

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 | <ul style="list-style-type: none"> # Ombudsmans # Livros de estilo # Códigos de ética internos # Estatutos de redação (documentos de linha editorial) # Comitês Profissionais # Seções de reclamações | <ul style="list-style-type: none"> # Clubes de jornalistas # Códigos de ética externos # Conselhos de imprensa # Conselhos audiovisuais # Associações profissionais # Sindicatos profissionais |
| | Transparência | <ul style="list-style-type: none"> # Informações sobre dados corporativos do meio # Seção/área dedicada a relatórios sobre mídia # Site ou blog da direção da empresa | <ul style="list-style-type: none"> # 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) | <ul style="list-style-type: none"> # Blogs de jornalistas hospedados no site do meio # Perfis oficiais do meio nas redes sociais | <ul style="list-style-type: none"> # Blogs externos de jornalistas |
| Sem intervenção profissional | Transparência | <ul style="list-style-type: none"> # Cartas ao diretor/editor # Chamadas telefônicas e SMS # Chats com leitores/audiência # Botões de notificação de erro | <ul style="list-style-type: none"> # Associações de espectadores # Associações de consumidores e usuários |
| | Participação (interação com os cidadãos) | <ul style="list-style-type: none"> # Seção de conteúdo elaborado por usuários # Blogs de cidadãos incluídos no site do meio | <ul style="list-style-type: none"> # 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 responsabilização 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. & Lep-pik-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. & Lep-pik-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.