de notícias ou até mesmo inspirando estratégias de resistência

e contestação de poder ilegítimo ou injusto (Keane, 2013, p.71-75).

Os recursos, conexões e até mesmo a *expertise* de monitoramento que caracteriza instituições como a de produção jornalística tendem a contribuir para que seus atores ocupem importantes posições de poder nas dinâmicas políticas das democracias ocidentais. Por exemplo, estratégias de captura e posterior vazamento de dados e informações preciosas de indivíduos e instituições em posição assimétrica de poder - prática conhecida no jornalismo como *muckraking* - cria condições de possibilidade para que atores do campo do jornalismo, em graus variados, se tornem temidos vetores políticos. Seja por parte de governantes eleitos, seja por parte de grandes CEOs empresariais, a atividade contemporânea de *muckraking* é composta tanto por práticas que visam o controle democrático dos poderosos como de outras que visam ganhos de capital (econômico, político, simbólico) oriundo daqueles que se encontram ameaçados de indesejada exposição pública. Por este motivo, Keane afirma que agentes e mecanismos de monitoramento, com especial destaque aos

grandes conglomerados midiáticos e jornalísticos, devem ser considerados como cada vez mais importantes atores políticos nas redes, configurações, jogos de poder e influência que formam o complexo rizoma político do contemporâneo.

A era de abundância comunicativa e sua vinculação para com os processos globais de democratização da informação, ainda que o mapeamento e análise dos efeitos derivados desta relação não tenham sido esgotados tanto por nós como por Keane, garantem insumos para que o autor nos afirme que testemunhamos uma importante metamorfose ou transição de fases nas democracias ocidentais (Keane, 2013, p.75-86). A tese de que nos encontramos em “democracias monitoradas” nos exige alargar conceituações que insistem em reiterar que democracias são sistemas políticos cuja distribuição de poder político se dá sobretudo a partir de eleições livres e justas de representantes pelo voto popular; ainda que não sejam ou devam ser entendidas como menos que isso. Em escala global, agentes e instituições “monitores do poder”, tal como abordamos brevemente neste artigo, têm

1 Ao verificarmos outros exemplos de “públicos transnacionais”, como as instituições *BirdLife International* and the *World Glacier Monitoring Service* que se dedicam ao escrutínio da ação humana sobre a biosfera terrestre, é de se destacar sua grande heterogeneidade no que tange a seus modos de estruturação, causas e escalas de atuação; situação que nos impede de aprofundar sobre estes importantes agentes políticos do contemporâneo neste ocasião. (KEANE, 2013, p.82)

se tornado cada vez mais poderosos atores políticos graças às suas capacidades de influenciar eleições, agendas e/ou tomadas de decisões de partidos e representantes eleitos. Não que tais dinâmicas sejam inéditas nos regimes políticos ocidentais; inéditas são a escala, volume e complexidade de agenciamentos e atuações de agentes interessados no exercício contemporâneo do poder monitor. Ainda, a proliferação de monitores e mecanismos de monitoramento também introduz considerável diferença nos arranjos e jogos políticos de uma democracia graças a capacidade de exposição pública de relações institucionais e/ou corporativas injustas, ilícitas e/ou cuja publicidade era indesejada e que, muitas das vezes, operam por baixo, entre e para além de territórios e Estados nacionais. Com a multiplicação de pesos e contrapesos informacionais, Keane espera que se promova democracias de maior qualidade no que tange ao “empoderamento” do grande monitor: o *demos*. Fomentando tais esperanças, o autor conclui que a era de abundância comunicativa,

(...) na verdade, produz muitas contradições e desapontamentos,

por exemplo (como vimos), na ampliação das distâncias de poder entre os ricos e os pobres em termos de *media*, estes vistos como quase desnecessários comunicadores ou consumidores de produtos de midiáticos, simplesmente porque não têm poder de compra de mercado. (...) No entanto, o ponto fundamental permanece: quando visto do ponto de vista da democracia monitora e seu futuro, o advento da abundância comunicativa deve ser considerado como um desenvolvimento muito bem-vindo (KEANE, 2013, p.102, nossa tradução).

Entre ganhos e esperanças, contradições e desapontamentos que atravessam a expectativa de futuro para as “democracias monitorias”, Keane (2013, p.106-107) aposta que, no longo prazo, a grande diversidade de produtores, produções e produtos midiáticos que caracteriza a era de abundância comunicativa contribuirá positivamente para com as democracias ocidentais tanto por fomentar culturas cívicas pluralistas quanto por alimentar o senso de suspeita cidadão perante “verdades”

naturalizadas que ocultam intenções e fins políticos opostos a ideais e códigos democráticos. Não obstante, este mesmo processo de intensificação de suspeita que hoje vigora em “democracias monitorias” também não produziria, como duplo efeito, uma generalizada instituição de desconfiança e desencanto por parte dos cidadãos perante a própria política democrática? Uma possível hipertrofia e/ou monocultura de práticas políticas de monitoramento poderiam representar algum tipo de ameaça as próprias democracias?

Institucionalização da desconfiança, contra-democracia e escassez da política

Quando verificamos resultados de pesquisas como a *Digital News Report 2017*, promovida pelo *Reuters Institute*, atestamos que nos EUA e no Brasil respectivamente 51% e 66% dos entrevistados utilizam redes sociais e/ou aplicativos relacionados para o consumo de notícias; situação que aponta para um deslocamento da posição dos “medias tradicionais” enquanto principais “caixas de ressonância” de temas políticos perante a

sociedade civil (Newman et al., 2017, pp. 10-11). A ampliação da produção, disponibilidade e meios de acesso de informações políticas por parte dos cidadãos nos indicam uma certa “saúde” da democracia, principalmente no que se refere aos processos de democratização de informação. Entretanto, a multiplicação de atores e instituições midiáticas das mais diversas, principalmente movidas pela tendência de maximização de rentabilidade publicitária e minimização de investimentos relacionados ao atendimento de princípios normativos do jornalismo, como a apuração de notícias, cria condições para uma grave onda global de produção e consumo das famigeradas *fake news*: notícias que têm como objetivo deliberado falsear uma realidade. Tal situação é especialmente preocupante para a democracia pois a

(...) livre circulação de mentiras maliciosas, a ineficácia da verificação de factos, a resiliência da propaganda populista, o racismo, o sexismo e o surgimento da chamada era da ‘pós-verdade’ parecem desafiar um pilar fundamental do jornalismo ético — que

os fatos são importantes para a democracia e que as pessoas querem estar bem informadas quando convocadas para tomar decisões com potencial de mudar suas vidas (White, 2017, p. 14)

Como nos coloca Ferreira (2018), é certo que mesmo os “media tradicionais” nunca foram plenamente considerados como “fiéis arautos” da “verdade”, haja vista a difícil ou improvável separabilidade de interesses políticos e econômicos da prática jornalística. Todavia, para além de uma possível culpabilização do jornalismo e outras instituições midiáticas pelo fenômeno das *fake news*, a novidade que o contexto contemporâneo nos apresenta é a de que cada vez mais audiências se importam menos com o grau de veracidade e objetividade das informações consumidas. Tal situação lamentável ainda se intensifica, como nos indica Ferreira, quando verificamos resultados de pesquisa que atestam sobre expressiva segregação ideológica ou formação de “bolhas” informacionais entre usuários de redes sociais. Seja por motivos de intenção deliberada ou por efeito das

arquiteturas e/ou algoritmos de uma página ou rede social em questão, a cultura política que vêm se cristalizando nas democracias ocidentais é o de exclusivo consumo e compartilhamento de notícias que já sustentam posições políticas prévias dos cidadãos. Para Ferreira, a relação entre o crescimento das *fake news* e a formação de “bolhas” ideológicas nas redes sociais “sugere que os usuários estariam menos propensos a receber informações verdadeiras que possam condenar um artigo ideologicamente alinhado (...)” (Ferreira, 2018, , p.140;145).

Ainda que não seja o escopo deste artigo discorrer sobre a complexa questão das *fake news* e suas relações para com a formação de “bolhas” político-ideológicas entre usuários das redes digitais, o que temos verificado em diferentes pesquisas e publicações é o atestado de uma infeliz confluência: a era de abundância comunicativa, atravessada por uma generalizada indiferença e/ou negligência e/ou incapacidade cidadã de diferenciar opiniões de fatos, liberdade de expressão de discurso de ódio, não apenas têm criado condições de possibilidade para radicalização de ideologias

políticas mas intensificação de polarizações aparentemente irreconciliáveis entre cidadãos (Engesser et al., 2017; Ferreira, 2018; McDevitt & Ferrucci, 2018; Silverman, 2016; White, 2017). Por efeito, em um cenário onde a desconfiança, oposição irrefletida ou simplesmente indiferença perante o outro torna-se a norma, situação que também retroalimenta desejos e clamores por mais políticas de monitoramento civil e estatal, signos políticos outros, que apostam em ações coletivas de ampla escala voltadas de forma propositiva a produzir “comuns”, possivelmente mais justos e igualitários, parecem se esvaziar das democracias. Nesse sentido, seria possível afirmar que a abundância comunicativa e a democratização da informação, ainda que tenham contribuído inegavelmente para o “empoderamento” da população, sobretudo com relação às suas capacidades de monitoramento de atores em situação assimétrica de poder, tenha, como duplo efeito, produzido vetores de oposição ou de ameaça à própria democracia?

Pesquisadores como o historiador da política Pierre Rosanvallon (2008), ainda na década passada,

havam investido seu pensamento no exame de relações e efeitos problemáticos às democracias que derivam de uma certa hipertrofia da cultura e prática política de monitoramento; práticas essas que, em muitos dos casos, tornaram-se exclusivos signos de participação política cidadã. Para o pensador francês, em primeiro momento de acordo com o ponto de vista de John Keane, os modos de exercício de soberania política do *demos* ou povo perante o Estado têm cada vez mais extrapolado a distribuição de papéis e funções que alocaria cidadãos no exclusivo papel de eleitores em contextos de democracias representativas. Como argumenta Rosanvallon, a predicação do povo como eleitorado foi progressivamente sendo suplementada no ocidente por outras figuras metafóricas: povo como *watchdogs*, “portadores de veto” e/ou “juízes”. Não obstante, Rosanvallon afirma que estas predicações suplementares da soberania popular podem ser qualificadas como predominantemente indiretas (monitoramento), reativas (veto) e pouco propositivas (acusação), sendo por isso englobadas pelo francês sob uma única categoria: “contra poderes”.

A proliferação de práticas monitoradoras ou de “contra poder”, repertório de ação política cada vez mais cristalizado em contextos de abundância comunicativa e “democracia monitoria”, poderia nos dizer de uma certa vitalidade das democracias pelo menos no que se refere ao direito e a necessidade de que a mesma opere sob escrutínio popular. Entrementes, Rosavallon nos afirma que se por um lado atividades políticas de “contra poder” se multiplicam com a desconfiança e desencanto civil para com a política e políticos, por outro lado o Estado e outras instituições interpeladas por tais demandas e clamores tendem a não alcançar os níveis de responsividade almejados pelos cidadãos e grupos monitores. Por efeito, tal negativa de reconhecimento político retroalimenta sensações, experiências e discursos de desconfiança e desencanto dos cidadãos monitores para com políticas, políticos e as próprias democracias, de forma que estes venham a se tornar sujeitos “contra políticos” (Rosanvallon, 2008, p.16-17).

Para Rosanvallon, podem ser elencados pelo menos os seguintes efeitos sócio-políticos de larga

escala, derivados e retroalimentadores de um aparente monopólio da “contra política” em democracias ocidentais e que, do nosso ponto de vista, se relacionam diretamente para com a era de abundância comunicativa: a) maior fragmentação, insulamento e confronto tanto de cidadãos perante à atores do Estado, como de grupos de cidadãos ideologicamente polarizados entre si; b) aumento da incerteza e desencanto generalizado para com a política e os políticos e, assim, intensificação do já abundante desejo por mais transparência, monitoramento e *accountability*; c) resistência, dificuldade e/ou impossibilidade para grande parcela dos cidadãos de desenvolver uma compreensão abrangente sobre problemas complexos que atravessam suas vidas societária tendo em vista a quase improcessável disputa política por informações, fatos e enquadramentos que, na maioria dos casos, são divergentes, contraditórias ou mesmo deliberadamente falseados²; d)

2 Ainda que não seja possível explorar a problemática com o devido compromisso analítico que o assunto exige, as crises

resistência, dificuldade e/ou impossibilidade para grande parcela dos cidadãos de narrar e representar problemas sociais heterogêneos sob signos comuns e, assim, articular e projetar ações coletivas propositivas além monitoramento (Rosanvallon, 2008, p.22-23).

Diante do cenário acima exposto, que certamente também é intensificado pela abundância contemporânea de desinformação e *fake news* nas redes digitais, Rosanvallon vai além, entendendo que a institucionalização do desencanto, desconfiança e “contra-política” têm criado condições não apenas para a emergência de uma “democracia monitoria”, como posteriormente propôs Keane, mas uma “contra democracia” que:

(...) reforça a democracia eleitoral usual como uma espécie de suporte, uma democracia de poderes indiretos disseminados por toda a sociedade, em outras palavras,

econômicas, fiscais e tributárias que atravessam a maior parte dos Estados nacionais ocidentais e que fundamentam os discursos por austeridade e enxugamento dos mesmos, assim como analisado por Schäfer e Streeck (2013), por exemplo.

uma democracia de desconfiança duradoura, que complementa a episódica democracia do usual sistema eleitoral-representativo. Assim, a contra-democracia é parte de um sistema maior que também inclui instituições democráticas legais. Ela procura complementar essas instituições e ampliar sua influência, para apoiá-las (Rosanvallon, 2018, p.8, nossa tradução e grifo).

O conceito de “contra democracia” nos convoca a refletir em que sentidos a proliferação, pulverização e monocultura de instituições e formas de ativismo “contra político” têm criado condições para que nos tornemos cada vez mais “apolíticos” ou “não-políticos” com relação a outros possibilidades signícas e práticas que o conceito de política poderia assumir para além da desconfiança, desencanto e monitoramento. Ciente dos perigos que as democracias ocidentais enfrentam em cenários como o supracitado, Rosavallon novamente nos ajuda a elencar uma série de efeitos perversos ou índices de “patologias” que são decorrentes do processo de

“desintegração democrática” que é promovido por “contra democracias” (2008, p.254-259):

- a) desconfiança generalizada destinada à processos eleitorais, assim deslegitimando ou enfraquecendo os próprios poderes e instituições as quais são endereçadas as demandas por maior transparência e *accountability*;
- b) isenção de responsabilidade política e social por parte dos cidadãos a partir de um tácito encastelamento destes sobre a identidade ou rótulo de passivos “consumidores políticos”;
- c) ações políticas “radicais” tornam-se englobadas pelos signos de perpétuo criticismo ou ativismo moral não propositivo, principalmente eclipsando projetos de concreta transformação de estruturas de opressão e desigualdade social violentas, opressoras ou mesmo injustificáveis ;
- d) representantes e, por consequência, governos mais relutantes para apresentar projetos e ações que implicam em mudanças estruturais de larga escala e impacto social ou mesmo reformas,

predominando assim políticas públicas e estratégias de “evasão, evitação e diluição”; situação esta que retroalimentaria o desencanto dos cidadãos;

- e) judicialização da política e ideologia da “transparência” substituindo os exercícios de responsabilidade, interesse e “bem comum” no que tange a definição do fim da política. Tudo se passa como se a qualidade ou prática de “transparência”, entendida como a potência capaz de eliminar todo tipo de tensão e dificuldade da cada vez mais incerta e controversa vida social ocidental, estivesse legitimada aprioristicamente a eliminar tudo que se encontre em seu caminho – quem sabe até mesmo o próprio Estado e democracia.

A reflexão crítica de Rosanvallon (2008, p.259-266) sobre a “desintegração da política” e o desenvolvimento do “apolítico” ou “não político” nos alerta sobre a possibilidade de enfrentarmos, num futuro que parece se atualizar com maior intensidade em nosso presente, a substituição dos vigente processos e mecanismos

descentralizados de monitoramento e “governança” por formas outras de governo que não a democracia. Um exemplo elencado por Rosanvallon para a proposição anterior seria a possibilidade de um retorno, ainda que com diferenças, às formas de governo que derivaram da emergência de populismos nacionalistas e totalitários que marcaram a virada do século XX. Diante de uma proposição tão alarmante, cabe analisarmos com maior atenção de que maneira Rosanvallon sustenta tal argumentação para que assim tenhamos maior capacidade de compreender os desafios políticos que se apresentam em nosso horizonte .

A institucionalização processual da “contra democracia”, que varia sua relação em graus de intensidade para com a abundância de atores e mecanismos de monitoramento desconfiados e desencantados promove, para Rosanvallon (2008, p.266), uma espécie de “legitimação destrutiva” dos próprios atores e organismos representantes de um Estado. Tal atestado é justificado pelo autor tendo em vista que atores e instituições monitoras não procuram substituir ou apresentar projetos de coletivos ou mesmo sociedades outras,

mas limitar e até mesmo drenar os poderes e capacidades do Estado de forma com que este seja incapaz de instituir o coletivo, o social. Entretanto, neste processo de drenagem, o que teria se tornado escasso? Quem, de que forma e com o que será preenchido o signo que nos agrega enquanto membros de uma sociedade, a saber, o povo ou *demos*?

Como nos coloca o filósofo Jacques Rancière (1995), a quem Rosanvallon mobiliza explicitamente em seu debate, parece que a paixão por formas transparentes e puras da democracia teria nos feito esquecer ou até mesmo odiar aqueles que tentam disputar seu conteúdo a fim de promover projetos de sociedade outros que não a manutenção e limpeza dos modelos e estruturas vigentes. Desencantados sobre um futuro além “democracia monitoria”, nos encontramos sem consenso sobre a própria existência do *demos* que deveria ser princípio e fim da política democrática. Para Rosanvallon (2008, p.266-267) tal cenário cria condições para que “políticos profissionais” proponham, em nome do escasso ou inexistente *demos*, versões essencialistas e unitárias de “povo” que são ancoradas

em narrativas ou mitos de uma pureza que se perdeu no passado e que, caso recuperada, produziria a almejada “utopia da transparência”. Eis porque (re)emergências de populismos essencialistas em pleno século XXI poderiam ser entendidas, do ponto de vista de Rosanvallon, como possíveis efeitos de uma hipertrofia e monocultura de “contra poderes”, “contra políticas” e “contra democracias”.

Se a preocupação de John Keane para com a “democracia monitoria” seria resolvida a partir de maior distribuição de recursos comunicativos para que assim mais monitores emergjam à cena pública digital e possam – quem sabe - ser ouvidos e considerados como relevantes nos processos de tomada de decisão de representantes eleitos, o preocupante, para Rosanvallon, é que a abundância de instituições monitoras ou “contra políticas” capturem e/ou desintegram significantes e práticas cidadãos outras da democracia, fomentando assim escassez de política em favor de “contra política”; escassez de *demos* em favor de pureza e transparência; escassez de democracia em favor de, quem sabe, populismos totalitários e xenofóbicos.

Reflexões finais

A construção argumentativa realizada neste artigo procurou mapear e analisar relações de complementaridade e oposição entre as eras de abundância comunicativa, modos de sociabilidade política contemporânea e democracias ocidentais. A operacionalização de nossa investigação se deu principalmente a partir da produção de um diálogo dissidente entre dois pesquisadores que, por possuírem expressiva trajetória no que tange o exame de nosso objeto de reflexão, nos auxiliaram na complexificação e multiplicação de perspectivas da análise por nós realizada. Movidos por este debate, que também contou com a aliança de outros teóricos e pesquisadores da ciência política e comunicação social, caminhamos agora para uma reflexão final que também almeja ser considerada como possível proposição ética.

Nos parece ponto pacífico que a era de abundância comunicativa, fomentada e fomentadora de uma exponencial expansão dos processos globalmente diferenciados de democratização da informação, criou condições de possibilidade para que cada vez mais cidadãos experimentem e exerçam

importantes direitos e capacidades da política democrática em seus cotidianos com potencial de reverberação transnacional. Tal atestado nos diz de um “empoderamento” do *demos* no que tange uma ampliação de sua potência de influência e/ou poder monitorio perante representantes eleitos ou mesmo grupos poderosos da sociedade civil que, ameaçados por denúncias, escândalos ou mesmo erosão de suas imagens por efeito da ação de atores e instituições monitoras, devem ponderar com maior cautela sobre custos, pesos e contrapesos de tomadas de decisão política. Por outro lado, ainda que possamos afirmar sobre uma singular vitalidade das “democracias monitorias” no que tange as características supracitadas, também podemos ponderar que, em certa medida, o aprofundamento de vulnerabilidades cidadãs perante a agentes e instituições monitoras de grande poder, como aquelas que deliberadamente capturam, processam e mobilizam dados digitais supostamente privados para fins corporativos e/ou políticos, nos dizem ainda de importantes desafios tecno-políticos em nossos horizontes democráticos.

No que tange os campos e práticas do jornalismo e comunicação social no cenário supracitado, refletimos sobre a tendência de que estes estruturam seus esforços produtivos no sentido de retroalimentar o desejo cidadão por monitoramento, transparência e *accountability*. Tal situação parece, por um lado, contribuir para com a “democracia monitoria” no sentido da produção de abundante volume de notícias de cunho “flagrante” e, assim, de certa maneira, introduzir temores e custos nos processos de tomada de decisão política de atores e grupos poderosos. Ao mesmo tempo, a disputa pela produção ininterrupta de fatos, acontecimentos, enquadramentos ou mesmo postagens sobre complexas e urgentes temáticas de interesse coletivo podem acabar por criar impecilhos e dificuldades para os próprios cidadãos, haja vista que produções que visam apenas ganhos com visualizações, publicidades e patrocínios tendem, muitas das vezes, a desconsiderar a complexidade dos problemas sociais que se propõem a denunciar ou abordar.

Para além dos riscos ou perigos que brevemente abordamos nestas reflexões

finais, destacamos que a hipertrofia ou mesmo monocultura de práticas de monitoramento, sobretudo quando estas são relacionadas pelos cidadãos como únicos sinônimos de participação política democrática, podem produzir como efeito uma proliferação generalizada de culturas cívicas “contra políticas” ou mesmo “contra democráticas”. Tal situação, fomentada e fomentadora de fragmentação, desconfiança e desencanto do próprio *demos* para consigo e para com a própria democracia, é um possível indicador da escassez de significações e práticas políticas outras que não aquelas indiretas, reativas e de baixo grau propositivo. Entrementes, tal alerta, que também nos interpela sobre a probabilidade de (re)emergência de regimes políticos totalitários e de características xenofóbicas em contextos de escassez de significantes e práticas democráticas de instituição de “comuns”, tal como argumentamos na segunda parte do artigo, não implica que devemos abrir mão dos ganhos sócio-políticos que a era de abundância comunicativa e mesmo a “democracia monitoria” nos têm garantido.

Almejar que haja cada vez mais abundância comunicativa,

monitoramento e mecanismos de verificação do princípio de igualdade que é *a priori* metodológico da democracia, como nos sugere Rancière, é certamente algo que devemos defender enquanto cientistas sociais, comunicólogos, jornalistas e cidadãos. Porém, não podemos abrir mão da possibilidade de significar política e democracia como uma experiência ativa, propositiva, criativa e com vistas a produção de “comuns” outros mais igualitários, mais democráticos.

A produção de “comuns” outros, estes que poderiam evitar a emergência de novos populismos e totalitarismos ao balancear a fragmentação e dispersão do *demos* em contextos de “democracias monitorias” exige, do nosso ponto de vista, um deslocamento de identidades ou mesmo de encasteladas e seguras posições políticas monitoras. Para se pensar e projetar outras possíveis democracias, e porque não mídias e jornalismo, parece ser necessária abundância de racionalidades, signos e materialidades que tenham a capacidade de hospedar heterogêneos sem que, com tal movimento, se produza a temida

síntese dialética: esta que encapsula e oblitera diferença(s) e que pode produzir, por exemplo, modelos de *demos* purificados, homogêneos e em oposição a todos aqueles que não são espelhos de si mesmos. Em contextos de escassez de finalidades da política democrática, seria mais “realista” investirmos ainda mais capacidades e potências no monitoramento das democracias ocidentais até que possamos prever seus fins?

Referências bibliográficas

- Butler, J. (2004). *Precarious Life: The powers of mourning and violence*. London: Verso.
- Butler, J. (2009). *Frames of War: When is life grievable?* London: Verso.
- Brennan, J. (2016). *Against Democracy: New Preface*. Princeton University Press.
- Chadwick, A. (2013). *The Hybrid Media System: Politics and power*. Oxford University Press.
- Cole, A. (2016). All of us are vulnerable, but some are more vulnerable than others: the political ambiguity of vulnerability studies, an ambivalent critique. *Critical Horizons*, 17(2), 260–277.
- Cukier, K., & Mayer-Schoenberger, V. (2013). The rise of big data: How it's changing the way we think about the world. *Foreign Aff.*, 92(3).
- Dahlgren, P. (2013). *The Political Web: Media, participation and alternative democracy*. Basingstoke, England: Palgrave Macmillan.
- Dean, J. (2009). *Democracy and other neoliberal fantasies: Communicative capitalism and left politics*. Durham: Duke University Press.
- Delanty, G. (2001). Challenging knowledge. In *The University in the Knowledge Society* (pp. 149–153). London, Thousands Hoaks, CA and New Delhi: Sage.
- Dobson, A. (2014). *Listening for Democracy: Recognition, representation, reconciliation*. Oxford University Press.
- Engesser, S., Ernst, N., Esser, F., & Büchel, F. (2017). Populism and social media: How politicians spread a fragmented ideology. *Information, Communication & Society*, 20(8), 1109-1126.
- Ferreira, R. R. (2018). Rede de mentiras: a propagação de fake news na pré-campanha presidencial brasileira. *Observatorio (OBS*)*, 12(5).

- Green, J. E. (2010). *The Eyes of the People: Democracy in an age of spectatorship*. Oxford University Press on Demand.
- Honneth, A. (2013). *Luta por Reconhecimento: A gramática moral dos conflitos sociais*. São Paulo: Editora 34.
- Honneth, A., & Anderson, J. (2011). Vulnerabilidade, Reconhecimento e Justiça. *Cadernos de Filosofia Alemã: Crítica e Modernidade*, (17), 81–112.
- Internet World Stats. (2019). Internet usage and world population statistics. Retirado em 20 de junho de 2019 de <https://www.internetworldstats.com/>
- Keane, J. (2013). *Democracy and Media Decadence*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Kreutzer, T. (2009). Generation mobile: online and digital media usage on mobile phones among low-income urban youth in South Africa. *Retrieved on March, 30*, 903–920.
- Levitsky, S., & Ziblatt, D. (2018). *How democracies die*. Broadway Books.
- Mackenzie, C. (2014). The Importance of Relational Autonomy and Capabilities for an Ethics of Vulnerability. In *Vulnerability New Essays in Ethics and Feminist Philosophy* (pp. 33–59). New York: Oxford University Press.
- McDevitt, M., & Ferrucci, P. (2018). Populism, journalism, and the limits of reflexivity: The case of Donald J. Trump. *Journalism Studies*, 19(4), 512-526.
- Mead, G. H. (1972). *Mind, Self & Society from the Stand-point of a Social Behaviorist*. Chicago: University of Chicago Press.
- Piketty, T. (2014). *O Capital no Século XXI*. Rio de Janeiro: Intrínseca.
- Rancière, J. (1995). Democracia y post-democracia. *Ideas y Valores*, 44(98–99), 23–40.
- Rosanvallon, P. (2008). *Counter-Democracy: Politics in an age of distrust*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Runciman, D. (2018). *How Democracy Ends*. Basic Books.
- Schäfer, A., & Streeck, W. (2013). *Politics in Age of Austerity. Politics in age of Austerity*. Cambridge: Polity Press.
- Silverman, C. (2016, 16 de novembro). This analysis shows how fake election news stories outperformed real news on Facebook. BuzzFeed. Retirado em 15 de junho de 2019 de <https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/viralfake-election-news-outperformed-real-news-on-facebook>
- White, A. (2017). Fake News. Facebook and matters of fact in the Post-Truth Era. In *Ethics in the News. Ethical Journalism Network report on challenges four journalism in the post-truth era* (pp. 14-17). Londres: Ethical Journalism Network.

As redes e o espaço público

Networks and the Public Sphere

https://doi.org/10.14195/2183-6019_9_8

Resumo

Em finais do último século, o aparecimento das chamadas redes sociais foi saudado por muitos sociólogos e teóricos da comunicação como um passo decisivo para o que então se imaginava ser uma revolução na democracia representativa. Vinte anos depois, multiplicam-se os sinais de apreensão, não apenas pela degradação do espaço público induzida pelo fenómeno, mas também pela forma intrusiva como certos Estados o instrumentalizam na luta pela hegemonia internacional. Independentemente da forma como foram sendo olhadas, a verdade é que as redes constituem uma mudança histórica na configuração do espaço público e, conseqüentemente, na relação entre a sociedade e o poder político. O objectivo desta apresentação é analisar até que ponto essa mudança rompeu com o paradigma até há pouco hegemónico, onde os *media* tradicionais monopolizavam a representação da opinião pública face ao sistema político.

Palavras-chave: *Media*; redes; povo; representação; hegemonia.

Abstract

At the end of the last century, many sociologists and communication theorists welcomed the arrival of social networks as a decisive step toward what was considered to be a revolution in representative democracy. Twenty years later, the signs of apprehension multiply not only because of the decline of the public sphere induced by that phenomenon, but also because of the intrusive way some states are using it in the struggle for international hegemony. Regardless of how it has been considered, there is no doubt that networks represent a historical change in the configuration of the public sphere and, therefore, in the relationship between society and political power. This presentation aims to analyze how this change departed from the (until recently, hegemonic) paradigm in which traditional media used to control the representation of public opinion concerning the political system.

Keywords: *Media*; internet; people; representation; hegemony.

Eu ainda sou do tempo em que as redes sociais iam fortalecer a democracia com uma participação pública mais vasta, melhorar a informação e transparência com o jornalismo-cidadão e contribuir para mais tolerância. Seja como for, foi um sonho bonito
(Paulo Ferreira, Twitter, 21 de outubro de 2018)

Ao longo das duas últimas décadas, verificou-se uma mudança estrutural naquilo a que chamamos o espaço público. Dizer que houve uma mudança, é com certeza um lugar-comum, sobretudo entre pessoas que trabalham nesta área. Que ela tenha sido estrutural, já é menos evidente, e está longe de suscitar consenso. Tentarei, no entanto, demonstrar que é precisamente essa a natureza do que está a passar-se no mundo dos *media*. Antes, porém, recordarei que não é esta a primeira vez que ocorre uma ruptura profunda no modo de funcionamento do espaço público e, por consequência, na relação entre o poder e o povo. Em meados do século XIX, já tinha havido uma revolução semelhante. Com uma diferença,

porém, que é da maior importância: enquanto nessa altura a mudança se traduziu pela passagem dos *media* tradicionais a protagonistas do espaço público, o que atualmente se está a passar é o desaparecimento desse papel charneira que durante mais de cem anos eles desempenharam na vida social e política, sem que, por ora, se veja claramente como se reorganizará, de futuro, esse mesmo espaço.

Trata-se, com efeito, de uma mudança cuja dimensão, em boa parte, ainda nos escapa, de tal maneira ela aconteceu de forma acelerada, senão mesmo abrupta. A maioria das vezes, ainda se pensa como se fosse unicamente uma continuação da crise iniciada no século passado, quando, afinal, já tudo à nossa frente se processa e propaga num outro comprimento de onda. Há vinte anos atrás, ou até há menos, era comum ouvir-se, por exemplo, que os novos meios de comunicação iriam possibilitar a monitorização efetiva do Estado pelos cidadãos, assegurando mais transparência e mais democracia nas decisões de interesse coletivo. Hoje em dia, já não se fala senão em *fake news*, *sites*

populistas, algoritmos intrusivos e manipulações à distância, tudo processos mais ou menos clandestinos de intervenção política, que distorcem o sentido do voto de milhões de eleitores e pervertem aquilo que é um procedimento essencial da democracia representativa.

Uma amostra dessa mudança a que me refiro pode encontrar-se naquilo que se passou no Brasil, em 28 de outubro passado, com a eleição do atual Presidente da República. Bolsonaro não possuía, tanto quanto pode avaliar-se pelo que se diz e publica a seu respeito, nenhum carisma, muito menos *curriculum*, que o apontassem como previsível ocupante, por sufrágio universal, de um lugar como a chefia do Estado. Não possuía, além disso, o apoio de uma estrutura partidária consistente, nem a simpatia da maior parte dos *media* tradicionais, condições que até aqui se julgavam importantes, senão decisivas, para uma vitória eleitoral. Apesar disso, e contra tudo isso, ele sagrou-se vencedor. É certo que já tinha acontecido algo semelhante nos EUA, com a eleição de Trump. Mas não foi exatamente a mesma coisa. Trump, sem ter a gravidade de um

estadista, muito menos a desenvoltura intelectual de um Obama, era milionário e já possuía visibilidade mediática; tinha além disso a apoiá-lo, pelo menos na fase final, um grande partido político; e a par da popularidade, adquirida em programas de televisão de grande audiência, tinha também do seu lado canais como a Fox News e sites de enorme eficácia e difusão, como o famoso Breitbart, de Steve Bannon. Bolsonaro não possuía nada disso: nem curriculum, nem partido, nem *media*. Dizia-se, é certo, que ele era apoiado pelas bancadas parlamentares BBB – dos evangélicos (Bíblia), dos fazendeiros (Boi) e dos vendedores de armas (Bala). Mas além de não se lhes conhecer relevância no plano político, pelo menos à data, esses agrupamentos pareciam demasiado inorgânicos para garantir a angariação dos milhões de votos necessários. No entanto, apesar de ser alguém sem reputação, sem apoio nos *media* tradicionais, sem família política reconhecida, os brasileiros, à primeira volta, elegeram-no. Como é que se explica semelhante terramoto nas instituições que ao longo de toda a modernidade tinham feito a mediação

entre a massa de eleitores e as estruturas do poder?

Uma explicação fácil, e mesmo tentadora, consistiria em olhar para o que está a acontecer como se fosse um mero epifenómeno, um percalço à superfície do espaço público, que em breve se irá recompor, com mais ou menos ajustamentos. Contudo, o que aconteceu, a meu ver, não foi tanto um acidente ocasional, de consequências inesperadas e profundas, mas um verdadeiro sismo, que abalou e reconfigurou os alicerces em que assentava o espaço público. Para se perceber inteiramente o que de facto ocorreu, convém primeiro recordar, ainda que rapidamente, como se originaram e funcionaram na modernidade as instituições de que estamos a falar.

1. *Penny Press* vs. *gazetas*

A chamada comunicação de massas surgiu nos EUA, durante a primeira metade do século XIX, fruto da generalização do «papel de jornal», muito mais barato, e de uma conceção do produto, decisivamente virada para o mercado: a classe média e a população em geral. Até então, os jornais tinham sido maioritariamente

sustentados por grupos políticos. Como escreveu Tocqueville (1986a, p. 274), “as duas grandes armas que usam os partidos para triunfar são os jornais e as associações”. A partir daí, eles vão depender principalmente das vendas e dos anúncios publicitários. E a verdade é que a sua impressão em larga escala, secundada pela rápida difusão por caminho de ferro, ia ao encontro das exigências, por um lado, do capitalismo industrial, por outro, das multidões que haviam sido levadas, desde a instalação das primeiras unidades fabris, a emigrar do campo para a cidade. É certo que já existia aquilo a que chamamos o espaço público. Tanto as gazetas, como outros tipos mais ou menos clandestinos de comunicação e crítica do poder, faziam parte da vida social da aristocracia culta e da burguesia setecentistas. Eram, no entanto, um fenómeno circunscrito a uma elite, por muito que esta fosse culturalmente relevante. Nada que se comparasse com a revolução que a *penny press* viria a produzir, primeiro, nos EUA, depois, na Europa de finais do século XIX, ao colocar no mercado jornais acessíveis a largos estratos populacionais, quer pelo baixo preço,

quer pelos conteúdos, pelos processos narrativos e pelo próprio grafismo utilizado. Nessa altura, como Tocqueville (1986) se apercebeu e explica ao pormenor em dois capítulos de *A Democracia na América* (vol. I, II, cap. 3; vol. II, II, cap. 6), a sociedade no seu conjunto mudara decisivamente, em particular nas zonas industrializadas, onde agora se concentravam enormes aglomerados humanos e a agitação política germinava.

Foi, de facto, a massificação da informação que alterou em profundidade a natureza do espaço público, fazendo-o, por assim dizer, abandonar os salões e cafés, onde até aí se reunia uma elite receptiva às idéias liberais, e transferir-se, literalmente, para o meio da rua. Reservados inicialmente à minoria endinheirada, que já não aceita passivamente o absolutismo monárquico, os jornais irão ser chamados, pela progressiva democratização das sociedades, a desempenhar um papel de primeira importância, transformando-se no centro à volta do qual circula toda a vida política. A sua função será dupla e, à primeira vista, paradoxal. Por um lado, vão funcionar como acelerador da turbulência que

frequentemente agita os meios urbanos. Por outro, tornam-se um instrumento privilegiado da coesão social e da legitimação do poder, numa sociedade que deixou maioritariamente de prezar as crenças e valores em que o exercício da autoridade assentara durante séculos. É a opinião expressa nos jornais que fomenta greves e motins. Mas é também a mesma opinião que dinamiza a formação de associações, cujos membros partilham ideias, interesses e valores. Acima de tudo, é a opinião pública que transmite às multidões aglomeradas nas diversas cidades a convicção de partilharem uma mesma comunidade, por maiores que sejam as suas divisões internas. A par das mudanças na demografia e no modo de produção, é, por conseguinte, toda a organização política, social e cultural que vai assentar em novos moldes, por força do novo regime de produção e circulação de informação.

Do ponto de vista ideológico, é também por essa altura que se instala a convicção de que o poder se legitima não apenas nas urnas, mas também na transparência que só os jornais estão em condições de assegurar. Estes, por sua vez, ao serem catapultados ao

estatuto de árbitros, que os projeta sobre a diversidade das classes sociais, vão por sua vez incorporar os ideais da objetividade, da neutralidade e do respeito pelos factos, em sintonia, de resto, com o positivismo que se impõe no mundo da ciência, com a utopia do progresso tecnológico e civilizacional e, naturalmente, com a difusão dos valores igualitários. Quanto mais os estratos da população a que se alargava o direito de voto, maior vai sendo a sua importância, a tal ponto que a mediação entre os diversos grupos de interesses e as instituições do Estado se torna, a partir de então, impossível à margem desse novo operador de consensos, mas também de dissensos, que são os jornais. O poder precisa deles para explicar a sua ação, isto é, para dar a conhecer e emprestar às suas decisões o carácter de medidas justificadas e justas. A sociedade, por seu turno, precisa deles para que o espaço público não seja totalmente ocupado pela propaganda do poder e haja lugar para a resistência, o descontentamento e a oposição que tais medidas geram sempre, em maior ou menor grau. Sem os *media*, em suma, não seria possível ao sistema político

realizar a agregação de opiniões e vontades que é necessária para o normal funcionamento de uma sociedade com as características da que que vimos descrevendo.

Acresce ainda que a legitimação do poder, à medida que se enraiza a idéia da soberania popular, inerente à democracia, passará a exigir mecanismos de vigilância e de transparência que, uma vez mais, só a nova ordem mediática pode assegurar. Contrariamente ao que pretendia o velho mito, segundo o qual o poder não funciona senão na discrição dos gabinetes, à distância das multidões, a instituição secular do “segredo de Estado” começou a perder boa parte do seu prestígio e da sua aceitação, ao mesmo tempo que os meios de comunicação eram empossados numa autoridade que até aí jamais se lhe havia reconhecido. Se a isto somarmos o peso que a propaganda assumiu durante a I Grande Guerra, como instrumento estratégico destinado a desacreditar o inimigo e a reforçar os sentimentos patrióticos dos soldados que iam sendo enviados para a frente de combate, para já não falar da moral dos cidadãos e da sobrecarga fiscal que lhes

é exigida, compreende-se a razão de ser de uma ruptura tão radical como a que entretanto se operou no espaço público: em pouco tempo, os jornais tinham abandonado a função de simples veículos de curiosidades e opiniões mais ou menos conflituais, para se transformarem num instrumento indispensável ao regular processo de legitimação do poder. A partir de então, o espaço público, na prática, passaria a confundir-se com eles. E foi mais ou menos assim que a sociedade industrial pôde funcionar durante mais de um século.

2. Redes vs. penny press

Acontece que este modelo, por razões que não temos agora tempo de analisar em pormenor, entrou em crise no final do século XX, longe de atingir os resultados que dele se esperava ainda há não muitos anos. Na verdade, de acordo com o ideário iluminista e a sua versão positivista, era suposto que o alargamento da influência dos *media*, secundado pela democratização da escola, iria tornar o espaço público crescentemente mais dinâmico e participativo, ou seja, mais democrático. Era suposto, além disso,

que a vigilância e a divulgação da atividade dos diversos poderes pelos meios de informação elevasse o nível da cidadania e obstasse à corrupção. Era suposto, enfim, que as decisões de interesse comum passassem a ter na sua base processos deliberativos cada vez mais amplos e mais informados, indo ao encontro das reais necessidades dos interessados. Todavia, aquilo que realmente se passou foi muito diferente. Em lugar da multiplicação de eleitores por via do aumento da informação disponível, os níveis de abstenção mantiveram-se elevados, um pouco por toda a parte. Em vez de reduzir a corrupção, a sua divulgação pelos *media* não parece retrai-la, como seria de esperar, e, pior do que isso, ocasiona um grau nunca antes visto de desconfiança no sistema político, corroendo a sua legitimidade. Em resumo, a comunicação de massas não parece ter reforçado significativamente a cidadania. Pelo contrário, é voz corrente que os cidadãos, em número cada vez maior, parecem agir, não como eleitores, mas sobretudo como consumidores. A prova disso é que se fala cada vez menos em representação, e cada vez mais em crise da representação.

O declínio da democracia representativa é comumente atribuído a duas ordens de fatores: ora são os agentes políticos que alegadamente ignoram, por incompetência ou corrupção, a vida concreta das populações, as suas exigências e dificuldades; ora são os meios de comunicação que alegadamente perderam credibilidade, ao transformarem-se em empresas de *entertainment*, sacrificando às leis do mercado o seu antigo prestígio, o qual, recorde-se, assentava sobretudo na independência e no rigor da informação que produziam. Haverá, provavelmente, muito de verdade neste tipo de explicações. Contudo, ele enferma, a meu ver, de um erro de perspectiva, o qual se deve ao facto de considerar uma situação que é inteiramente nova da mesma maneira que considerava a situação anterior. Com efeito, aquilo que continuamos a designar por espaço público já não é o que era há um século atrás, porquanto mudou novamente de configuração e deu lugar a uma outra realidade, com novos instrumentos e novos protagonistas. Longe de corresponderem a um simples alargamento do raio de ação dos *media* tradicionais,

A internet não é uma ampliação do espaço público

as novas tecnologias da comunicação representam uma alteração estrutural da sociedade em que hoje em dia trabalhamos e vivemos. Não adianta, por isso, encará-las como se nada, ou muito pouco, de substantivo tivesse mudado. É aí, de resto, que reside o principal equívoco dos neo-iluministas de finais do século XX, que acreditaram, até muito recentemente, que a democracia se estava a renovar positivamente e que os novos dispositivos comunicacionais iriam obrigar as instituições políticas a tornar-se mais transparentes, perante uma sociedade onde passou a haver informação em abundância e que, por isso mesmo, se tornaria decerto mais vigilante, mais mobilizável e mais participativa. Mais democrática, em suma.

3. A euforia da *e.democracy*

Poderia dar inúmeros exemplos, mas limitar-me-ei a dois autores que espelham bem o sentimento otimista que foi dominante nas últimas décadas. O primeiro é o sociólogo Pierre Rosanvallon, teorizador daquilo a que chama a «contra-democracia». No entender de Rosanvallon, a democracia representativa estaria atualmente a

evoluir, não para uma situação anti-democrática, mas para uma situação que já não é a dos últimos dois séculos e que se caracteriza por toda uma série de novas formas de ação social, organizadas em moldes diferentes e à margem das instituições democráticas. Estas novas formas de cidadania, esclarece ainda o autor, “destinam-se a compensar a erosão da confiança com uma organização da desconfiança” (Rosanvallon, 2006, p. 11), através de meios tão diversos como a vigilância da atividade política, a denúncia da corrupção, as manifestações de indignação e protesto, a resistência a projetos impopulares e a sobrevalorização do papel dos juizes, em contraste com o papel dos representantes eleitos. Sem se substituir propriamente à atividade dos órgãos tradicionais de representação, as diversas formas de “organização da desconfiança” estariam, assim, a alterar profundamente o ambiente político das nossas sociedades, reforçando a democracia e obrigando os governantes a abandonarem a tradicional distância, para se desdobrarem agora em manifestações de proximidade junto dos eleitores. Numa palavra, a sociedade

civil ter-se-ia renovado, compensando com o seu dinamismo a tão falada crise da representação e o afastamento do poder relativamente às carências e expectativas do cidadão comum.

Um outro exemplo de otimismo em relação ao pretenso novo fôlego insuflado pelos novos *media* no espaço público é o do australiano John Keane, o qual identifica explicitamente o espaço virtual como o *pivot* de uma alegada reconfiguração da democracia. Sobrevalorizando as virtualidades da “galáxia internet”, Keane considera que os novos meios de comunicação não só trouxeram um acréscimo de eficácia às iniciativas dos cidadãos para vigiar o poder, como também introduziram uma modificação estrutural na própria sociedade, na política em geral e na democracia em particular. Resumindo, teríamos passado a viver, à escala do planeta, numa “idade de abundância comunicacional”, que “é estruturada por um novo sistema mundial de dispositivos mediáticos sobrepostos e interligados” (Keane, 2013, p. 1).

Semelhante “abundância comunicacional”, como seria de esperar, alterou em profundidade a relação

dos cidadãos com os diversos poderes, incluindo o próprio poder dos *media* tradicionais: “o jornalismo noticioso profissional – diz Keane – é agora apenas um entre os muitos tipos diferentes de instituição com poderes de escrutínio”. Na verdade, acrescenta o autor:

(...) em todas as democracias, há muitas centenas e milhares de instituições de monitorização a trabalhar habilmente na agitação de questões de poder, frequentemente com efeitos políticos. Relatórios de direitos humanos, blogs, tribunais, redes de organizações profissionais e iniciativas cívicas são apenas alguns exemplos de mecanismos de watchdog, guide-dog e barking-dog, que estão a alterar profundamente o espírito e a dinâmica da democracia. (Keane, 2013, p. 47).

Não quer dizer, prossegue Keane, que o jornalismo profissional e o chamado jornalismo cidadão, uma vez por outra, não se interessem um ao outro. As revelações do *Wikileaks* e de Edward Snowden, por exemplo, foram publicadas por alguma da mais

conceituada imprensa internacional. No conjunto, porém, os novos *media* estão a retirar aos *media* tradicionais, assim como aos agentes políticos eleitos, o monopólio da representação da vontade e do interesse dos vários grupos. Cada vez mais, há cidadãos que, isolados ou em associação, apresentam reivindicações, fazem denúncias e falam seja em nome de um grupo específico, seja em defesa da justiça ou da moral universal. Keane chama-lhes, num livro publicado já em 2013, “representantes não eleitos”, acrescentando, com notório e manifesto otimismo:

o número e a variedade de instituições de monitorização cresceram de tal maneira que indiciam já um mundo em que a velha regra “uma pessoa, um voto, um representante” – ponto central na luta pela democracia representativa – é substituído pelo novo princípio da democracia monitorizada: “uma pessoa, muitos interesses, muitas vozes, muitos votos, múltiplos representantes”. (Keane, 2013, pp. 85-86).

A sociedade da “abundância comunicacional”, por conseguinte, não seria uma sociedade onde a representação estivesse em vias de ser afastada. Não estamos numa pós-democracia, garante Keane, contrariamente ao que havia anunciado, há pouco mais de uma década, Colin Crouch (2000). O que acontece é que a representação começou a abandonar a rigidez do modelo em que havia funcionado nos últimos dois séculos, para assumir uma plasticidade que a torna mais democrática e, simultaneamente, mais conforme à complexidade do nosso tempo. Em vez de se mobilizarem exclusivamente através dos sindicatos e partidos tradicionais, que supostamente se fariam eco da sua voz, os cidadãos teriam passado a multiplicar o tipo de organizações através das quais se fazem representar, não apenas no Parlamento e de tantos em tantos anos, mas diretamente no espaço público, agora aberto em permanência. Tudo se encaminharia, portanto, na narrativa de Keane, para uma sociedade da transparência e da interação instantânea entre o poder e o povo, graças às inesperadas virtualidades da tecnologia digital.

Apesar das enormes diferenças que os distinguem, tanto John Keane como o citado Pierre Rosanvallon dão por assente, primeiro, que a transparência sem limite é um objetivo já inscrito no cerne da modernidade e do iluminismo, sendo aquilo a que estamos a assistir uma continuidade, não uma ruptura; segundo, que é possível integrar, com vantagem, esse objetivo no quadro de uma democracia representativa, a qual, desse modo, se tornaria mais participativa e menos elitista. Em abono desta sua visão otimista, ambos os autores apontam os efeitos indiscutivelmente positivos dos novos *media*: democratização do acesso à informação; divulgação de factos que os *media* tradicionais omitem; monitorização do poder à escala local, nacional e internacional. Não faltam, de resto, exemplos de mobilização cidadã pela *internet*, sempre invocados pelos defensores da *e.democracy*, para provar que todo este aprofundamento democrático estaria de facto a acontecer: Primavera Árabe; 11 de Março em Madrid, 2004; Occupy Wall Street em Nova Iorque, 2011; manifestações em São Paulo, 2013. Tudo somado, a conclusão dir-se-ia irrefutável: as

redes sociais vieram possibilitar a transparência, a monitorização do poder e a aproximação entre representantes e representados. Longe de pôr em causa a democracia, elas constituem, pelo contrário, um antídoto à *pós-democracia* diagnosticada por Crouch, ou seja, a uma sociedade em que as elites económicas e políticas se têm crescentemente apoderado do Estado em benefício próprio, na maioria dos casos com total desconhecimento dos cidadãos.

5. *People vs. tech*

Esta visão algo utópica, que foi dominante ainda nos primeiros anos do sec. XXI, esbarrava, no entanto, já nessa altura, com algum ceticismo. Antes de mais, suspeitava-se do irrealismo de muitas das potencialidades que se atribuíam à “galáxia *internet*”. E não eram apenas os reacionários e nostálgicos dos bons velhos tempos da esfera pública que apontavam o dedo àquilo que chamavam de “cyber-utopismo”. Astra Taylor, por exemplo, uma assumida militante de esquerda e ativista do *Occupy Wall Street*, pôs, desde logo, o dedo na ferida:

A nova ortodoxia imagina a Web como uma espécie de Robin Hood, que rouba audiência e influência aos grandes para a dar aos pequenos. (...) Os seus defensores falam de abertura, transparência e participação, termos estes que definem presentemente os nossos mais elevados ideais, a nossa concepção do que é bom e desejável para o futuro dos média na idade da internet. Mas esses ideais não são suficientes, se nós queremos construir uma cultura digital mais democrática e mais desejável. A abertura, em particular, não é forçosamente progressista. Enquanto a internet cria espaço para muitas vozes, a abertura da rede reflete e até amplifica as desigualdades do mundo real. (Taylor, 2014, p. 10)

Mais radicalmente ainda, houve autores que sublinharam a confusão gerada pela *cyber-cultura* entre a voz do povo, e o ruído da multidão, entre o *demos* e aquilo que em grego se chamava o *ochlos*. Tanto a democracia como a *internet* são, efetivamente, animadas pelos valores da liberdade e da igualdade ou isonomia. A origem

histórica desta última remonta, de resto, às comunidades *hyppies* dos anos 70, em São Francisco, onde mais tarde viria a surgir Silicon Valley. Contudo, a igualdade democrática não significa uma espécie de indiferença negativa a tudo quanto se diz no espaço público. Conforme escreve Paul Mathias,

se é verdade que a internet permite, muitas vezes, dar voz a indivíduos e a grupos a quem outrora ela era retirada, também é verdade que nem tudo é igualmente discutível e que, nas redes, a fronteira entre a argumentação e o ruído é por vezes impercetível. (Mathias, 2012, 186)

Não se trata de uma questão de mais ou menos *expertise*, embora em sociedades complexas, de economia baseada essencialmente no conhecimento, este aspeto também deva ser tido em conta. Mas trata-se, principalmente, de uma questão de mediações e procedimentos. Em democracia, houve sempre normas a determinar o espaço em que se processa a discussão, as condições para o uso da palavra, a ordem das intervenções, o momento e a forma da decisão, os requisitos a

que tem de obedecer a autoridade e a lei. Ora, a crença ingénuo na sabedoria das multidões (*the wisdom of the crowds*) e na presunção de que o coletivo estaria por natureza mais próximo da verdade, veiculada a toda a hora pela *net*, leva a uma recusa instintiva de todos esses modos de funcionamento, considerados ‘burocráticos’ e, por conseguinte, desnecessários, e a imaginar que a democracia pode agora realizar-se de forma instantânea e mais eficazmente, sem qualquer mediação, visto a tecnologia permitir a toda gente expressar-se livremente, a qualquer hora e sem obedecer a nenhuma norma. Não admira, por isso, que o jornalista Jamie Barlett, num livro publicado em 2018, se insurja enfaticamente contra estes “crentes da tecno-utopia”, dotados de uma desmesurada “fé no poder emancipatório da tecnologia digital”:

Esta fé torna-os potencialmente mais perigosos. Tal como no sec. XVIII os revolucionários franceses, que acreditavam ir construir um mundo baseado em princípios abstractos como a igualdade, estes utópicos de última hora sonham

com uma sociedade dirigida pela conectividade, os networks, as plataformas e bases de dados. Em democracia (e, evidentemente, no mundo) as coisas não se passam assim. A democracia é lenta, deliberativa e baseada no físico. A democracia é mais analógica do que digital. E uma visão do futuro que vai ao arrepio da realidade da vida e dos desejos das pessoas só pode acabar em desastre. (Bartlett, 2018, p. 9).

Embora não partilhando por inteiro do pessimismo de Bartlett, gostaria, no entanto, de sublinhar brevemente os traços mais marcantes com que a tecnologia digital reconfigurou, não só a vida individual de cada um de nós, mas também a nossa inter-comunicação e a própria vida em comunidade :

A. A *Internet* não é uma ampliação do espaço público. Se a olharmos dessa perspectiva, veremos apenas o lado narcisista e exibicionista das redes, deplorando-as como lixo e encarando-as, eventualmente, como se elas estivessem para a esfera pública como as favelas e

bairros degradados estão para o centro das grandes cidades.

- B. O espaço público não se alargou, modificou-se. Primeiro, atenuou-se a fronteira nítida que separava o público e o privado, para passar a haver apenas uma distinção entre o muito e o pouco visível. Segundo, tornou-se irrelevante a função do *gatekeeper*, até há pouco desempenhada pelos jornais, que decidiam quem e o quê tinha acesso ao espaço público, passando a haver um espaço virtualmente aberto a tudo e a todos. Terceiro, à distinção entre a verdade e a mentira sobrepõe-se progressivamente a distinção entre enunciados com maior e enunciados com menor divulgação. Por último, a autoridade e a reputação, tradicionalmente associadas ao conteúdo das mensagens, associam-se cada vez mais ao número de vezes que estas são citadas.
- C. A «população» do espaço público modificou-se quantitativa e qualitativamente. Por um lado, o número de pessoas que povoam esse espaço corresponderá, muito em breve, a metade da população do

universo; por outro, passou a ser maioritariamente constituída por gente jovem e do povo, gente que faz e desfaz comunidades, sempre nómadas, sempre em transformação.

- D. Em consequência, esbate-se também a linha divisória entre leitor e jornalista: quem quiser põe a circular opiniões, imagens, informação. Os próprios jornais já não se inibem de recorrer às redes sociais e de as citar como fonte noticiosa, numa crescente indefinição de fronteiras e de géneros.
- E. Contudo, nas redes não se produz informação, faz-se comunicação, conversa-se e fazem-se comunidades ocasionais. É o chamado tribalismo virtual: conversas privadas, mas que são tidas em público; conversas triviais, mas que têm por tema o que vulgarmente se considera assunto público. Tanto ou mais do que a *net*, os biliões de *SMS* que confluem a cada instante no espaço público convertem-no em ruído sistemático. Manifestamente, as análises que a princípio confundiram este novo espaço com meia dúzia de *blogs* de elite, que

O apogeu das multidões não parece estar no horizonte.

O que tem vindo a surgir são núcleos clandestinos de produção, manipulação e distribuição de informação

se diria concorrerem com os meios tradicionais, estavam equivocadas quanto à sua verdadeira natureza.

- F. Graças a esta Babel que se instalou onde outrora os *media* procediam à agregação e confronto de opiniões, o ritmo e o estilo das conversas privadas contaminou quer os *media* tradicionais, quer a linguagem e a atuação dos agentes políticos: se a divulgação de reportagens intimistas e *selfies* de família se tornou banal, a produção e gestão contínua de novos factos, através de novas mensagens, tornou-se-lhes um imperativo de sobrevivência.

Conclusão

Independentemente da avaliação que se possa fazer destas mudanças, parece inegável que elas representam uma transformação radical do espaço público, só comparável aquela que a produção de papel de baixo custo permitiu há um século e meio. Nessa altura, também se alterou o produto e a escala a que era produzido e consumido. Porém, a distância que separava a elite que os controlava e a multidão que passou a lê-los continuou igual à que antes separava a burguesia letrada do proletariado

analfabeto. Sob esse aspeto, nem a rádio, nem a televisão, viriam a alterar grande coisa. Tanto uma como outra continuavam a estar nas mãos de uma minoria – donos de jornais e jornalistas – que determinava aquilo que devia entrar no espaço público. Só no século XXI, com a massificação dos artefactos digitais, este viria a transformar-se num espaço maioritariamente ocupado pelo cidadão comum e onde as elites tradicionais perderam, aparentemente, a batalha pela hegemonia. Significará isto o verdadeiro «triumfo das massas»? Terá a democracia entrado numa fase em que, havendo ou não representação política, a maioria da população vai controlar efetivamente as decisões de interesse geral?

Sem querer fazer futurologia, registre-se apenas que todos os sinais que vamos tendo parecem apontar num sentido bem diferente. É verdade que a elite que até há pouco detinha a hegemonia se encontra ameaçada. Contudo, não se sabe ainda como será aquela que a irá render. Por ora, percebe-se apenas que há uma contra-hegemonia em curso. Como escreveu o investigador Fernando Schüler, a propósito da eleição de Jair Bolsonaro:

Decisivo neste percurso é o efeito da Internet. A hegemonia intelectual da esquerda dependia do seu controlo sobre instituições, universidades, escolas, instituições culturais - sobre órgãos da Igreja, redações de jornais e diretórios estudantis. E havia, como é óbvio, a sua influência brutalmente maior na ação partidária. (...) A Internet fez explodir este mundo relativamente fechado. O poder da palavra diluiu-se, ou melhor, disseminou-se pelo tecido social. Foi a via de expressão de uma contra-hegemonia. (Schüler, 2017)

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.

Referências bibliográficas

- Tocqueville, A. (1986). *De la Démocratie en Amérique*, 2 vols. Paris: Gallimard, Folio.
- Pierre Rosanvallon (2006). *La Contre-Démocratie*. Paris: Seuil, p. 11.
- Keane, J. (2013). *Democracy and Media Decadence*, Cambridge University Press.
- Crouch, C. (2000). *Post-Democracy*. Cambridge: Polity Press
- Taylor, A. (2014). *The People Platform. Taking Back Power and Culture in the Digital Age*. London: Fourth State.
- Mathias, P. (2012). Métamorphoses de la démocratie. In Yves Charles Zarka (dir.), *Démocratie, État Critique*. Paris: Armand Colin
- Bartlett, J. (2018). *The People vs Tech*. London: Ebury Press, Penguin.
- Schüler, F. (2017). *Existe mesmo uma onda conservadora?* Retirado em 15 de junho de 2019 de <http://fernandoschuler.com/fernando-schuler/entrevistas/politica/existe-mesmo-uma-onda-conservadora/>

Apoios



UNIVERSIDADE DE
COIMBRA

FACULDADE
DE
LETRAS



2



CEIS 30
CENTRO DE ESTUDOS
DO SEGURO SUCESSO
DA UNIVERSIDADE DE COIMBRA

FCT

Fundação para a Ciência e a Tecnologia
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO E CIÊNCIA

UID/HIS/00460/2013