



DAR A PALAVRA AO PÚBLICO

Como os provedores de imprensa garantem a responsabilização, instauram a confiança e acrescentam valor aos órgãos de informação

Por Karen Rothmyer

© 2013 Friedrich-Ebert-Stiftung (FES)

Publicado por fesmedia Africa, Friedrich-Ebert-Stiftung
P O Box 23652
Windhoek, Namibia
Tel: +264-61 417 500
Email: info@fesmedia.org
www.fesmedia-Africa.org

Reservados todos os direitos.

As averiguações, interpretações e conclusões expressas neste volume não reflectem necessariamente os pontos de vista de Friedrich-Ebert-Stiftungor *fesmedia Africa*. *fesmedia Africa* não garante a exactidão dos dados incluídos neste trabalho.

ISBN: 978-99945-77-13-2

A venda ou uso comercial de todos os meios de comunicação publicados por Friedrich-Ebert-Stiftung (FES) é proibido sem autorização por escrito de FES.

fesmedia Africa

fesmedia Africa é o projecto de comunicação de Friedrich-Ebert-Stiftung em África. Com os nossos parceiros na sociedade civil e política, fesmedia Africa promove a liberdade de comunicação, o direito a informação, meios de comunicação independentes, e a diversidade do conteúdo de comunicação social em apoio a boa governação, democratização e desenvolvimento socioeconómico.

FES en Afrique

Com escritórios em 19 países Africanos ao Sul do Sara Friedrich-Ebert-Stiftung promove democratização, boa governação e desenvolvimento social em cooperação com parceiros na política e sociedade.

Friedrich-Ebert-Stiftung

Friedrich-Ebert-Stiftung (FES) é uma fundação não governamental e não lucrativa. FES está representada em cerca de 100 países através do Mundo. Estabelecida em 1925, FES está empenhada nas ideias e valores básicos da democracia social - participação política, justiça social, e solidariedade – para conservar o legado do primeiro presidente da Alemanha democraticamente eleito, Friedrich Ebert.

Dar a Palavra ao Público

Como os provedores de imprensa
garantem a responsabilização,
instauram a confiança e
acrescentam valor aos órgãos de
informação

Por Karen Rothmyer

2013

Índice

INFORMAÇÃO SOBRE A AUTORA.....	4
<i>Preâmbulo</i>	5
<i>Prefácio</i>	7
<i>1. O papel e a história dos provedores de imprensa</i>	9
<i>2. Quando governos e meios de comunicação entram em confronto</i>	17
Estudo de Caso: Defender o direito de saber na América.....	19
Estudo de Caso: Dissipar a cólera do governo no Quénia.....	24
<i>3. Os provedores e o público</i>	28
Estudo de Caso: O provedor como educador no Canadá.....	31
Estudo de Caso: Agir correctamente no Reino Unido.....	36
<i>4. Trabalhar a partir do interior</i>	40
Estudo de Caso: Encorajar a auto-reflexão na África do Sul.....	42
Estudo de Caso: Aplicar as normas deontológicas na Argentina.....	46
<i>5. Conclusão</i>	50
NOTAS FINAIS.....	53

Informação sobre a Autora

Karen Rothmyer iniciou a sua carreira de jornalista na Associated Press, tendo depois trabalhado para publicações americanas, desde o Wall Street Journal até ao semanário político americano The Nation, onde ocupou o lugar de directora-geral. Depois de se ter estabelecido no Quénia, trabalhou primeiro como assessora de redacção e depois como provedora do leitor junto do jornal Star. Ensinou igualmente na Escola Superior de Jornalismo da Universidade de Columbia em Nova Iorque e na Escola de Jornalismo e Comunicação de Massas da Universidade de Nairobi. Foi membro do comité director do Fundo dos Meios de Comunicação da Tanzânia nos seus dois primeiros anos de existência, e Membro do Centro Shorenstein sobre a Imprensa, Política e Políticas Públicas na Universidade de Harvard em 2010. Actualmente é colaboradora de redacção do The Nation e professora convidada na Universidade de Cambridge.

Preâmbulo

- Quem vigia a comissão de vigilância? Será que a comunicação social deverá ser regulada? Em caso afirmativo, como é que isso pode ser feito sem atentar contra a liberdade de expressão, um direito humano fundamental?

Uma das abordagens normalmente adoptadas consiste em deixar, em geral, que a imprensa se regule a si própria, enquanto a regulamentação normativa dos meios de radiodifusão parecia justificada para gerir a escassez do espectro radioelétrico com imparcialidade e de modo a garantir a diversidade global do conteúdo de radiofusão.

No entanto, esta abordagem é controversa e o debate sobre a regulamentação da comunicação social registou um renovado interesse mundial quando o escândalo acerca da pirataria informática de telefones no Reino Unido eclodiu novamente em 2011. Em todo o mundo, os meios de comunicação são criticados pelas suas reportagens ou práticas inexactas e pouco éticas. Os governos, as instituições públicas e os detentores de cargos públicos gostam particularmente de acusar os jornalistas de falta de profissionalismo, muitas vezes quando se tornam o alvo das críticas públicas e da atenção dos meios de comunicação. Muitos responsáveis e profissionais dos meios de comunicação alegam que os mecanismos de regulamentação voluntária como conselhos de auto-regulamentação dos meios de comunicação são entidades ineficazes, uma vez que as suas decisões não são passíveis de aplicação. Outros profissionais dos meios de comunicação fazem notar que, pelo contrário, os órgãos estatutários cujos membros são nomeados pelo governo não são respeitados pela fraternidade dos meios de comunicação, e que as decisões tomadas pelos pares são mais respeitadas e, por isso, mais eficazes do que as tomadas por pessoas exteriores.

As reportagens pouco profissionais e pouco éticas constituem, em grau variável, uma realidade na maioria dos países em África. No entanto, a relutância dos poderes instituídos em aceitar a crítica legítima constitui igualmente uma realidade. O desafio consiste em encontrar um mecanismo de regulamentação dos meios de comunicação que responda aos verdadeiros problemas deontológicos destes últimos, ao mesmo tempo que protege a

liberdade de expressão e garante que os meios de comunicação podem fazer o seu trabalho sem serem incomodados.

Neste contexto, o estudo de Karen Rothmyer chama a atenção para a abordagem de regulamentação voluntária dos meios de comunicação que, até agora, não tem sido muito debatida. Através de diversos estudos de casos e do testemunho de partes afectadas, Karen Rothmyer sugere que os provedores de imprensa (provedores do leitor) poderão muito bem ser uma forma de auto-regulamentação dos meios de comunicação capaz de resolver alguns dos problemas referidos anteriormente. Devido ao facto de estarem vinculados a uma sociedade de comunicação social específica, as opiniões e recomendações dos provedores de imprensa provavelmente serão respeitadas e desencadearão mudanças positivas nas salas de redacção. Ao mesmo tempo, efectuam um trabalho suficientemente distinto do da sala de redacção para serem intermediários eficazes entre as sociedades de comunicação social por um lado e o público e os responsáveis governamentais por outro. Os novos provedores de imprensa podem apresentar também um interesse comercial para as sociedades de comunicação social ao reduzirem acções judiciais dispendiosas e ao melhorar a qualidade e a reputação dos produtos mediáticos, visto que o diálogo do novo provedor de imprensa com o público encoraja a confiança dos consumidores da comunicação social nesse meio de comunicação em questão.

O programa sobre os meios de comunicação africanos da Friedrich-Ebert-Stiftung (*fesmedia Africa*, FES) espera que os resultados deste estudo encorajem as sociedades de comunicação social em todo o continente a contratarem provedores de imprensa uma vez que a auto-regulamentação eficaz dos meios de comunicação melhora a qualidade da cobertura mediática e promove e protege o trabalho dos meios de comunicação independentes. Esta pesquisa faz, portanto, parte de um conjunto de actividades que a *fesmedia Africa* pretende utilizar para promover a liberdade de expressão como condição prévia para a participação das pessoas na vida pública e nos processos de desenvolvimento, e como pedra angular e qualquer sociedade democrática.

Mareike Le Pelley
fesmedia Africa
Friedrich-Ebert-Stiftung

Prefácio

No início de 2011, assinei um contrato para ser a primeira provedora do leitor (outra designação para o provedor de imprensa) no Star, um diário sediado em Nairobi. Anteriormente tinha sido assessora de redacção no Star, após uma carreira jornalística nos Estados Unidos inspirada, anos antes, pelo lançamento de um jornal escolar no Quênia. Dada a minha experiência, senti-me preparada para ser a pessoa designada a quem os leitores podiam colocar as suas questões e dirigir as suas críticas.

Mas nada me tinha preparado para a série de questões colocadas pelos leitores e jornalistas do Star durante o período em que ocupei o cargo: O que ia fazer em relação aos erros de ortografia? Em relação ao plágio? Em relação aos alegados discursos de incitamento ao ódio por parte de colunistas? E o que pensava da utilização do Twitter e do Facebook pelos repórteres?

Também não me tinha apercebido do grau de sensibilidade dos meus colegas jornalistas em relação a críticas, apesar de eu ser exactamente igual. Houve dias, após a publicação de alguma das minhas colunas, em que senti o ambiente glacial na sala de redacção antes mesmo de abrir a porta.

Apesar disso, fiquei sempre impressionada com a vontade dos jornalistas e da direcção do Star em reflectirem abertamente sobre as decisões que tinham tomado e de me perguntarem às vezes a minha opinião sobre pontos deontológicos. Foi uma experiência extremamente enriquecedora a todos os níveis, não apenas para a sala de redacção mas também para os leitores. Quando o Director-Geral e o Chefe de Redacção me disseram que tencionavam contratar um sucessor no fim do meu contrato – o que fizeram – isso constituiu a prova que eu esperava que a experiência fora considerada um êxito. (Disse desde o início que não ocuparia aquele cargo durante mais de dois anos.)

Durante o período em que desempenhei as funções de provedora do leitor, fiquei convencida que a comunicação social em todo o lado beneficiaria com a existência de provedores, tanto em termos da sua relação com o público e para bem das suas salas de redacção. Tal convicção levou-me a aceitar o cargo de professora visitante na Universidade de Cambridge com o objectivo de

efectuar investigação sobre o valor dos provedores de imprensa e de começar a explorar meios de aumentar o seu número.

E daí o presente documento, centrado em “estudos de casos”— um dos quais, espero que sem presunção, baseado na minha própria experiência no Star. Para estes estudos de casos entrevistei não apenas os provedores mas também as pessoas dentro ou fora da profissão em posição de comentar sobre a utilidade das contribuições dos provedores. Espero que os responsáveis pelos meios de comunicação, e qualquer pessoa que acredite na importância de uma imprensa livre e responsável, sejam convencidos pelas provas.

Gostaria de expresser o meu agradecimento ao Wolfson College em Cambridge por me ter dado o título de professora convidada, ao programa sobre os meios de comunicação africanos da Friedrich-Ebert-Stiftung (fesmedia Africa) por ter publicado os resultados da minha investigação, aos membros da Organização dos Provedores de Imprensa por terem partilhado as suas experiências de forma tão generosa, ao Fórum dos Líderes dos Meios de Comunicação Africanos por terem disponibilizado um local para discussão do conceito de provedor de imprensa e, acima de tudo, aos meus colegas do Star.

Karen Rothmyer

Nairobi, Kenya
karen.rothmyer@gmail.com
September 2013

1. O papel e a história dos provedores de imprensa

Provedores e democracia

Quando Narasimhan Ram, então redactor-chefe do jornal *The Hindu*, anunciou a nomeação do primeiro provedor daquele jornal em 2006, afirmou que os objectivos da nomeação eram institucionalizar a auto-regulamentação, melhorar as normas e reforçar os vínculos entre o jornal e os seus leitores.¹ De igual modo, quando Trevor Ncube, presidente da Alpha Media Holdings, anunciou no início de 2012 a nomeação do primeiro provedor para servir as necessidades das filiais da companhia no Zimbabwe, disse que se tratava de mais um outro passo para “garantir que todas as nossas publicações e plataformas multimédia servissem leitores e anunciantes publicitários de forma irrepreensível.”²

Um outro problema que nem Ram nem Ncube referiram, mas que constitui uma importante preocupação em países com tradições democráticas relativamente frágeis ou recentes, é a relação entre governo e os meios de comunicação. Embora as instituições de comunicação social se considerem, e em geral sejam consideradas pelo público, como agentes importantes no reforço das instituições democráticas, os governos muitas vezes consideram-nas uma ameaça à ordem estabelecida. Poderá portanto afirmar-se que o papel mais importante que os provedores desempenham nos países em vias de desenvolvimento – e uma razão fundamental pela qual o seu número aumenta aqui, numa altura em que diminui no Ocidente – é o de juízes imparciais que são, simultaneamente, defensores da liberdade de imprensa.

“Quando as pessoas delegam autoridade, não concedem aos políticos e outros funcionários públicos, por outras palavras, os funcionários que os represnetam, o direito de decidir aquilo que as pessoas devem saber e o que não devem saber,” escreveu Joe Latakomo, o provedor da Avusa Media, uma cadeia de jornais sul-africanos, numa coluna em 2011 criticando um projecto de lei sobre a “Protecção da Informação”. “Tudo o que o governo faz, fá-lo em nome do povo,” acrescentou. “São os interesses destas pessoas a nível mediático que eu represento.”³

A questão do papel do provedor no reforço da democracia também foi abordada pelo primeiro provedor do Brasil, Caio Tulio Costa. Nomeado em 1989, declarou mais tarde que o seu papel na Folha de São Paulo, o principal jornal do país, consistiu em “introduzir um serviço aos cidadãos num país onde a cidadania não é uma ideia disseminada, mas um desejo difuso e uma perspectiva remota.”⁴ A América Latina, que durante muitos anos esteve subordinada a um regime militar generalizado, é hoje uma zona em rápido crescimento a nível do número de provedores de imprensa.

Segundo Jeffrey Dvorkin, antigo director executivo da Organização dos Provedores de Imprensa (ONO), com sede no Canadá, o desejo de consolidação da democracia é responsável por grande parte do recente aumento do número de provedores. Durante a assembleia geral da ONO em 2013, disse que o número de membros tinha aumentado mais de um terço desde 2008, para cerca de 60, com ganhos consideráveis em zonas fora da América do Norte e da Europa Ocidental. “Se as democracias desejam ser sustentáveis precisam de uma imprensa independente,” declarou Dvorkin.⁵

Uma breve história dos provedores de imprensa

No início do século XX, as primeiras instituições a nível da comunicação social a terem processos de tratamento de queixas bem estabelecidos foram Asahi Shimbun, o maior jornal do Japão, e o New York World, um diário americano que já não existe.⁶ Demorou mais de 50 anos até a ideia ter começado a espalhar-se de forma generalizada, inicialmente na América do Norte numa altura em que as sondagens demonstravam que o público considerava os jornais como arrogantes e desligados dos leitores.

Hoje, uma estimativa razoável aponta para que haja entre 125 e 150 provedores de imprensa em todo o mundo. Cerca de 30 trabalham na América do Norte, outros 30 na América Latina, e pelo menos 50 na Europa e no Médio Oriente, enquanto África tem cerca de dez (a maioria na África do Sul) e a Ásia e o Pacífico metade desse número.⁷ Encontramo-los em jornais e em canais de difusão, e em companhias privadas e entidades públicas de comunicação social. Normalmente conhecidos como provedores, são igualmente conhecidos pelos seus títulos, incluindo os de provedor do leitor, defensor do leitor e também redactor do leitor.

Para avaliar a popularidade dos provedores, regista-se o número de pessoas que a eles se dirigem para se queixarem ou oferecerem sugestões. Segundo Dvorkin, que entre 2000 e 2006 desempenhou funções como primeiro provedor da Rádio Pública Nacional nos Estados Unidos, no seu último ano de trabalho recebeu mais de 82.000 emails, milhares de cartas e inúmeras chamadas telefónicas.⁸ De igual modo, Chris Elliott, provedor do jornal Guardian no Reino Unido, afirma que perto de 26.000 leitores por ano se manifestam junto do seu gabinete.⁹

Os provedores trabalham de várias formas. Alguns têm contratos fixos, outros trabalham durante períodos indeterminados. Para alguns trata-se de uma missão de fim de carreira, enquanto para outros, nomeadamente na América Latina, é antes uma etapa a meio da carreira. Muitos provedores são empregados a tempo inteiro mas outros, frequentemente académicos ou jornalistas reformados, exercem a sua função a tempo parcial.

A principal função dos provedores é responder às queixas do público sobre o trabalho dos jornalistas empregues pelas respectivas organizações. Além de comentar questões de deontologia e imparcialidade, alguns provedores também supervisionam as correcções factuais. (Nalgumas organizações os redactores mantêm este papel). Em geral, os provedores exprimem os seus pontos de vista através de colunas ou seus equivalentes a nível de radiofusão, e um número crescente também contacta directamente com o público através das redes sociais. Embora muitos optem por ser tão independentes quanto possível da sala de redacção, outros consideram que a sua função inclui dar conselhos quando solicitados a tal e efectuar acções de mentoria a jovens jornalistas.

Como ilustram estas diferenças, o conceito de provedor evoluiu ao longo dos últimos cinquenta anos, refletindo preferências culturais e individuais. No Japão, por exemplo, o gabinete de reclamações original em Asahi Shimbun já não existe, mas no início dos anos de 2000 aquele jornal e outros formaram comités compostos por peritos externos que examinavam com regularidade a cobertura noticiosa e propunham recomendações, com uma forte tónica na protecção dos direitos humanos.¹⁰

Na Argentina, os direitos humanos constituem igualmente uma prioridade para Cynthia Ottaviano, a primeira “Defensora Pública” do país no que toca a questões ligadas aos meios de comunicação, que iniciou o seu trabalho no final de 2012. Para ela, a sua missão consiste em ajudar o país a efectuar a

mudança de um sistema autoritário para um sistema que destaca os direitos humanos, incluindo o direito à comunicação. As suas actividades incluem realizar audiências públicas para avaliar o desempenho dos meios de comunicação e educar o público sobre o papel dos meios de comunicação, e ainda receber queixas.¹¹

Embora nenhuma destas instituições esteja em conformidade com o chamado modelo clássico de provedor, cada uma inclui aspectos de participação pública e auto-inspecção.

Provedores e Conselhos de Imprensa

Os provedores de imprensa não representam a única forma de escrutínio dos meios de comunicação. Os conselhos de imprensa nacionais, que estabelecem normas para o sector e também se pronunciam sobre o desempenho dos meios de comunicação individuais, foram criados no início da década de 1900 e existem agora em todo o mundo. Um estudo efectuado em 2009 estima que o número de conselhos que pertencem a uma ou duas importantes organizações internacionais ronda os 40.¹²

Alguns conselhos de imprensa são, em geral, considerados de forma positiva como acontece, por exemplo, na África do Sul. No entanto, a maioria é relativamente ineficaz, uma vez que são fortemente influenciados pelos proprietários dos meios de comunicação, ou então são punitivos, uma vez que são controlados pelo governo. Um recente exemplo bem conhecido desta ineficácia é o Reino Unido, onde as invasões da vida privada e as violações da lei por parte dos tablóides duraram anos, apesar da existência de um conselho deste tipo (neste caso conhecido como Comissão de Queixas sobre a Imprensa), até que um caso particularmente chocante gerou protestos públicos. Em contrapartida, o Conselho de Imprensa Nacional do Sudão censurou a cobertura crítica do governo antes das eleições de 2009 e, no ano seguinte, acusou um jornalista proeminente e membro de um partido da oposição de “travar uma guerra contra o estado.”¹³

Os conselhos nacionais causam outros problemas mais banais, sendo o maior provavelmente o tempo necessário para responder às queixas. Um exemplo característico é uma queixa sobre um programa de rádio que foi apresentada ao Conselho para a Comunicação Social do Quénia em Novembro de 2010; foram precisos 18 meses antes de ser anunciada uma decisão.¹⁴ No Bangladesh, onde o Professor Golam Rahman foi nomeado em 2011 para

provedor do primeiro jornal do país a criar este cargo, Rahman escreveu que o público muitas vezes se mostrava “relutante em contactar o Conselho de Imprensa, devido aos processos morosos na obtenção de soluções.”¹⁵

Uma questão conexa é o desprezo ou hostilidade frequentes manifestados pelos profissionais dos meios de comunicação relativamente aos conselhos de imprensa. Numa dissertação de doutoramento sobre a auto-regulamentação apresentada em 2012, Ayub Rioba, docente na Universidade de Dar es Salaam, opinou que, embora o Conselho para a Comunicação Social da Tanzânia tenha desempenhado um papel útil na auto-regulamentação, nalguns casos “a duração dos processos tinha sido desnecessariamente prolongada sobretudo devido à não cooperação de redactores ou editores.”¹⁶

Dvorkin, da ONO, agora um académico na Universidade de Toronto, afirma que tem observado que os conselhos de imprensa “burocratizam o processo” de apresentação de queixas. “Penso sinceramente que são uma perda de tempo”, declara. “Os meios de comunicação usam-nos como forma de evitar lidar com o público.”¹⁷

Para ser justo, inúmeros profissionais dos meios de comunicação acham que os conselhos de imprensa não têm a mínima ideia da forma como efectivamente funcionam as salas de redacção e são demasiado críticos, situação que os leva a evitar cooperar sempre que possível. O Professor J.D. Froneman da Universidade do Noroeste, na África do Sul, observou num estudo publicado em 2011 que os provedores em órgãos noticiosos individuais “se encontram muito mais perto do rebuliço da prática jornalística” do que qualquer outro órgão nacional pode esperar ser.¹⁸

Segundo Yavuz Baydar, um provedor na Turquia até meados de 2013, um factor adicional que pode tornar os provedores preferíveis aos conselhos de imprensa em países em vias de desenvolvimento seria a natureza instável dos próprios países. “Nas democracias emergentes ou em transição, os meios de comunicação tendem, em geral, a ser mais divididos, polarizados e ideológicos do que nas democracias de pleno direito, dificultando o estabelecimento de uma união em torno de questões sobre jornalismo,” indicou num estudo da Unesco publicado em 2011. Nessas situações, acrescentou, “é mais fácil cada serviço noticioso estabelecer um modelo interno de auto-regulamentação.”¹⁹

Por estas razões, entre outras, os provedores de imprensa representam uma alternativa atraente aos conselhos de imprensa ou, pelo menos, um importante acréscimo. No Reino Unido, o relatório de 2012 sobre o inquérito Leveson,

criado em resposta aos escândalos ligados à comunicação social, recomendou a criação de um órgão de supervisão nacional muito mais rigoroso e ainda a introdução de mecanismos internos de apresentação de queixas. Observou que “O inquérito ouviu vários testemunhos de boas práticas quanto a esta questão, particularmente em relação à utilização de provedores do leitor [provedores]”.²⁰

Uma instituição menos do que perfeita

Nos últimos anos, o número de provedores em muitos países ocidentais tem diminuído. A razão mais frequentemente citada para esta diminuição é a difícil situação financeira mas muitas pessoas, mesmo nas filiras dos provedores, vêem problemas mais profundos. Margreet Vermeulen, provedora holandesa, disse à conferência da ONO de 2013 que “Os provedores não são vistos como parte da solução” na sobrevivência dos jornais.

Alguns desses problemas têm a ver com a natureza interna-externa complicada do cargo que os provedores ocupam. No seu livro de 2003 intitulado “Os Provedores de Imprensa na América do Norte”, o Professor Neil Namath salientou que a maioria dos provedores que tinha estudado não criticava publicamente com regularidade os seus órgãos de imprensa “porque era demasiado incómodo”. Observou ainda que “A crítica que vai além do simples facto de apontar erros factuais evidentes. envolve a avaliação de julgamentos mais subjectivos a nível de notícias e decisões éticas” o que, segundo ele, pode causar problemas com colegas ou gorar as esperanças de promoção futura.²¹

As observações de Namath foram repetidas por Jack Shafer, crítico dos meios de comunicação americanos, a propósito da decisão, em 2013, do Washington Post de eliminar o cargo de provedor após 43 anos. No papel, declara Shafer, os poderes do provedor “parecem apropriados para um juiz draconiano.” Contudo, na realidade, a tendência vai no sentido de “simpatizar com o duro trabalho da imprensa escrita e de explicar calmamente aos leitores os erros cometidos pela sala de redacção.”²²

Claro que muito depende da coragem e dos talentos dos próprios provedores individuais. Comentando o cargo de Daniel Okrent, o primeiro provedor do leitor do New York Times, Jay Rosen, crítico da imprensa, afirmou que Okrent sabia que o cargo teria uma carga política, mas “Ao invés de lamentar esta

situação, mergulhou nela e alterou a forma como o público é representado dentro da sala de redacção.²³ Outros atribuíram parte do seu sucesso à sua escrita elegante e à sua voz distinta.

Uma outra razão frequentemente citada pela eliminação do cargo de provedor, ou de não contratar um provedor em primeiro lugar, é o crescente número de críticas. O último provedor do Washington Post, Patrick Pexton, citou Martin Baron, director executivo da redacção, que afirmara que “O nosso desempenho é muito criticado por fontes externas completamente independentes da sala de redacção, e não pagamos os seus salários.”²⁴

Os apoiantes dos provedores discordaram. Edward Wasserman, director da Escola de Jornalismo da Universidade da Califórnia, Berkeley, referiu que, embora os provedores pudessem não ser melhores do que os críticos externos, “ainda representam o reconhecimento, pelos órgãos de imprensa, que devem ser responsáveis perante o público, e que o facto de responderem pelos seus actos com regularidade não é uma opção, mas antes uma parte integrante da prática jornalística.”²⁵

Alguns investigadores também defenderam que os provedores desempenham um papel importante que não pode ser duplicado por críticos externos. Num documento apresentado durante uma conferência em 2007, David Nolan and Tim Marjoriebanks, académicos australianos, citaram um exemplo em que o provedor do jornal britânico Guardian redigiu um artigo sobre o facto de saber se o jornal tinha agido correctamente ao publicar uma fotografia que mostrava o rosto de um prisioneiro iraquiano nu (afirmou que sim, após ter considerado a questão) e, num artigo posterior, analisou e discutiu o grande número de respostas enviadas pelos leitores. “Nalguns casos, designadamente quando se debruçam ponderadamente sobre os processos do julgamento jornalístico em promenor, transformando este processo de reflexão no elemento central das suas colunas, em vez do próprio julgamento, os provedores podem abrir os jornais a um verdadeiro diálogo público acerca da sua prática,”²⁶ escreveram Nolan e Marjoriebanks. Com a crescente utilização do Twitter e de outras redes sociais pelos provedores, tais discussões podem ultrapassar as colunas e transformar-se em conversas contínuas.

Apesar das deficiências de alguns provedores, Stephen Pritchard, presidente da ONO e provedor do jornal britânico Observer, considera o papel do provedor como mais essencial do que nunca. “Os meios de comunicação tradicionais

apenas sobreviverão se foram vistos como credíveis,” declarou na assembleia anual de 2013. e tendo em conta esse facto, os provedores “não são de todo um luxo.”

Os capítulos seguintes exploram três grandes áreas de intervenção no trabalho dos provedores de imprensa: relações entre os meios de comunicação e o governo; relações entre os provedores e o público; e relações entre os provedores e a sala de redacção. Cada uma delas começa com observações gerais, seguida de “estudos de casos” que incluem opiniões de indivíduos que não são provedores sobre o valor do trabalho dos provedores.

2. Quando governos e meios de comunicação entram em confronto

Mesmo nos melhores momentos, e em países com longas tradições democráticas, as relações entre o governo e a imprensa são geralmente tensas. Assim, por exemplo, o Presidente americano Richard Nixon mantinha uma “lista de inimigos” que incluía publicações e jornalistas considerados hostis à Casa Branca.

Mas embora fosse desagradável constar de tal lista, ou seu equivalente, numa sociedade com controlos e equilíbrios estabelecidos (Nixon utilizava auditorias fiscais para atacar indivíduos de quem não gostava), os esforços governamentais no sentido de controlar ou punir os meios de comunicação em jovens democracias ou democracias frágeis são muito mais graves. Após um incidente durante o qual rufiões vandalizaram equipamentos num dos principais diários quenianos em 2006 e queimaram pilhas de jornais desse dia, John Michuki, Ministro da Segurança Interna, afirmou publicamente, “Se se perturba uma cobra, deve-se estar preparado para ser mordido por ela.”²⁷ Na África do Sul, o governo aprovou legislação em 2013 que poderá impor longas penas de prisão a jornalistas que publiquem informação que o governo tenha classificado como secreta.²⁸

Num tal ambiente, os redactores tentam constantemente equilibrar a necessidade de conhecimento do público e a necessidade de sobrevivência das suas publicações —sob a forma de publicidade, que pode ser facilmente retirada; acesso a funcionários públicos; e segurança pessoal dos empregados. É fácil deixar prevalecer a prudência ou, inversamente, assumir uma posição excessivamente agressiva como forma de auto-defesa.

Os provedores de imprensa desempenham dois papéis importantes nestas situações. O primeiro consiste, de forma geral, em reforçar a espinha dorsal das suas intuições e dos jornalistas. A título de exemplo, Joe Latakomo, provedor do Avusa Media Group na África do Sul, redigiu uma coluna em Abril de 2013 em que defendia o direito dos meios de comunicação levantarem questões sobre a presença do exército sul-africano na República Centro-Africana.

Notando que os jornalistas estavam a ser acusados (por um responsável do partido no poder) de “urinar nos túmulos” dos soldados mortos ao noticiarem especulações que os soldados se encontravam ali para proteger os interesses comerciais de responsáveis bem colocados, Latakomo declarou: “A verdade é que a relação entre as forças armadas e os meios de comunicação deve ser sempre de apoio, mas nunca incondicional.” Acrescentou ainda, “Certamente não desejamos regressar ao estado do apartheid” quando era proibida qualquer declaração passível de ser considerada como tentativa de embaraçar o governo ou alarmar o público.²⁹

O segundo papel importante dos provedores é estarem atentos a queixas legítimas por parte do governo. Thabo Leshilo, antecessor de Latakomo, apontou numa coluna em 2010 que a utilização de fontes anónimas constituía “um importante ponto de contenção” junto de responsáveis desejosos de reprimir a imprensa. “O facto de alguns políticos poderem recorrer a isto como cortina de fumo para impedir a publicação de notícias embaraçosas e para marcar os delatores não deve servir de desculpa para ignorar os efeitos prejudiciais da utilização de fontes anónimas na credibilidade dos meios de comunicação,” afirmou Leshilo.³⁰

Os provedores, por si próprios, provavelmente não vão influenciar um governo determinado a controlar os meios de comunicação, mas podem ajudar a promover um ambiente de respeito mútuo e manter abertas as linhas de comunicação. Além disso, podem ajudar a convencer o público que os meios de comunicação se comportam de forma responsável.

“Falando francamente, se os meios de comunicação exercerem um controlo mais rigoroso sobre as questões deontológicas, o governo terá menos motivos para sugerir a introdução de leis mais restritivas,” observou o Professor J.D. Froneman no seu breve estudo dos provedores sul-africanos publicado em 2011. “Isto não deverá nunca ser a principal razão para instaurar a disciplina interna e estabelecer elevados padrões profissionais. Mas é um argumento convincente.”³¹

ESTUDO DE CASO: Defender o direito de saber na América

A questão

A Administração do Presidente americano Barack Obama destacou-se desde o início pela sua preocupação com os segredos de Estado, principalmente em matérias que alegava estarem ligadas à segurança nacional. As fugas de informação aos jornalistas foram objecto implacável de acções judiciais, e muitas vezes os órgãos de informação estavam em desacordo com os responsáveis governamentais. Um desses casos envolveu uma reportagem sobre bases de aviões não tripulados publicada pelo The New York Times.



A coluna da provedora do leitor (extractos)

Edição impressa em 10 de Fevereiro de 2013

GUARDAR SEGREDOS

Por Margaret Sullivan

Se a única coisa que se possui é um martelo, observou o psicólogo Abraham Maslow, existe a tendência para considerar todos os problemas como um prego.

De igual modo, quando a única hipótese do governo manter uma verdade inconveniente longe dos meios de comunicação é alertar contra uma ameaça à segurança nacional, é incrível como estas ameaças aparecem subitamente.

Este método revelou ser uma ferramenta extremamente potente. Afinal, os órgãos de informação não querem pôr em perigo a segurança do país, ou serem acusadas de o fazer, e portanto os redactores muitas vezes ouvem os responsáveis governamentais quando estes defendem a não publicação. E, depois de os ouvir, os redactores concordam ocasionalmente seguir os argumentos daqueles responsáveis.

Mas deve prevalecer uma força contraditória — o direito das pessoas saberem o que o seu governo está a fazer e a responsabilidade dos meios de comunicação de o descobrir e informar as pessoas.

Assistimos a esta situação desenrolar-se na última semana quando The Times, num importante artigo sobre o Iémen, quebrou o seu longo silêncio acerca da localização de uma base utilizada para ataques de aviões não tripulados americanos na região.

... Já era tempo, diria eu.

Porque a verdadeira e perturbadora questão é saber se essa informação deveria ter sido omitida logo de início. A razão apresentada — que o facto de mencionar o nome da localização transtornaria os cidadãos sauditas a tal ponto que a base poderia ter de ser encerrada, prejudicando desse modo os esforços americanos na luta anti-terrorismo — não é suficiente. Guardar os segredos do governo não é função dos meios de comunicação, a menos que exista uma razão óbvia, directa e que constitua um perigo de vida que o justifique.

...A verdadeira ameaça contra a segurança nacional é um governo que opera de forma clandestina e que não presta contas a ninguém, com organismos de vigilância sempre prontos a amordaçarem-se a eles próprios.

Os principais redactores do Times dizem que estão firmemente empenhados a informar o público, mas que consideram ser seu dever escutar quando os responsáveis governamentais fazem algum pedido. E, sublinham, muitas vezes rejeitam tais pedidos.

Nada mais justo. Mas a farsquia para aceitar cumprir estes pedidos deve ser colocada a uma altura muito elevada. Não foi esse o caso aqui.

A coluna completa está disponível em <http://www.nytimes.com/2013/02/10/public-editor/national-security-and-the-news.html>

A História Por Trás da Notícia

Desde que foi nomeada provedora do leitor do New York Times em 2012, Margaret Sullivan tem escrito reiteradas vezes sobre segredos de Estado, começando com uma dura análise crítica de um discurso proferido pelo Presidente Obama nas Nações Unidas em Setembro desse ano. Embora saudasse a defesa da liberdade de expressão pelo Presidente Obama, Sullivan notou que Obama “também autorizou o governo federal a tomar medidas sem precedentes sobre jornalistas e delatores aqui nos Estados Unidos, perseguindo e instaurando implacavelmente novos casos contra os jornalistas e suas fontes”.

Em diversos artigos e mensagens de blogue que se seguiram, Sullivan voltou a abordar esta questão, criticando mordazmente tanto o comportamento do governo como o dos redactores do Times que considera demasiado prudentes. “Não o considero como cólera,” diz acerca do seu tom. “Mas gosto de ser clara, não quero ser pouco firme.”³²

Segundo Sullivan, quando assumiu o cargo não tinha um interesse especial em questões de segurança nacional mas respondeu simplesmente aos problemas à medida que eles surgiram. Relembrando a experiência anterior como chefe de redacção de um jornal regional, afirma que, independentemente da localização, todos os órgãos de informação constataam que obter informações fiáveis do governo representa uma parte difícil mas crucial da recolha de notícias. “Constitui um testemunho directo da forma como a democracia americana deve funcionar,” adianta.

Os seus artigos e comentários em linha sobre estas questões (ela posta em blogues e no twitter frequentemente, um importante avanço em relação aos provedores do passado) não suscitaram muitas respostas do Times, declara. Nunca recebeu objecções de nenhum responsável governamental. Mas a resposta dos leitores, quer a favor quer contra, tem sido elevada, e as redes sociais por vezes ampliam as suas observações. A título de exemplo, cita a

altura em que tweetou que o Times não tinha nenhuma notícia prévia sobre a abertura do julgamento em corte macial de Bradley Manning, o soldado acusado de divulgar documentos secretos à WikiLeaks, e enviou aos seus seguidores uma ligação a essa notícia no Los Angeles Times. Bastaram algumas horas para que a sua crítica fosse amplamente difundida na Internet, graças especificamente a um artigo sobre este assunto no Huffington Post.

“Na realidade, gosto muito do Twitter,³³ declara. “É ágil e extremamente interessante e interativo,” acrescentando que ajuda a evitar que se sinta isolada. Ser provedora “é um trabalho onde não há colegas, e por isso é bom pertencer a uma comunidade, mesmo se for apenas uma comunidade digital”, observa. No entanto, avisa, o Twitter tem uma desvantagem, visto que existe a tendência de se seguir pessoas que partilham opiniões semelhantes. “Se reunirmos em nossa volta pessoas como nós, criamos um mundo independente,” diz. “É preciso ter consciência deste facto.”

A vantagem, contudo, é significativa. Com mais de 16.000 seguidores no Twitter, Sullivan tem um grupo já formado com que pode contar para ler, reagir e tornar a tweetar o seu trabalho. “O facto de haver um exército de pessoas que me segue confere algum peso àquilo que digo,” sublinha.

O trabalho de Sullivan granjeou-lhe numerosos apoiantes no domínio do respeito pela vida privada e direitos civis. Glenn Greenwald, defensor das liberdades civis que divulgou as revelações de Edward Snowden em 2013 sobre o programa de espionagem e monitorização das chamadas telefónicas do governo, elogiou o trabalho de Sullivan num perfil publicado na revista The Nation. “Concentrou-se precisamente nas questões que um provedor do leitor inteligente deve prosseguir,” afirmou Greenwald. “Como é que um jornal preenche a sua função principal de agir como verificador contraditório em relação aos que se encontram no poder, e como é que informa os seus leitores dos factos sem se preocupar com quem ficará ofendido?”³⁴

Tim Weiner, antigo repórter do New York Times que ganhou um Prémio Pulitzer e outras distinções pela sua acitividade jornalística e livros sobre questões de segurança nacional, pensa que Sullivan “é muito boa naquilo que faz. Ela compreende o problema.” E também se apercebe das nuances de qualquer situação.

Contudo, declara não ter a certeza do efeito que ela tem na sala de redacção. Quando trabalhava no Times, a maioria dos jornalistas apenas prestava atenção ao que o provedor dizia se fossem alvo de críticas. “No final, é apenas uma outra redactora entre tantos outros e Deus sabe que há redactores suficientes no Times,” acrescenta, notando que uma notícia altamente sensível, por exemplo sobre segurança nacional, passaria pelas mãos de meia dúzia de quadros superiores.

No entanto, considera a existência de um provedor uma necessidade. “O jornal deve ter um certo grau de transparência,” diz. “Como é que se defende a transparência no governo se não se for transparente também?”³⁵

ESTUDO DE CASO: Dissipar a cólera do governo no Quênia

A questão

No dia 10 de Junho de 2012, um helicóptero transportando George Saitoti, Ministro dos Assuntos Internos do Quênia, despenhou-se numa floresta perto de Nairobi. No dia seguinte, o jornal Star publicou uma fotografia de primeira página de um helicóptero de onde saía um rasto de fumo, que foi identificado erroneamente como o helicóptero que se despenhara.

A fotografia do “acidente”
de iStockphoto publicada
no Star



A coluna da provedora do leitor (extractos)

THE STAR Quarta-feira, 13 de Junho de 2012

ONDE HÁ FUMO PODE NÃO HAVER FOGO

Por Karen Rothmyer

...Como é que aconteceu? Regressemos ao princípio — ou tão longe quanto consegui chegar. Segundo Ferdinand Omondi, jornalista da NTV, ele foi alertado por outro membro do pessoal sobre a existência da fotografia, supostamente do helicóptero mesmo antes de se ter

despenhado,, na página de Facebook de um amigo mútuo. Esse amigo era jornalista num outro órgão de comunicação social. Omondi contou-me que tweetou a fotografia no Twitter mas depois, uma vez que não tinha “a certeza absoluta” quanto à sua autenticidade, telefonou ao amigo, que lhe explicou que a recebera de um primo.

Enquanto estava ao telephone, diz Omondi, pediram-lhe que verificasse a fonte. Nessa altura, segundo ele, retirou-a e pediu desculpa... “Removi-a no espaço de 10 minutos”, explica. Mas por essa altura já a fotografia tinha sido retweetada muitas vezes e ganhava novo impulso no ciberespaço.

Eram então 16 horas.

Mais ou menos na mesma altura, Paul Ilado, redactor politico do Star, recebeu um email de alguém que descreve como “um amigo, embora não sejamos íntimos”, que lhe enviou a mesma fotografia e alegou que a tinha tirado no seu telemóvel. Não consegui apurar onde é que esse “amigo” obteve a fotografia, mas parece razoável admitir que foi do Twitter.

Ilado enviou a fotografia para Catherine Gicheru, redactora, e para Joseph Kariuki, editor de imagens, instando-os a publicá-la na primeira página. “Confiei na fonte e nem sequer reflecti antes de a enviar,” contou. Kariuki disse que também ele não pensou em questionar a autenticidade da fotografia quando a recebeu por volta das 16h45. Além do mais, segundo ele, tinha sido um “dia louco”.

...Penso que os redactores do Star se estão a desculpar com demasiada facilidade.

Em primeiro lugar, o jornal devia ter aprendido com um incidente em Janeiro durante o qual publicou, sem verificar, uma fotografia e uma notícia que se vieram a revelar serem falsas *tweetadas* pelo Major Emmanuel Chirchir, porta-voz militar. Na altura as desculpas foram a falta de tempo e a suposição que a pessoa que fornecia a informação não estava a mentir.

Em segundo lugar, quanto às notícias de última hora, o Star devia acompanhar de perto as redes sociais, particularmente o Twitter, que podem oferecer ao mesmo tempo novas pistas e informações (nem todas correctas) e ainda corrigir qualquer informação errada.

... Tal como indiquei na altura do incidente de Chirchir, o importante

a lembrar é que, por mais respeitada que seja a fonte da notícia ou da fotografia, se deve seguir sempre a regra de verificação. Na realidade, nessa altura Ilado disse-me que no futuro “Penso que não devemos nunca confiar em ninguém.”

A coluna completa está disponível em www.the-star.co.ke/news/article-14643/where-there-smoke-there-may-not-be-fire

A História por Trás da Notícia

O Dr. Bitange Ndemo, Secretário Permanente no Ministério de Informação do Quênia na altura do despenhamento do helicóptero, recorda que na manhã em que a fotografia “falsa” apareceu no Star, o seu telefone não parou de tocar. As pessoas queriam saber se a fotografia era verdadeira e, em caso negativo, o que tencionava fazer a esse respeito. À medida que se tornava claro que a fotografia era um embuste, conta, os responsáveis pela segurança interna insistiam que o seu Ministério, responsável pela regulamentação e pelas políticas a nível dos meios de comunicação, tomasse alguma medida. Toda a comunidade de segurança “caíu em cima de mim”, conta. Recordando a repressão dos meios de comunicação que outrora eram habituais, acrescenta, “Na década de 80 o jornal teria sido encerrado e alguém teria sido detido.”³⁶

A linha de acção de Ndemo foi muito menos drástica mas extremamente pública: antes do fim do dia, apresentou pessoalmente uma queixa sobre o Star junto do Conselho para a Comunicação Social do Quênia, um órgão estatutário com autoridade para investigar e tomar medidas contra órgãos de comunicação social que considere terem violado normas profissionais. A queixa afirmava que a utilização da fotografia era enganosa e tinha a intenção de distorcer o motivo do despenhamento.

Enquanto isto acontecia, Kiprono Kittony, presidente do Grupo Rádio África, a empresa-mãe do Star, e ele próprio membro do Conselho como representante dos proprietários dos meios de comunicação, participava numa reunião do Conselho nesse dia. Segundo ele, um dos outros membros comunicou ao grupo que o Gabinete do Presidente estava furioso com a gafe cometida pelo Star³⁷, talvez devido à apreciação do papel fundamental de Saitoti, ou talvez devido ao receio que o despenhamento alimentasse teorias de conspiração envolvendo sabotagem.

O Director-Geral do Star, William Pike (que não se encontrava no escritório quando foi tomada a decisão de utilizar a fotografia) afirma que, logo que os redactores tiveram a certeza que a fotografia era falsa, prepararam uma correcção que foi publicada no jornal do dia seguinte.³⁸ Contudo, Ndemo diz que a correcção era “muito pequena” e de modo algum suficiente para satisfazer os críticos do Star.

Apesar de tudo, diz Ndemo, a coluna do provedor do leitor do Star que foi publicada no dia 13 de Junho alcançou o seu objectivo. “A coluna dissipou muita raiva,” afirma. “É bom saber quando alguém admite que fez um erro.” Esta mudança de atitude foi adoptada até mesmo pelos responsáveis pela segurança, conta. “Após a publicação da coluna, disseram “Esqueçamos tudo”, lembra. O Conselho para a Comunicação Social foi da mesma opinião. “Disseram, ‘Admitiram o erro,’” recorda.

Ndemo retirou a sua queixa, e até enviou uma carta a Pike felicitando o jornal “por ter demonstrado uma liderança exemplar”.³⁹

No interior da sala de redacção, os sentimentos sobre a coluna eram muito menos positivos. Um dos principais redactores queixou-se ao provedor do leitor que a coluna era “desmoralizadora” e injusta.

Kittony pensa que é pouco provável que a presença dos provedores de imprensa elimine as críticas dos órgãos de informação. Mas acredita que é importante para preservar a liberdade de imprensa demonstrar que os meios de comunicação se podem auto-disciplinar. Referindo-se a uma garantia específica dessa liberdade na Constituição do Quénia adoptada em 2010, aponta, “Se não aplicarmos [esta auto-disciplina], isso dá ao governo uma grande oportunidade para anular as conquistas do Artigo 34º.”

3. Os provedores e o público

Em 2006, dois académicos que analisavam os provedores de imprensa nos Países Baixos registaram uma observação que poderá ser surpreendente pela sua franqueza mas que reflecte com exactidão as atitudes tradicionais das salas de redacção. Segundo os Professores Arjen van Dalen e Mark Deuze, um provedor disse-lhes, “Os leitores são nossos clientes, [mas] dizê-lo na sala de redacção é como praguejar”.⁴⁰

Durante décadas, quando enormes tiragens e lucros sobredimensionados eram a norma, “Defendemos a nossa notícia” era considerada a resposta apropriada a qualquer crítica de algum membro do público e “Nunca pedir desculpa, nunca explicar” era um lema que a maioria dos redactores seguia.

Foi apenas com o início do longo declínio dos leitores de jornais no Ocidente que os responsáveis pelos meios de comunicação nos Estados Unidos e na Europa começaram a preocupar-se seriamente com o estado das suas relações com as pessoas que compravam os seus jornais ou viam ou ouviam as suas emissões. Mais recentemente, o crescimento da Internet obrigou os jornalistas de todo o mundo a tomar nota dos críticos que podem blogar, tweetar ou publicar comentários nos sítios dos meios de comunicação que contestam os factos e a imparcialidade daquilo que os jornalistas produziram.

Esta profusão de opiniões tornou claro o entusiasmo do público por fazer parte do processo de tratamento da informação, frequentemente para criticar, mas também, em muitos casos, para oferecer observações ou sugestões pertinentes. Por sua vez, isto indica que a função principal do provedor de responder às preocupações dos leitores ou dos telespectadores se está a tornar cada vez mais importante. Embora esta função possa, em certa medida, ser considerada como pertencendo à área das “relações públicas”, constitui igualmente o reconhecimento que os meios de comunicação devem estabelecer um diálogo com o público se quiserem ser bem sucedidos do ponto de vista jornalístico e financeiro.

Em 2012, o jornal Observer no Reino Unido efectuou uma sondagem aos leitores em que perguntava, entre outras questões, “A existência do provedor do leitor do Observer fá-lo sentir que o jornal está atento aos seus pontos de vista

e opiniões?” Cerca de 82 por cento responderam que sim, por comparação aos 60 por cento em 2004, quando o cargo era relativamente novo. A sondagem também demonstrou, numa questão conexa, que 92 por cento dos inquiridos concordavam, ou concordavam inteiramente, que a cobertura do jornal era fiável.⁴¹

William Pike, Director-Geral do jornal Star no Quênia, disse numa entrevista em 2013 que a existência de um provedor melhora a percepção, por parte dos leitores, que o jornal está atento às suas opiniões. “Quando vêem que o jornal está preparado para rectificar algum erro, isso dá às pessoas a garantia que o que lêem está correcto, e o provedor do leitor é uma extensão disso,” explicou. Pike acrescentou que tal mensagem também “demonstra que aceitamos as críticas quando são justificadas.”⁴²

Uma indicação do interesse do público é o número de queixas que os provedores recebem. (Isto acontece mais nos países ocidentais do que noutras partes do mundo, onde a ideia de exprimir queixas em público está menos estabelecida.) Fez-se referência anteriormente ao facto de Jeffrey Dvorkin, que foi o primeiro provedor da Rádio Pública Nacional nos Estados Unidos entre 2000 e 2006, ter indicado que recebera mais de 82.000 emails no seu último ano, por comparação aos 1.900 que recebeu nos primeiros seis meses no cargo. “Os padrões jornalísticos da RPN não se deterioraram durante esse período,” explicou Dvorkin num artigo sobre as suas experiências. “Longe disso. Demonstrou que o interesse público pelo respeito dos padrões de qualidade por parte dos meios de comunicação continuou a crescer. E a RPN estava profundamente empenhada a prestar contas ao público ao estar aberta a sugestões sobre a forma de tornar o seu jornalismo melhor e mais forte.”⁴³

Numa entrevista realizada na altura da reunião de provedores em 2013, Dvorkin comentou a importância que continua a atribuir à interacção entre os provedores e o público que servem. “É possível entrar na sala de ressonância [de um órgão de informação] e não nos apercebermos que as pessoas no exterior podem ter uma opinião diferente,” declarou, acrescentando que a atitude de muitos jornalistas em relação ao público é: “Se não lhes agrada, a culpa é deles.”⁴⁴

Um segundo indicador do valor positivo da existência de um provedor que interage com o público é o impacto que pode ter nos clientes coléricos. Embora não haja dados formais quanto à noção que tal interacção reduz o risco de acções judiciais, as provas empíricas sugerem que é esse o caso.

O primeiro provedor do Guardian foi informado pelo advogado interno da companhia que, nos anos seguintes à sua nomeação em 1997, os casos judiciais tinham diminuído pelo menos um terço por comparação ao que acontecia anteriormente.⁴⁵ Pike, Director-Geral do Star, afirmou que o facto de existir um provedor pode ser útil para as contestações jurídicas uma vez que “Mesmo se se reconhecer que a culpa é nossa,, isso demonstra [através da investigação do provedor] que não foi uma tentativa deliberada para denegrir alguém.”⁴⁶ O Secretário Permanente da Informação do Quénia, Bitange Ndemo, disse numa entrevista em 2013 que, se mais publicações tivessem um provedor, isso “reduziria os casos que são referidos ao Conselho dos Meios de Comunicação.”⁴⁷

Embora os provedores desempenhem uma função útil para aplacar as queixas dos leitores ou dos telespectadores, podem também melhorar a opinião do público em relação aos seus órgãos de informação ao explicarem como funcionam estas instituições. Um estudo realizado em 2007 pela doutoranda Cristina Elia constatou que “os provedores são importantes para educar os leitores sobre o que é aceitável ou não aceitável a nível de qualidade jornalística”. Elia observou num artigo baseado na sua investigação junto do Observatório Europeu do Jornalismo “que um paciente bem informado, que nem sempre facilita a vida de um médico, tem tendência a viver uma vida mais saudável e mais responsável do que uma pessoa ignorante em termos médicos. Do mesmo modo, um leitor ‘bem informado sobre os meios de comunicação’, embora seja mais exigente, desempenha igualmente um papel vital para levantar a qualidade geral do jornalismo.”⁴⁸

Os provedores podem também, muito simplesmente, mostrar que os seus órgãos de informação se preocupam em fazer as coisas da forma correcta. Os provedores afirmam quase universalmente que a maior categoria de queixas diz respeito a erros factuais e ainda erros ortográficos e gramaticais.

Numa coluna sobre uma reportagem que continha vários erros, o provedor do jornal queniano Star, Kodi Barth, salientou que um certo número de erros era compreensível, mas que “o direito de se enganar não constitui desculpa para um jornalismo descuidado”. As respostas dos leitores foram talvez o resultado mais interessante desta coluna. Um dos leitores escreveu: “O Star pode ter-se enganado em relação a alguns factos desta notícia, mas pelo menos pode falar deles abertamente. Desafio-vos a encontrar uma atitude semelhante noutros jornais.”⁴⁹

ESTUDO DE CASO: O provedor como educador no Canadá

A questão

Durante diversos meses em 2012, a Província do Quebec, foi palco de manifestações estudantis contra o proposto aumento das propinas que rapidamente se transformaram em protestos mais generalizados contra o governo provincial. Durante esse período, a Rádio-Canadá, o ramo francófono do órgão canadiano de radiodifusão, recebeu mais de 400 queixas principalmente sobre equilíbrio e imparcialidade. Nove autores de queixas não ficaram satisfeitos com as respostas dadas pelos responsáveis dos meios de comunicação e exigiram revisões por parte do provedor, cujo mandato é determinar se as normas e regras do órgão de radiodifusão nacional foram violadas.



15 de Maio de 2012, publicado no sítio web da Rádio-Canadá

SERÁ QUE A RÁDIO-CANADÁ E O SERVIÇO DE INFORMAÇÃO ESTÃO A PROMOVER A GREVE?

Por Pierre Tourangeau

Quero mostrar que, desde que começou o conflito, as mesmas entrevistas produziram reacções diametralmente opostas nos leitores. A título de exemplo, encontram-se aqui excertos de algumas queixas que foram enviadas ao gabinete do Provedor.

“...Penso que a agressividade da Sra. Dussault [repórter da Rádio-Canadá] para com o Ministro excedeu os limites não apenas da decência mas da ética jornalística.”

“..Os jornalistas da Rádio-Canadá identificam-se completamente com os grevistas e esquecem a objectividade mais elementar. Quanto aos não grevistas (a grande maioria), são completamente ignorados.”

“...Desde o início da greve estudantil pelos NOSSOS jovens, é absurdo ver até que ponto os nossos meios televisivos são fantoches do governo. »

“...Estou indignado por ver a que ponto a Sra. Dussault utiliza um tom cada vez mais autoritário e desrespeitador para com os diferentes membros de associações estudantis.”

...É pouco realista acreditar que cada emissão pode, em cada uma das suas edições, apresentar todos os pontos de vista. Em primeiro lugar, porque as emissões de informação, especialmente os boletins noticiosos sobre questões contínuas, dão prioridade aos últimos desenvolvimentos. Depois, em função dos desenvolvimentos da actualidade, torna-se mais urgente comunicar certos pontos de vista. A duração das emissões não é infinita e as equipas editoriais têm de fazer escolhas... E é precisamente porque todos os pontos de vista não podem ser apresentados em todas as emissões que os entrevistadores devem desempenhar o papel de advogado do diabo

junto dos seus convidados, contribuindo assim para um certo equilíbrio... Finalmente, nem todos os pontos de vista estão sempre disponíveis, ou podem até não estar de todo disponíveis, como é o caso dos estudantes que não estão em greve ou que apoiam o aumento das propinas, simplesmente porque não estão organizados em associações e não têm um porta-voz.

...Dito isto, uma vez que o conflito continua, e uma vez que não temos ouvido muito a maioria dos alunos que não está em greve, considero que deverá ser feito um esforço especial para lhes dar a palavra. Permitam-me recordar que os quatro princípios subjacentes às nossas Normas e Práticas Jornalísticas exigem que o serviço de informação reflecta fielmente a diversidade e o leque de “experiências e pontos de vista” existentes. As Normas e Práticas Jornalísticas não dizem que esta é uma tarefa fácil.

O relatório completo está disponível em <http://www.ombudsman.cbc.radio-canada.ca/fr/revision-des-plaintes/2012/radio-canada-et-le-rdi-font-ils-la-promotion-de-la-greve-etudiante/>

A História Atrás da Notícia

Pierre Tourangeau recorda-se da greve estudantil de 2012 no Quebeque como um período de crescente polarização política e de aumento de tensão. “Era um verdadeiro movimento social com manifestações diárias de dezenas de milhares de pessoas, motins e assim por diante” recorda. “O que é interessante neste caso é o facto de eu ter recebido centenas de queixas de pessoas que se queixavam, por vezes por razões contraditórias, sobre a mesma notícia ou entrevista. Era evidente que todos observavam o que se estava a passar a partir dos seus próprios pontos de vista opostos.”⁵⁰

Dada a situação, declara Tourangeau, “Achei que o público precisava de informações mais detalhadas” sobre a forma como funciona o jornalismo. Todas as suas análises, com excepção de uma, foram a favor do organismo nacional de radiodifusão, mas todas elas incluíram comentários sobre o processo noticioso. “Olhando para as queixas, compreendi que a maior parte das pessoas não compreende – ou não quer compreender – qual é o papel do jornalista”, observa.

Por vezes, assevera, os mal-entendidos dizem respeito a coisas que poderão parecer evidentes para um jornalista mas não para o público. Cita como exemplo uma queixa sobre as introduções de actualidades por parte de um

apresentador e as legendas utilizadas no programa. O autor da queixa “não se tinha apercebido que as introduções e as legendas são escritas por outra pessoa,” acrescentou.

E frequentemente, segundo ele, as queixas a respeito de inexactidões acabam por se revelar, após uma análise atenta, ser o resultado de preconceitos da parte do ouvinte ou do telespectador, e não do jornalista.

“Há uma grande dimensão de educação na profissão” de provedor, indica, “que permite explicar a repórteres e redactores por que motivo agiram bem ou mal, e explicar ao público o que é um jornalista.”

Brian Myles, jornalista do diário *Le Devoir* em Montreal, assim como presidente da federação de jornalistas do Quebec, concorda com Tourangeau quanto ao facto de a revolta estudantil ter sido um momento crucial na história do Quebec. “Foi quase uma revolução,” diz, e os principais meios de comunicação, incluindo a Rádio-Canadá, foram considerados como fazendo parte do problema. Os manifestantes e os seus apoiantes “queriam que abraçássemos a sua causa.” “Se não o fizéssemos, seríamos um fantoche do governo. Não podiam aceitar que estivéssemos no centro.”⁵¹

Descreve ainda o papel educativo desempenhado pelos provedores como sendo de grande valor. Normalmente não se fala muito das decisões dos provedores nem elas têm grande impacto no público, diz. “Mas para os repórteres existe um valor real,” aponta, porque as decisões fazem-nos reflectir sobre o seu desempenho em relação às suas próprias notícias: “Fui longe demais ou não fui suficientemente longe?”

Myles nota que a excepção a esta falta de atenção por parte do público se tornou evidente num caso de 2012 em que Pierre Duchesne, correspondente-chefe legislativo da Rádio-Canadá, se demitiu e anunciou pouco depois que iria concorrer às eleições pelo Parti Québécois. O partido da oposição alegou que as suas reportagens tinham sido tendenciosas antes da sua demissão. Tourangeau analisou as reportagens de Duchesne e concluiu que a acusação não tinha fundamento, uma decisão que foi amplamente noticiada. “Depois da decisão [do provedor], a oposição persistiu com a acusação durante um certo tempo mas ela acabou por extinguir-se,” relembra Myles, e Duchesne foi eleito.

“O cargo de provedor é uma grande instituição,” afirma Myles. “Funciona com um pequeno orçamento mas toma decisões atempadas e o seu trabalho é melhor que o do conselho de imprensa do Quebeque.” Referindo que ele próprio fora membro do conselho durante quatro anos, observou que, enquanto o conselho tem de lidar com muitas queixas, muitas vezes sobre questões insignificantes, “O provedor pode escolher as suas batalhas.”

ESTUDO DE CASO: Agir correctamente no Reino Unido

A questão

Quando o jornal *The Guardian* publicou um comentário crítico sobre o Presidente Hugo Chavez da Venezuela pouco antes da sua morte em 2013, muitos leitores queixaram-se das inexactidões dos dados económicos utilizados por Ricardo Hausmann, o autor do artigo. Hausmann tinha sido Ministro do Planeamento num governo venezuelano anterior.



© istockphoto.com/thad

The Guardian 29 de Abril de 2013

ESCLARECENDO A SITUAÇÃO REFERENTE AO LEGADO DE HUGO CHAVEZ

Por Chris Elliott

Quase todas as declarações sobre Hugo Chávez, o falecido presidente da Venezuela, podem criar controvérsia. Quando Ricardo Hausmann, ilustre professor de economia de Harvard, escreveu um artigo crítico sobre o legado de Chávez no Guardian no dia 25 de Fevereiro, mesmo antes da morte do dirigente venezuelano, houve uma reacção particularmente forte a estas duas frases: “O sucesso eleitoral contínuo de Chávez é notável porque conseguiu obtê-lo apesar de um péssimo desempenho económico e social. Desde 1999, o ano em que assumiu a presidência, a Venezuela teve a taxa de crescimento médio do PIB per capita mais baixo e a taxa de inflação mais alta de toda a América Latina, com excepção do Haiti.” Tais afirmações levaram a um firme protesto contra o facto de o PIB da Venezuela não ser o pior com excepção do Haiti, e que a taxa de inflação do Haiti nem sequer era a pior da América Latina.

...É o tipo de queixa que é difícil de resolver. Os provedores do leitor não são, em geral, professores de economia. Depois de ter ouvido as duas partes, e de ter consultado colegas que tinham trabalhado na região e ainda economistas no escritório, achei extremamente difícil compreender conjuntos de dados contraditórios.

...Apresentei um pedido de ajuda e informação ao Banco Mundial, de modo a obter os dados mais claros possíveis que pudessem ser explicados a um leitor.

...Era evidente que o artigo estava errado sobre a taxa de crescimento do PIB per capita a preços constantes e sobre o facto de a Venezuela ter a taxa de inflação mais elevada de toda a região com base no índice de preços ao consumidor. Alterei o artigo e incluí notas de rodapé da seguinte forma: “... Segundo os indicadores de desenvolvimento mundial do Banco

Mundial, a Venezuela está classificada em 18ª posição numa lista de 28 países da região relativamente ao crescimento do PIB per capita entre 1999 e 2011 e teve a taxa de inflação mais elevada entre 32 países na região durante o mesmo período.”

A clareza é um dos aspectos fundamentais que o provedor do leitor se esforça por trazer quando investiga uma queixa. Neste caso particular, foi difícil conseguir obtê-la... E a resolução da queixa dificilmente afectará o contínuo debate sobre o legado de Hugo Chávez.

A coluna completa está disponível em <http://www.guardian.co.uk/commentisfree/2013/apr/28/record-straight-hugo-chavez-legacy?INTCMP=SRCH>

A História por Trás da Notícia

Chris Elliott, a terceira pessoa a ocupar o posto de provedor do leitor desde que foi criado o Guardian em 1997, diz que recebeu cerca de 20 queixas sobre a exactidão do comentário de Hausmann. Este número é consideravelmente superior ao nível informal de meia dúzia de queixas que ele fixou e acima do qual examina um artigo mais de perto. “Tratou-se de uma alegação de erro grave”, diz. “Até os comentários se devem basear nos factos.”⁵²

Mas também houve outros motivos que o levaram a decidir agir. Um deles, conta, foi o facto de, enquanto Chávez foi presidente, a Venezuela estava na mesma posição de Israel relativamente aos tópicos que mais agitavam os leitores do Guardian. “Decidi que havia tanto alarido sobre Chávez que seria uma boa ideia centrar-se nesta questão”, assevera, acrescentando ainda, “A minha própria curiosidade jornalística triunfou.”

Ms mal sabia no que se ia meter. “Não vos consigo dizer quantas horas passei numa sala com uma toalha fria em volta da cabeça tentando deslindar o que se passava”, diz em tom de brincadeira, recordando as resmas de dados oferecidos por Hausmann e pelos seus críticos. Eventualmente, decidiu pedir ajuda ao Banco Mundial, visto ser ele a fonte de informações estatísticas mais usadas pelos jornalistas do Guardian. Mas isso exigiu esforços consideráveis para obter conjuntos de dados que lhe permitiriam fazer as suas próprias comparações independentes. “As pessoas estavam desconfiadas, tinham receio de ser envolvidas no argumento em vez de serem consideradas especialistas em estatística,” acrescentou.

No final,obteve duas tabelas do Banco Mundial que o convenceram que alguns dos números de Hausmann estavam errados. Adicionou uma rectificação, acompanhada das tabelas, à versão em linha do artigo.

Valeu a pena todo esse esforço? “Em geral, as pessoas pareciam contentes,” disse. Mas como observou correctamente na sua coluna, a resolução desta queixa não interrompeu os argumentos constantes sobre Chávez, e a maior parte dos 161 comentários dizia respeito não à coluna propriamente dita mas eram antes uma continuação de debates anteriores.

Contudo, os comentários mostraram que os leitores, acicatados pela coluna de Elliott, também continuaram a contribuir perspectivas interessantes para esses debates – por exemplo, sobre a forma de interpretar o crescimento do PIB venezuelano quando os preços do petróleo aumentavam rapidamente, ou a questão de saber se o PIB é um bom indicador de crescimento a menos que tenha sido debatido em conjunto com os aumentos de preço no consumidor.

Este tipo de reacção e inter-acção públicas é uma das principais razões pelas quais a existência de um provedor de imprensa é tão importante, segundo Emily Bell, directora do Scott Trust, proprietário do Guardian. “É importante ter um intercâmbio de qualidade com os leitores,” uma vez que isso faz os leitores sentirem, entre outras coisas, que fazem parte de um processo colaborativo, aponta. “Acredito sinceramente que, ao abrir esse diálogo, se produzem melhores reportagens com o tempo.”⁵³

Bell, antiga redactora da secção de economia do Observer que agora chefia o centro de jornalismo digital na Universidade de Columbia, acrescenta que um provedor também instaura confiança na instituição. “O que é mais importante do que a confiança?” questiona. “Ela faz parte da forma como as pessoas apreendem a marca. Não se trata apenas de agir correctamente , é uma decisão comercial.”

Perante estes factos, ela considera que a importância do papel do provedor do leitor aumentou ao longo dos anos e faz parte integrante do futuro do jornal liberal. “É a encarnação do que representa a confiança,” afirma. Em relação ao próprio Elliott, diz, “Tenho imenso respeito por ele. É alguém que procura soluções para os problemas.”

4. *Trabalhar a partir do interior*

Os órgãos de informação tendem a acentuar o papel do provedor como representante dos leitores ou dos ouvintes, mas na realidade muitos provedores também têm ou outra missão importante: melhorar a qualidade e elevar os padrões jornalísticos numa organização. Isto é feito frequentemente no quadro do mesmo processo que resulta na publicação de colunas que discutem questões ou práticas específicas. Mas por vezes implica orientar ou aconselhar de forma que o público nunca vê.

O sul-africano George Claassen afirma estar particularmente consciente do facto de 90 jornais comunitários pertencentes à Naspers, uma importante empresa sul-africana do sector dos meios de comunicação, terem necessidade deste papel “interior” do provedor. “Muitos jornais mais pequenos desempenham um papel vital” na sua comunidade, segundo Claassen. “Mas muitas vezes os jornalistas têm menos experiência.”⁵⁴

Michael Getler, antigo provedor do Washington Post, e actual provedor do Serviço de Radiotelevisão Pública dos Estados Unidos, pensa que deve manter certa distância da sala de redacção. Mas durante o período em que esteve no Washington Post, além da sua coluna regular, escrevia também uma nota de informação o semanal interna aguardada com muita expectativa onde apareciam elogios e críticas. Getler disse à American Journalism Review que os membros de pessoal mais jovens lhe tinham dito que apreciavam estas notas de informação. “Segundo eles, aprendem muito sobre o jornal e recebem muitas dicas sobre aquilo que devem evitar e as armadilhas em que não devem cair,” disse.⁵⁵

Num estudo publicado em 2002 sobre três diários portugueses que empregavam provedores, Joaquim Fidalgo constatou que “os jornalistas que trabalhavam nestes jornais tinham, em geral, um sentimento muito positivo acerca do cargo de provedor, apesar de nem sempre concordarem com os seus pareceres ou de serem criticados por ele.” Tais sentimentos, indicou Fidalgo, decorrem do facto de um provedor trazer aos debates internos uma sensibilização da deontologia profissional e das opiniões dos leitores. Segundo Fidalgo, isto faz do provedor “um agente de ensino profissional —

não na escola mas no próprio jornal, e sempre com casos reais como ponto de partida.”

No estudo de Fidalgo, 59 por cento dos cerca de 250 jornalistas interrogados observaram que o valor fundamental do cargo de provedor era o “facto de lembrar os valores deontológicos que muitos vezes são esquecidos”. Este foi o segundo valor mais citado, imediatamente a seguir ao facto de oferecer “uma porta aberta” aos leitores.⁵⁶

Levantando a possibilidade de o papel interno dos provedores não ser devidamente apreciado nem estudado, dois académicos australianos, David Nolan e Tim Marjoribanks, afirmaram num documento apresentado em 2007 que o seu estudo da documentação sobre os provedores mostrara uma tendência para uma concentração excessiva na responsabilização pública. Existe, “em particular”, indicaram, “uma tendência para minimizar consideravelmente a possibilidade de os provedores também poderem desempenhar um papel importante na promoção da mudança *no seio* dos jornais quando encorajam os jornalistas a estabelecer um diálogo público de auto-reflexão.” Quando os provedores interrogam os responsáveis superiores de uma sociedade dos meios de comunicação sobre determinadas decisões e incluem as respostas dadas nas suas colunas, os provedores “falam não apenas com os leitores, mas procuram igualmente comunicar com a própria organização,” observaram Nolan e Marjoribanks.⁵⁷

George Claassen declara que, no seu primeiro cargo de provedor do jornal diário afrikaans Die Burger, trouxe ideias para o jornal que tinha desenvolvido como parte de um curso sobre a deontologia nos meios de comunicação que tinha apresentado na Universidade de Stellenbosch. A ideia principal, segundo Claassen, era a que “Não se pode criticar os outros se não se tem um comportamento ético.”⁵⁸

ESTUDO DE CASO: Encorajar a auto-reflexão na África do Sul

A questão

O Mail & Guardian publicou um artigo de investigação no dia 28 de Março de 2013 revelando pormenores sobre uma encomenda de aviões que era um elemento essencial de uma batalha pelo controlo da South African Airways. Mas esta história deixou muitas perguntas sem resposta. Tanto numa coluna que redigiu e em discussões na sala de redacção, o provedor Franz Krüger contribuiu para a sensibilização sobre a necessidade de melhorar as práticas jornalísticas.



NÃO HÁ PROVA IRREFUTÁVEL NA NOTÍCIA SOBRE A SAA

Por Franz Krüger

...O conflito em torno de uma enorme encomenda parecia trazer novas informações de base úteis e li essa notícia com algumas questões bastante simples em mente: Como é que o contrato levou a este colapso espectacular da linha aérea? O conflito era sobre quê? E, um pouco mais tarde, qual é o estado desta ordem de aquisição hoje?

...Claro, tanto nos artigos de jornais como na vida, por vezes há mais perguntas do que respostas. Mas aqui o efeito é simplesmente vago e tentador, deixando este leitor, pelo menos, frustrado. Este artigo assemelha-se um pouco a uma expedição de pesca.

Esta notícia não é o único exemplo de uma abordagem de investigação, cada vez mais comum, que apresenta uma série de ligações vagas e complexas que poderiam sugerir algo inapropriado – ou não. A dificuldade com este tipo de notícia reside no facto de, quando o autor está convencido que algo está errado, é-lhe fácil orientar as suposições e as conclusões em determinadas direções.

Estas notícias podem também ser muito difíceis para ler, visto que são acompanhadas de imensos pormenores complexos que é difícil seguir.

...A ideia por trás da notícia sobre a SAA é que não há fumo sem fogo. Eu prefiro sempre uma prova irrefutável.

A coluna completa está disponível em <http://mg.co.za/article/2013-03-28-00-no-smoking-gun-in-saa-story>

A História por Trás da Notícia

O Mail & Guardian, um semanário sediado em Joanesburgo, sempre foi conhecido pelas suas incisivas reportagens de investigação. Mas Franz Krüger, o prov (como é conhecido) do jornal, diz que tinha observado já há algum tempo que muitas destas notícias pareciam carecer de argumentos claros e provas de apoio bem organizadas. Portanto, quando o jornal publicou um artigo de investigação particularmente confuso sobre um contrato da South African Airways, decidiu que era tempo de intervir. “Fiquei irritado” com essa notícia, diz. “Pensei que era desconexa e que carecia de informações detalhadas.”⁵⁹

Krüger, que também é membro do corpo docente da Universidade de Witswatersrand, afirma que falou com o autor principal da notícia e com o redactor, ambos os quais concordaram com as suas observações gerais, antes de escrever a sua coluna. Mas, como é seu hábito, não citou ninguém. « É preciso manter a confiança das pessoas que se critica», declara, acrescentando que não é possível ser um crítico eficaz « se se for visto como alguém que está constantemente a a queixar-se”.

Alguns dias depois da publicação da coluna, Krüger participou numa análise informal post-mortem das notícias dessa semana do M&G. “Não houve nenhuma hostilidade,” conta, e na realidade foi informado que já tinha havido uma reunião para discutir as questões que ele tinha levantado. “Penso que há diversas pessoas no jornal para quem a investigação é incompreensível e pesada,” diz, mas não tinham ousado desafiar elas próprias a equipa de investigação. Como observador externo, embora com alguma compreensão da sala de redacção, estava em posição de falar.

“O importante para mim nesta saga era demonstrar que não se tratava apenas de um problema de redacção,” sobre o qual algumas pessoas se estavam a concentrar como forma de escapar às suas críticas. “De certa forma, isso é a resposta fácil.” Ele estava antes preocupado com o facto de os elementos centrais de um artigo de investigação deveriam ser expostos com a minúcia necessária para convencer os leitores, e que as suposições e ligações desconexas não podem substituir os factos.

Nic Dawes, redactor-chefe do Mail & Guardian na altura, observa que a coluna de Krüger “cristalizara ou acelerara” um debate que já decorria na sala de redacção. Inicialmente, diz, a coluna foi recebida com uma atitude defensiva, mas ninguém discordou dos principais pontos sublinhados por Krüger.⁶⁰

“Há uma cultura e um conjunto de práticas muito poderosas na sala de redacção,” segundo ele, e particularmente quando as pessoas estão sob pressão para cumprir prazos, tendem a recorrer a elas. No caso do Mail & Guardian, as pessoas já sabiam que essas práticas incluíam não deixar tempo suficiente para editar notícias complicadas e, por vezes, uma tendência para elevar uma reportagem principal para além dos factos. “O jornal tem uma tradição de acordar as pessoas à sexta-feira [dia em que o semanário é publicado] e fazê-las sentir uma grande surpresa.”

Segundo Dawes, o factor de se terem ouvido com respeito as críticas de Krüger decorreu da sua reputação de “figura muito credível”. Assim, ele exemplifica a opinião de Dawes sobre o que um bom provedor deve ser: “Alguém que pode encontrar um justo equilíbrio entre ser exigente e independente” e, ao mesmo tempo, ser visto como imparcial pelos leitores e pelos jornalistas.

Dawes conta ainda que os jornalistas do Mail & Guardian estavam mais preparados para aceitar críticas do que seria o caso em resultado dos seus esforços no sentido de “inculcar uma cultura de abertura” desde a sua chegada em 2009. “Acho que isso torna o jornalismo melhor e mais credível,” diz Dawes, que talvez não por acaso já trabalhou no jornalismo em linha e noutras iniciativas na web. Esta abertura, segundo ele, inclui prestar atenção ao que os críticos dizem nas redes sociais e, por vezes, estabelecer diálogo com eles. “Ocupar o púlpito é assinar uma sentença de morte [para um jornal],” opina. “A abertura revitaliza o nosso jornalismo.”

Entretanto, Dawes defende que a presença de críticos externos não diminui a necessidade do provedor. Para além do facto de nem toda a gente utilizar as redes sociais, o provedor é alguém importante que é capaz de mediar e agir como recurso interno. Este último papel não diz respeito apenas aos jornalistas, diz Dawes, acrescentando que por vezes considera útil discutir questões gerais com Krüger. Ser redactor, segundo ele, “pode ser um trabalho solitário”.

Krüger diz que fala sempre com muito gosto com os membros do pessoal mas que, na maior parte do tempo, tenta não ser demasiado prescritivo, especialmente no que diz respeito a prazos. «É verdadeiramente difícil quando não se está dentro da situação,” acrescenta. “Não existe um super-redactor.”

Mas mesmo não estando envolvido no dia-a-dia, sabe que a sua presença é sentida, especialmente no que toca a questões de deontologia. “As pessoas dizem-me,” conta, “que ouviram alguém perguntar: ‘O que diria Franz Krüger?’”

ESTUDO DE CASO: Aplicar as normas deontológicas na Argentina

A questão

O Perfil, um jornal de Buenos Aires, publicou uma notícia em 2006 sobre a Botnia, uma empresa cuja fábrica de papel num rio entre a Argentina e o Uruguai foi acusada de poluição. A notícia não revelou que a Botnia tinha pago a viagem do repórter até à sua sede na Finlândia. O provedor do jornal elaborou um pequeno artigo sobre esta questão, mas as suas discussões com os redactores do Perfil, juntamente com a menção pública do problema, conduziram a importantes respostas.



© Andreas Salomon-Prym

Opinião do provedor (extractos, traduzidos do Espanhol)

Domingo, 21 de Maio de 2006 PERFIL

A MINHA CRÍTICA

Nelson Castro

Esta edição do jornal contém um artigo escrito por Silvio Santamarina reflectindo sobre diversos aspectos que têm a ver com a realidade das fábricas de papel, e particularmente com a da Botnia da Finlândia...

...Na minha qualidade de provedor do leitor do Perfil, devo informar-vos de um facto sobre o qual quero clarificar a minha posição. O Silvio deslocou-se à Finlândia juntamente com um grupo de colegas de diferentes meios de comunicação argentinos que tinham sido convidados pela Botnia, que pagou todos os custos da viagem.

Mesmo que isto não tenha afectado o trabalho do Silvio, é incompatível com o código deontológico do Perfil. Por este motivo, a decisão de aceitar este convite merece a minha crítica.

A História por Trás da Notícia

Nelson Castro, o provedor do Perfil em 2006, declara que a notícia sobre a poluição da Botnia era extremamente importante na altura porque, para além da poluição, envolvia um desacordo entre a Argentina e o Uruguai.

“Um dia recebi a informação que a Botnia tinha pago uma viagem aos jornalistas e, logo que disso fui informado, critiquei a decisão num programa de televisão,” recorda Castro, que já era uma personalidade mediática bem conhecida quando assumiu o cargo de provedor. « Depois alguém no Perfil disse-me, ‘Deve saber que um jornalista do Perfil também participou nessa viagem.’”⁶¹

Castro diz que, quando perguntou ao jornalista que tinha escrito a notícia de primeira página para o Perfil sobre a viagem, que este afirmara, “Sabe que o facto de a empresa ter pago a viagem não significa necessariamente que elaborei uma notícia positiva. Coloquei todas as perguntas certas.” Castro respondeu-lhe, “Isso não interessa, não podemos aceitar esta situação.”

Foi falar com os principais redactores do jornal, que concordaram imediatamente que a decisão de autorizar a viagem tinha constituído um erro. Instou-os a alterar o código de conduta do jornal para deixar bem claro que uma viagem nestas condições era contra o código, o que fizeram imediatamente, adoptando directrizes que definiam quando e em que condições eram aceitáveis as viagens patrocinadas. No breve artigo que escreveu sobre o que se tinha passado, não mencionou ninguém mas simplesmente disse que, na sua opinião, a decisão de autorizar aquela viagem tinha sido um erro.

“Isso causou um debate na profissão,” relembra. “Claro que alguns colegas não concordaram comigo, “pensando que os meios de comunicação podiam lesar os seus próprios interesses ao revelarem os seus erros.” Algumas pessoas disseram, “É por esse motivo que não devemos ter um provedor.”

Castro acha que uma razão pela qual o incidente provocou tanta discussão foi talvez o facto de ter sido discutido em público. “Antes disso, tinham sido levantadas questões de forma teórica, mas não na prática,” revela. “Representou um marco importante na profissão.”

Os leitores também estavam muito interessados. Durante o período em que ocupou o cargo de provedor, estabeleceu a prática de realizar uma reunião pública de seis em seis meses, e na reunião que se seguiu a este acontecimento participaram entre 300 e 400 pessoas “e quase todas queriam falar desta questão,” recorda. Isso surpreendeu-o, porque pensava que :a maior parte das pessoas estava demasiado ocupada com a sua vida” para se interessar por estes tópicos.

Julio Petrarca, que era um dos principais redactores do jornal na altura, conta que, logo que Castro realçara os problemas deontológicos levantados pela viagem do jornalista, compreendeu imediatamente o problema e propôs alterações no código. Segundo ele, “indubitavelmente” o incidente melhorou a credibilidade do jornal e as suas relações com os leitores.⁶²

Petrarca é agora, ele próprio, o provedor do Perfil e, depois de ter sido questionado em 2013 sobre o incidente, escreveu uma coluna onde recordo que tinha acontecido e declarou que isso o havia levado a reexaminar a questão. Apontando diversos exemplos recentes de jornalistas que tinham aceite viagens gratuitas, disse que, no futuro, era sua intenção acompanhar de perto tais deslocações.⁶³

Flavia Pauwels, académica argentina cuja especialidade é estudar os provedores de imprensa, afirma que a coluna original foi muito debatida entre os jornalistas. “Não se tratou de uma mudança dramática, foi antes uma mudança pequena,” refere. “Pequena mas importante.” Acrescenta que as discussões dos provedores sobre “problemas deontológicos profundos” são excepções à regra.⁶⁴

Num artigo publicado em 2010, Pauwels lembra que, em 1993, a revista argentina La Maga, a primeira no país a ter um provedor, caricaturou este último como uma espécie de Super-homem. Embora este retrato fosse exagerado, segundo ela, o trabalho dos provedores “exige a nossa atenção, porque ilumina um dos possíveis caminhos, embora haja outros, que permitem fazer avançar o Direito à Informação.”⁶⁵

5. Conclusão

A minha própria experiência como provedora de imprensa no Quénia demonstra como os consumidores apreciam o simples facto de alguém ter passado algum tempo a ouvir as suas queixas. Depois de eu ter respondido com observações amistosas ao email hostil de um leitor sobre a falta de imparcialidade do jornal, do seu ponto de vista, recebi outro email do mesmo leitor dizendo, “Penso que todos os jornais deviam, regra geral, possuir um provedor do leitor que responda de forma rápida e adequada à situação!”

Este tipo de reacção positiva pode traduzir-se por um maior respeito do público pelos meios de comunicação, maior confiança no seu conteúdo editorial, menos problemas jurídicos ou regulamentares e resultados finais mais saudáveis. Como diz Emily Bell, directora do Scott Turst no Reino Unido, no Capítulo Dois, “Não se trata apenas de agir correctamente, é uma decisão comercial.”

Relacionado com isto está o contributo que os provedores fazem no sentido de melhorar a qualidade dos produtos de informação. Os provedores mantêm as salas de redacção atentas a questões de exactidão e de deontologia, seja através de uma reflexão sobre os padrões profissionais dos jovens jornalistas ou encorajando um trabalho de edição cuidadoso por parte dos jornalistas com mais experiência. E porque desempenham a sua função no interior das sociedades dos meios de comunicação, é mais provável que sejam ouvidos do que os críticos exteriores — conforme ilustrado no Capítulo Três pela rapidez com que o jornal argentino Perfil alterou as suas directrizes deontológicas depois do provedor daquele jornal ter criticado os redactores por terem autorizado um jornalista a efectuar uma viagem gratuita ao estrangeiro.

Os provedores podem também ajudar os órgãos de informação a manter uma relação de respeito mútuo com os responsáveis governamentais. Os responsáveis dos meios de comunicação estão em melhor posição para defender a liberdade de expressão quando falam abertamente das suas falhas. Ao discutir no Capítulo Um o motivo pelo qual a coluna de um provedor tinha levado os responsáveis governamentais a abandonar uma queixa contra

um diário, o Ministro da Informação queniano disse, “Sabe bem quando alguém admite um erro.”

Contudo, apesar destes aspectos positivos, a introdução do provedor de imprensa tem sido lenta. Em 2011, o Fórum dos Líderes dos Meios de Comunicação Africanos adoptou um conjunto de Princípios Orientadores e de Liderança que apelava ao «Estabelecimento de mecanismos internos (por ex., um provedor do leitor ou um provedor) como canais para lidar com as queixas públicas ou para oferecer o direito de resposta.”⁶⁶ Alguns meses mais tarde, o Ministro da Informação da Tanzânia aplaudiu esta iniciativa mas advertiu, “É necessário, contudo, juntar a acção às palavras para que os princípios não permaneçam meras exortações.”⁶⁷ Relativamente aos provedores, as suas palavras infelizmente são verdadeiras, uma vez que não há mais provedores de imprensa no continente africano agora do que na altura em que proferiu estas observações.

E mesmo quando são nomeados provedores, os respectivos cargos nem sempre estão garantidos: num caso na Ásia, o cargo de um provedor foi eliminado abruptamente após um breve período quando o seu detentor se revelou demasiado franco para a direcção; num outro exemplo, na Turquia, um provedor foi demitido na sequência das suas tentativas de discutir questões, incluindo os laços existentes entre o governo e os proprietários dos meios de comunicação.

Para que as fileiras de provedores aumentem, são necessários os esforços contínuos de todas as instituições e todos os indivíduos que acreditam em meios de comunicação livres e vibrantes. As pessoas externas ao sector podem demonstrar o seu interesse, por exemplo, patrocinando programas de mentoria para novos provedores ou encontros regionais de provedores onde os participantes possam partilhar ideias e experiências. Nalguns casos, os apoiantes interessados podem até ajudar a subscrever programas-piloto dirigidos a provedores em empresas de comunicação social que têm recursos limitados, permitindo desse modo aos responsáveis da empresa avaliar a utilidade dos provedores antes de se empenharem nesse conceito a longo prazo.

Mas a principal responsabilidade por aumentar as fileiras dos provedores, e por ajudar os provedores que já ocupam este cargo a realizarem melhor o seu trabalho, reside nos principais redactores e editores. As empresas dos meios de comunicação alegam que o governo lhes deve determinados direitos

por causa do seu papel de guardiões da democracia. Podem também pedir contas com regularidade a instituições e funcionários. Por sua vez, precisam de demonstrar o mesmo tipo de abertura e de responsabilização que esperam dos outros. Um compromisso no sentido de ter disponíveis os serviços de um provedor é uma forma de o conseguir.

1. O papel e a história dos provedores de imprensa

- ¹ The Hindu, 14 de Janeiro de 2006 (<http://www.thehindu.com/todays-paper/k-narayanan-the-hindus-first-readers-editor/article3239800.ece>).
- ² NewsDay Zimbabwe, 23 de Fevereiro de 2012 (<http://www.newsday.co.zw/2012/02/23/2012-02-23-amh-appoints-public-ombudsman>).
- ³ Joe Latakomo, “Ostriches no more”, (<http://www.timeslive.co.za/opinion/2011/06/05/ostriches-no-more?service=print#>).
- ⁴ Citado pela Prof^a Flavia Pauwels in “Ombudsmen in the Latin American press: A complex task that seeks to become permanent”, versão em Inglês publicada em 26 de Julho de 2010 (<http://newsombudsmen.org/articles/ombudsmen-in-the-latin-american-press-a-complex-task-that-seeks-to-become-permanent>).
- ⁵ Entrevista com Dvorkin, 19 de Maio de 2013.
- ⁶ Jeffrey Dvorkin, “The Modern News Ombudsman: A User’s Guide”, publicado em 2011 pela Organization of News Ombudsmen, p. 15.
- ⁷ Estimativas baseadas em diversos estudos de países ou regiões específicas, assim como conversas com jornalistas, especialistas da comunicação social, provedores e funcionários de ONGs.
- ⁸ Jeffrey Dvorkin, “News ombudsmen at your service”, Common Ground Newsbulletin, 13-19 de Outubro de 2009 (<http://www.humiliationstudies.org/news/?p=1827>).
- ⁹ Entrevista com Elliott, 7 de Junho de 2013.
- ¹⁰ Entrevista com Asahi Shimbun repórter Kazuo Teranishi, 14 de Maio de 2013.

- 11 Observações feitas durante a conferência anual da ONO em 2013, realizada em Los Angeles, 19-22 de Maio.
- 12 Bill Ristow, "Sword and Shield: Self-Regulation and International Media", Centre for International Media Assistance, Maio de 2009, p. 5 (<http://cima.ned.org/publications/research-reports/sword-and-shield-self-regulation-and-international-media>).
- 13 Committee to Protect Journalists, "Attacks on the Press" (<http://www.cpj.org/2009/02/attacks-on-the-press-in-2008-sudan.php>) and <http://www.cpj.org/2011/02/attacks-on-the-press-2010-sudan.php>).
- 14 Media Council of Kenya, The Aids Law Project -Versus-Radio Africa and Ciku Muiruri (<http://mediacouncil.or.ke/Complaints/resolved-complaints.html>).
- 15 Prof Golam Rahman, "Media professionalism in Bangladesh: Dynamics in a developing country", ONO, 22 de Junho de 2012 (<http://newsombudsmen.org/articles/media-professionalism-in-bangladesh-dynamics-in-a-developing-country>).
- 16 Ayub Rioba, "Media Accountability in Tanzania's Multiparty Democracy: Does Self-regulation work?" University of Tampere, Finland (<http://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/66955/978-951-44-8936-5.pdf?sequence=1>).
- 17 Entrevista com Dvorkin, como referido anteriormente.
- 18 J.D. Froneman, "How Internal News Ombudsmen Can Strengthen Media Ethics and Understanding" in "Communication and media ethics in South Africa" (Juta), editor N. Hyde-Clarke, 2011, texto fornecido pelo autor.
- 19 Yavuz Baydar , "The Turkish Experience: Ombudsmanship in a Hostile Environment" in "Professional Journalism and Self-Regulation", Unesco, 2011, p. 98 (http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/media_standards/Professional+Journalism+and+Self-Regulation.pdf).
- 20 Citado no The Observer, 30 de Dezembro de 2012 (<http://www.guardian.co.uk/theobserver/2012/dec/30/the-readers-editor-on-how-best-handle-complaints>).

- ²¹ Neil Nemeth “News Ombudsmen in North America” (Praeger), 2003, p. 143.
- ²² Jack Shafer, “Does anyone care about newspaper ombudsmen?” 4 de Março de 2013 (<http://blogs.reuters.com/jackshafer/tag/washington-post/>; second item).
- ²³ Jay Rosen no seu blogue “pressthink” (http://archive.pressthink.org/2005/05/13/okrt_prs.html).
- ²⁴ Patrick B. Pexton, “The Post’s last ombudsman?” 15 de Fevereiro de 2013 (http://articles.washingtonpost.com/2013-02-15/opinions/37117880_1_ombudsman-media-critics-reader).
- ²⁵ Edward Wasserman, “Two cheers for the news ombudsman” in The Miami Herald, publicado em 7 de Abril de 2013 (<http://www.miamiherald.com/2013/04/07/3325844/two-cheers-for-the-news-ombudsman.html>).
- ²⁶ David Nolan and Tim Marjoribanks, “Regulating Standards: Ombudsmen in Newspaper Journalism” (<http://www.tasa.org.au/conferences/conferencepapers07/papers/377.pdf>).

2. Quando governos e meios de comunicação entram em confronto

- ²⁷ Conforme relatado nas notícias, a saber http://www.standardmedia.co.ke/?articleID=1144001544&story_title=Cloud-of-fear-returns-to-haunt-Kenya.
- ²⁸ Para mais pormenores, consultar <http://cpj.org/2013/05/cpj-urges-president-zuma-to-block-secrecy-bill.php>.
- ²⁹ Joe Latakomo “Allow media to ask questions about CAR” (<http://www.dispatch.co.za/allow-media-to-ask-questions-about-car/>).
- ³⁰ Thabo Leshilo “Press code: back to the source (<http://www.timeslive.co.za/opinion/article721170.ece/Press-code--back-to-the-source>).
- ³¹ Froneman, op.cit.

- 32 Entrevista com Sullivan, 19 de Junho de 2013.
- 33 A partir de Julho de 2013.
- 34 Greg Mitchell, "Margaret Sullivan, an Ombud Who Cares", *The Nation*, edição impressa de 8 de Abril de 2013 (<http://www.thenation.com/article/173448/margaret-sullivan-ombud-who-cares#axzz2ZmE2hUDg>).
- 35 Entrevista com Weiner, 25 de Junho de 2013.
- 36 Entrevista com Ndemo, 19 de Fevereiro de 2013.
- 37 Entrevista com Kittony, 1 de Março de 2013.
- 38 Entrevista com Pike, 22 de Fevereiro de 2013.
- 39 Carta datada de 14 de Junho de 2012, de Ndemo a Pike.

3. Os provedores e o público

- 40 Arjen van Dalen and Mark Deuze, "Readers' Advocates or Newspapers' Ambassadors? Newspaper Ombudsmen in the Netherlands", *European Journal of Communication* (<http://ejc.sagepub.com/content/21/4/457.abstract>).
- 41 Dados fornecidos por Stephen Pritchard, provedor do leitor do Observer.
- 42 Entrevista com Pike, conforme citado anteriormente.
- 43 Dvorkin, *Common Ground Newsbulletin*, op. cit.
- 44 Entrevista com Dvorkin, conforme citado anteriormente.
- 45 Informação fornecida pelo provedor do leitor do Guardian, Chris Elliott, num email de 20 de Novembro de 2012.
- 46 Entrevista com Pike, conforme citado anteriormente.
- 47 Entrevista com Ndemo, conforme citado anteriormente.

- 48 Cristina Elia, "The Mediators", Observatório Europeu do Jornalismo, publicado em 5 de Abril de 2007 (<http://en.ejo.ch/490/ethics/the-mediators>).
- 49 Kodi Barth, "Fact-checking: the recipe for accuracy", 20 de Maio de 2013 (<http://www.the-star.co.ke/news/article-121041/fact-checking-recipe-accuracy>).
- 50 Entrevista com Tourangeau, 21 de Maio de 2013.
- 51 Entrevista com Myles, 8 de Junho de 2013.
- 52 Entrevista com Elliott, conforme citado anteriormente.
- 53 Entrevista com Bell, 19 de Junho de 2013.

4. *Trabalhar a partir do interior*

- 54 Entrevista com Claassen, 20 de Maio de 2013.
- 55 David A. Markiewicz, "Mike'll Get Ya", American Journalism Review, Novembro de 2001 (<http://www.ajr.org/Article.asp?id=2378>).
- 56 Joaquim Fidalgo, "The ombudsman's role in the eyes of the newsroom" apresentado na Conferência IAMCR em Barcelona, Espanha, 21-26 de Julho de 2002 (<http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/7432/1/Fidalgo,%20J.%282002%29-Press%20ombudsman-IAMCR.pdf>).
- 57 Nolan and Marjoribanks, op. cit.
- 58 Entrevista com Claassen, conforme citado anteriormente.
- 59 Entrevista com Krüger, 19 de Abril de 2013.
- 60 Entrevista com Dawes, 14 de Maio de 2013.
- 61 Entrevista com Castro, 4 de Maio de 2013.
- 62 Entrevista por email com Petrarca, resposta de 15 de Maio de 2013.

- ⁶³ Julio Petrarca, “Fe de erratas máximas”, 5 de Maio de 2013 (<http://www.perfil.com/columnistas/Fe-de-erratas-maximas-20130505-0056.html>).
- ⁶⁴ Entrevista com Pauwels, 20 de Maio de 2013.
- ⁶⁵ Professor Flavia Pauwels, “Ombudsmen in the Latin American press: A complex task that seeks to become permanent”, versão em Inglês publicada no sítio web da ONO em 26 de Julho de 2010 (<http://newsombudsmen.org/articles/ombudsmen-in-the-latin-american-press-a-complex-task-that-seeks-to-become-permanent>).

5. Conclusão

- ⁶⁶ “Leadership and Guiding Principles for African Media Owners and Managers” Projecto da Iniciativa dos Meios de Comunicação Africanos aprovado pelo Fórum dos Líderes dos Meios de Comunicação Africanos em Tunis em 12 de Novembro de 2011 (<http://ami.dotsavvycloud.com/programmes/ami-leadership-and-guiding-principles/>).
- ⁶⁷ African Media Initiative, Comunicado de imprensa, 3 de Maio de 2012 (<http://ami.dotsavvycloud.com/wp-content/uploads/2013/02/AMI-Press-Release-3rd-May-2012-Dar-es-Salaam-Tanzania.pdf>).

