

Juan Carlos Suárez
Villegas

Professor de Ética e Filosofia Política na Universidade de Sevilla.

E-mail: jcsuarez@us.es.

Como avaliar a responsabilidade do jornalismo frente à cidadania

Juan Carlos Suárez Villegas

Resumo

A ética profissional consiste em administrar serviços para a promoção de um direito fundamental das pessoas. Portanto, além das qualidades humanas, espera-se uma resposta coletiva dos diferentes agentes que assumem essa responsabilidade. No caso do jornalismo, a mídia e os profissionais devem prestar contas por meio de valores como participação, pluralismo, transparência e independência de interesses que possam condicionar a liberdade de expressão e o direito à informação. Neste artigo, analisamos o atual debate na Espanha sobre os diferentes meios de responsabilização da mídia no ecossistema de comunicação digital.

Palavras-chave: Ética. Prestação de Contas. Espanha. Participação. Transparência.

How to evaluate the responsibility of journalism towards citizenship

Abstract

Professional ethics consists of administering services for the promotion of a fundamental right of the people. Therefore, in addition to human qualities, the collective response from the different agents who assume this responsibility is expected. In the case of journalism, the media and professionals must be held accountable by values such as participation, pluralism, transparency, and independence of interests that may condition freedom of expression and the right to information. In this article we analyze the current debate in Spain about the different means of media accountability in the digital communication ecosystem.

Key words: Ethics. Accountability. Spain. Participation. Transparency.

O objetivo da ética aplicada é resolver os conflitos decorrentes da prática profissional. Não se trata de extrapolar teorias morais, mas de dar respostas a casos concretos, ponderando os diferentes direitos afetados. A ética tem a ver com bom senso e boa prática profissional para satisfazer seus valores essenciais em face a interesses pessoais. A corrupção é justificada em formas de comportamento aparentemente corretas, mas com a intenção de favorecer interesses pessoais.

No caso do jornalismo, esse compromisso se reflete em diferentes documentos, como códigos deontológicos, manuais de redação ou recomendações que, vindas de diferentes fóruns da sociedade civil, são propostas aos profissionais para cuidar de seus direitos. No caso do jornalismo, como Kovach e Rosenstiel (2003) apontam, a sua legitimidade social reside no compromisso de fornecer ao público informações precisas e de interesse público para a compreensão da realidade social.

A informação é um direito fundamental e é esquecida quando se torna uma mercadoria disfarçada de infoentretenimento a serviço dos interesses de seus produtores. É o circo como forma de manipulação divertida do público. As novas mídias também podem contribuir para essa situação se as possibilidades de ser informado se tornarem um simples consumo de notícias por meio das redes sociais. Por trás desse cardápio informativo e superficial, mantido pela cultura dos cliques, as notícias mais sensacionalistas e levianas são privilegiadas. A Resolução 1003 do Conselho da Europa, conhecida como Código de Ética do Conselho da Europa, adverte que o papel da mídia é mediar e fornecer um serviço público para informar com veracidade e promover a liberdade de expressão.

Para garantir um funcionamento adequado da democracia precisamos de uma imprensa livre, o que exige proteção do jornalista contra as várias pressões que buscam afetar sua independência.

O modelo de jornalismo das “Novas Mídias” reduz os fatos a manchetes fugazes e chocantes, como se fosse um *slogan* publicitário. A informação não informa, mas diverte. É um modelo usado com um objetivo lúdico e não crítico. Por isso, leva o público a se entreter-se ou ficar chocado, mas acostumado a um fluxo constante de notícias que o impede de pensar em qualquer uma delas para estabelecer relações que lhe permitem compreender a realidade.

O jornalismo requer investigação, verificação e uma exposição contextualizada dos eventos, refletindo as vozes das diferentes partes de uma história. Mas se a mídia e os próprios jornalistas não fazem discursos próprios e atuam como caixa de ressonância para os poderes políticos ou econômicos, acabam confundindo a opinião pública, dando certa aparência de informação à propaganda ou à comunicação institucional. A falta de discursos autônomos construídos a partir da sociedade civil facilita a adoção daqueles e de outros já faturados pelos poderes constituídos. É o que se chama de jornalismo declaratório.

Walter Lippmann (2011) chamou isso de consenso social, onde o poder usa a mídia para legitimar seus próprios interesses em detrimento de vozes divergentes e minoritárias. A manipulação, juntamente à espiral de silêncio das vozes discordantes, e um ritmo trepidante no processo informativo, podem levar a uma sociedade com mais mídia, mais notícias, mas menos informada, justamente pelas inércias sociais que deslegitimam o direito à informação. Assim, as notícias falsas demonstram a eficácia da “verdade” democrática do ruído, contra a verdade dos fatos investigados que revelam as intenções do poder.

Como Owen Fiss (1999) aponta os direitos de quem se fala na mídia ou nas redes sociais devem ser tão importantes quanto os direitos daqueles que se expressam. Deve haver uma consideração da igualdade de direitos das minorias e evitar discursos discriminatórios que contribuam para deslocá-los da mídia e do espaço social.

Não é exagero dizer que, em muitos casos, a velocidade acaba se tornando um fim em si mesma. Assim, o urgente pode acabar subtraindo a força do importante e a pressa de informar ou

comentar, substituindo a verificação. Não são poucos os que pensam que, frequentemente, a revolução das comunicações afeta mais a mera transmissão do que a sua produção. As TICs podem servir, em suma, para estimular a tendência a querer ser o primeiro a relatar algo, mesmo que custe subtrair rigor e verificação (ALMIRÓN, 2006, online).

Desafios éticos no ambiente digital

O jornalismo digital tem se convertido, em poucos anos, de campo em construção com infinitas possibilidades para o futuro a uma realidade totalmente instalada nos fundamentos da rotina informativa na maioria dos meios de comunicação. O uso e o desenvolvimento técnico da internet são dos fenômenos sociais mais devastadores na história da comunicação humana, levando à alteração em curto espaço de tempo das rotinas de produção e da ligação tradicional entre produtores e audiências dos conteúdos informativos.

O relato de rua tradicional deu lugar a uma busca constante por dados na rede, o que leva a uma atualização constante da realidade. Redes sociais como o *Twitter* têm ajudado a moldar uma nova agenda da mídia na qual a cidadania desempenha um papel importante com seu *feedback* mais fluido, distante das tradicionais cartas ao editor. Os usuários são outro elemento em um espaço no qual o jornalista se posiciona como um filtro de um enorme volume de informações que emana horizontalmente de diferentes nós de interconexão.

Diante desse panorama tecnológico e tão socialmente dinâmico, os desafios colocados à profissão jornalística são mais numerosos e diversificados. Não existem soluções predeterminadas para fenômenos que acabaram de emergir ou que estão imersos em pleno processo de transformação. A capacidade de prever as tendências que irão moldar o futuro no campo jornalístico, incluindo as do futuro mais imediato, é muito limitada e sujeita a uma infinidade de variantes. Assim, a mídia vem implementando novas práticas há anos por meio da técnica de tentativa e erro.

A rentabilidade das empresas jornalísticas (imersas em uma crise generalizada não só econômica, mas de credibilidade perante à sociedade), a adoção de novos formatos e ferramentas digitais, e a interatividade com os usuários se tornaram questões centrais nos órgãos de tomada de decisão da mídia. No entanto, o debate sobre o produto informativo, o próprio jornalismo que fabrica hoje, parece ter ficado em segundo plano frente às infinitas possibilidades oferecidas pela Internet.

Nesse sentido, a pertinência de uma reflexão ética sobre o discurso jornalístico no ambiente digital parece essencial. E, embora seja verdade que as exigências éticas estabelecidas na maioria dos códigos da profissão ainda sejam úteis e necessárias no novo cenário, as relações entre jornalistas, audiências e informações mudaram substancialmente, colocando desafios que podem comprometer a qualidade do produto final (BILBENY, 1997; FRIEND; SINGER, 2007; FOREMAN, 2010; CHRISTOFOLETTI, 2014; CHRISTOFOLETTI, 2016; CRUZ-ÁLVAREZ; SUAREZ-VILLEGAS, 2017; SUÁREZ-VILLEGAS, 2015b).

A exigência por informações instantâneas estimulada pela rápida expansão das redes sociais, o assédio à privacidade resultante do mau uso de novas tecnologias de comunicação, os vazamentos anônimos de informações, os limites cada vez mais indefinidos entre publicidade e jornalismo, e a identidade líquida do jornalista contra o robusto número de usuários digitais, são apenas alguns dos dilemas éticos colocados pela Internet como uma ferramenta para o desenvolvimento e disseminação de conteúdo de notícias.

Richard Mason (1986), em seu famoso artigo intitulado “Quatro Questões Éticas da Era da Informação”, já apontava para aspectos cruciais na colisão entre o potencial das novas tecnologias de informação e os direitos que precisavam ser preservados contra seus possíveis abusos: privacidade, precisão, propriedade intelectual e acessibilidade. Esses são pontos que permaneceram em vigor até hoje e os riscos que correm foram até amplificados em um paradigma de comunicação no qual a identidade do jornalista é distorcida, se torna líquida sob uma democratização do ambien-

te comunicativo em que as fronteiras da profissão se diluem. Nesse sentido, surgem perguntas indissolúveis do que pode ser considerado ou não jornalismo ou quais são as características que o definem diante do comportamento ativo das audiências.

Neste artigo, abordamos algumas questões cruciais relacionadas à ética no jornalismo digital. Em primeiro lugar, a veracidade como uma qualidade essencial da informação versus outras expressões comunicativas. A velocidade com que são transmitidos os acontecimentos de hoje não livra o jornalista de verificar os fatos, não o exime do respeito pelos direitos das pessoas nem do rigor na busca da informação. Por outro lado, vale também a pena examinar as virtudes da participação dos leitores nos meios digitais, o que pode tornar o jornalismo mais aberto e sensível ao público. Tal participação corre o risco de se tornar um apêndice da informação que contamina seu significado social com as expressões mais infelizes, incentivando atitudes inadequadas entre os leitores. A esse respeito, a responsabilidade dos meios de comunicação deve não só satisfazer aos critérios de verdade, mas também ao controle de uma participação que deve ser plural e construtiva para os cidadãos com espírito crítico e dialógico.

O jornalismo é uma profissão social e, como tal, administra um direito humano que requer diligência especial do jornalista na busca, produção e interação da notícia, de acordo com a confiança depositada nele pelos cidadãos. A diligência profissional deve ser reforçada, uma vez que a incorporação gradual de usuários no processo de informação tendeu a distorcer erroneamente a figura do jornalista. Para corrigir essa confusão e reivindicar a posição social do profissional da informação, é necessário lembrar seu compromisso especial com a verdade, baseado no protocolo de atuação profissional. A ética é mais do que nunca vista como uma característica essencial da identidade do jornalista.

Independente do formato, o jornalismo precisa ser realizado como tal, e essas demandas não podem ser ignoradas pela dinâmica acelerada dos processos de informação no ambiente digital. Como observado por Micó *et al.*, “a corrida para ser o primeiro a dar uma notícia motiva difusão de erro e práticas desprezíveis, como publicação imagens manipuladas ou noticiário sem contraste” (MICÓ *et al.*, 2008, p. 17). Além disso, a inclusão de itens adicionais na notícia, como vídeos ou links para blogs, devem ser explicadas no contexto, pois se corre o risco de fortalecer uma imagem parcial que vai favorecer quem pode transmiti-la mais rápido ou quem tem mais recursos para colocar as versões que lhes interessam na mídia. Assim, o jornalista deve verificar sempre antes de publicar, fazer isso com mais de uma fonte, descartando as suspeitas ou irrelevantes. Caso contrário, o jornalista pode ser mais facilmente manipulado e dar crédito às notícias falsas.

Em uma entrevista interessante, intitulada “Ainda não está morto: o jornal nos dias da anarquia digital”¹, Bill Keller, editor-executivo do *The New York Times*, lembrou que a tarefa do jornalista não é simplesmente reproduzir as notícias de terceiros, mas buscá-las e contá-las de maneira verdadeira e independente. Ou seja, o jornalista pode dedicar mais tempo à pesquisa e a conhecer assuntos que interessam aos cidadãos, uma vez que foi liberado de notícias que as pessoas podem encontrar diretamente na Internet, em agências de notícias ou nos sites oficiais. Essa situação deve gerar mais liberdade do que nunca para a mídia, como Bill Keller (2007, *online*) observa:

Há algo importante que mudou e agradecemos à Internet por isso: há algumas décadas, as agências de notícias eram as proprietárias das informações e podiam decidir se transmitiam algo para o mundo ver. Se decidíssemos não transmitir, de alguma forma, estávamos censurando tais notícias ao mundo. Agora a Internet nos libertou desse papel. Agora as pessoas podem acessar a Internet para encontrar o que quiserem, e ninguém pode dizer que as agências de notícias estão escondendo informações, já que agora existem tantas fontes de imagens e compromissos. Agora estamos mais livres do que nunca para ter uma política editorial e fornecer relatórios consistentes que estejam de acordo com nossos padrões. Se as pessoas querem algo que não publicamos, é fácil encontrá-las (KELLER, 2007, s.p.).

¹A entrevista foi publicada na edição do *The Guardian* na terça-feira, 29 de novembro de 2007.

Só se oferece algo diferente que possa manter a credibilidade e a confiança que o público deposita. Assim, por exemplo, nos conflitos internacionais, será difícil oferecer uma visão verdadeira e independente se não houver correspondentes que digam o que está acontecendo no local. A tarefa de informar requer gastar sola de sapato e falar com as pessoas que sofrem os problemas olho no olho. É por isso que, como assinala Bill Keller: “o trabalho cívico dos jornalistas nas ruas não pode ser reproduzido por uma legião de blogueiros pendurados nas telas de seus computadores. Não pode ser suplantado por cabeças falantes e programas de televisão satíricos”. Bem, como o mítico editor segue afirmando mais tarde, “há muitos lugares onde você pode encontrar opiniões sobre a guerra, mas existem muito poucos, e todos os dias cada vez menos, onde você pode encontrar a informação honesta e genuína do que está acontecendo”. Keller conclui: “Vou lhe dar uma estatística que deve fazer seu coração sobressaltar. Quando Saddam Hussein caiu, havia mais de mil repórteres ocidentais no Iraque. Hoje, a qualquer momento, há cerca de 50” (KELLER, 2007, *online*).

A qualidade como distintivo do jornalista profissional

A qualidade da informação fará a diferença entre a atividade dos meios de comunicação e outros agentes que povoam o infoesfera digital. Com isso em vista, deve-se avançar para um jornalismo que aspire ao estilo que evita a informação de emergência e ofereça notícias comprovadas e contextualizadas que forneçam um quadro completo dos acontecimentos.

O jornalista conta os fatos e oferece um diagnóstico de sua importância em relação aos interesses públicos. O jornalista não precisa apenas conhecer os eventos além da superficialidade dos episódios que impactam hoje. Estes são a ponta do *iceberg* de problemas com interesses e conflitos, nos quais se deve aprofundar para dar uma interpretação correta dos fatos. O profissional da informação é um notário da realidade e deve levar consigo uma base importante de conhecimento das questões com as quais lida. Caso contrário, não poderá ter independência para analisar e criticar o que as fontes oficiais podem dizer.

Como Bill Keller (2007, *online*) indica, “acreditamos em um jornalismo de verificação e não de afirmação. Isso significa que valorizamos mais a precisão do que a velocidade ou a sensação”. A esse recurso acrescenta transparência, isto é, credenciar suas fontes e as evidências relevantes que suportam os fatos. E a notícia é tal como o fato ocorre e nos termos como se produz, sem que deve ser recortada ou ajustada para fornecer certas interpretações interessadas. Esse autor diz que o jornalista deve ensinar a analisar a realidade como se fosse um livro que as pessoas leem todos os dias, a fim de compreender a sua sociedade e a viver nela. Porque, na sua opinião, “o que as pessoas esperam é um julgamento independente, alguém em que possam confiar para garantir-lhes a informação, que corra atrás dela e que lhes dê significado” (KELLER, 2007, *online*). Isso é, precisamente, o principal desafio para o jornalismo em um novo ambiente marcado pela instabilidade e incerteza: recuperar a confiança perdida no caminho, a credibilidade enterrada sob a rotina e a manipulação.

Para fazer isso, é fundamental apostar decididamente nos valores éticos não só em nível individual, mas no conjunto da profissão, combinando os esforços de jornalistas, empresários, políticos e outras partes interessadas. Pois só por meio disso serão garantidos os direitos e os deveres de uma liberdade de expressão real, baseada em informação verdadeira, equilibrada e útil, que repercute a qualidade democrática da sociedade moderna.

A qualidade da democracia é baseada no grau de liberdade informativa dos cidadãos. Não há democracia sem jornalismo ou jornalismo sem jornalistas. Nos tempos atuais, quando parece que todos os cidadãos se tornaram informantes graças às novas tecnologias, convém reivindicar o papel profissional do jornalista. Sua condição é distinguida por um compromisso ético com a cidadania, marcada por princípios de ação destinadas a garantir a precisão da informação de interesse público. É uma tarefa que

requer uma independência de qualquer interesse que possa condicionar a verdade essencial dos fatos, diligência na verificação e clareza na apresentação desses fatos. Assim, a democracia depende em grande medida da existência de bons jornalistas, certos do que informam, independente de outras vozes e interesses particulares.

O jornalista tem com finalidade a cidadania. Mas a ética jornalística não pode ser condicionada a um simples voluntarismo ético, mas também deve se estender à ética dos meios de comunicação e de suas organizações profissionais. Nesses casos, a ética do jornalismo deve ser entendida como um mosaico de instâncias que supervisionam o cumprimento dos princípios e deveres éticos, algumas surgidas da própria categoria profissional (autorregulação), de órgãos públicos que regulam o setor com a participação de agentes envolvidos no jornalismo (corregulação) ou por organismos externos, vindos da sociedade civil para levantar suas vozes para exigir uma maior responsabilidade dos meios de comunicação. Esse conjunto de documentos e mecanismos destinados a cuidar e assegurar as responsabilidades da mídia também são chamados de instrumentos de prestação de contas (*accountability*).

²*The Random House Dictionary of the English Language*, Random House, Nueva York, 1987.

³*Em português, também não há uma palavra ou expressão que traduza completamente “accountability”.*

Os instrumentos de prestação de contas na Espanha

A expressão “prestação de contas” responde, de acordo com Ugalde (2002), a uma tradução imprecisa da palavra anglo-saxã “*accountability*” que, em seu sentido original, significa “estar sujeito à obrigação de informar, explicar ou justificar alguma coisa; ser responsável perante alguém de algo”.

No entanto, acrescenta Ugalde (2002, p. 9), “na língua espanhola³, está faltando um termo melhor que expressa claramente o sentido anglo-saxão e, na ausência de melhores opções, cada vez mais usamos prestar contas [*rendición de cuentas*]”. Há também uma longa tradição que fala de responsabilidade social corporativa quando se trata das empresas.

Alsius, Mauri-Rios e Rodríguez-Martínez (2011) sugerem que a responsabilidade dos meios de comunicação é um conceito que se refere à disposição das empresas de mídia para se comportar de determinadas formas para contribuir ao bem público. Isso é traduzido, segundo Suárez-Villegas *et al.* (2017, p. 323), na vontade da profissão jornalística de se regular e, assim, garantir a transparência da informação e participação pública.

Eberwein *et al.* (2011, p. 20) definiram os instrumentos para essa prestação de conta nos meios de comunicação assim:

Qualquer instituição casual, tanto offline como online, realizada por profissionais de mídia e usuários de mídia, que pretendem acompanhar, comentar e criticar o jornalismo e que procuram expor e debater os problemas do jornalismo nos níveis individual, das rotinas, das organizações ou extra-mídia (EBERWEIN et al., 2011, p. 20).

Almiron, Narberhaus e Mauri (2016, p. 210) acrescentam que esse regulamento pode ser realizado por meio de instituições informais ou instrumentos de prestação de contas (eles também apontam que as leis constituem as instituições formais). Em qualquer caso, considera-se que os sistemas de meios de prestação de contas são os principais indicadores para medir o pluralismo e a transparência do cenário da mídia de qualquer Estado democrático, na medida em que a sua função essencial é para monitorar, controlar, criticar e examinar a evolução e a qualidade da informação jornalística (SUÁREZ-VILLEGAS *et al.*, 2017, p. 323).

Bertrand (1999) listou mais de 50 instrumentos de prestação de contas na mídia na era analógica. Suárez-Villegas *et al.* (2017) também mencionam os sistemas tradicionais de prestação de contas (como o ombudsman do jornal impresso, os códigos de ética ou a seção de cartas ao editor, por exemplo), mas esses autores adicionam a esses sistemas as novas ferramentas criadas no ambiente digital aproveitando o potencial da internet e da *Web 2.0*.

Eberwein *et al.* (2011, p. 9) agruparam os instrumentos de prestação de contas

na era digital em duas grandes categorias: Instrumentos tradicionais (conselhos de imprensa, defensores do leitor, artigos sobre jornalismo em revistas especializadas, críticas sobre a mídia na própria mídia de massa, cartas ao editor, etc.) e instrumentos inovadores (como os defensores do leitor on-line, sites e blogs que monitoram o conteúdo das notícias ou contas em redes sociais dedicadas à crítica de mídia como no *Twitter* e no *Facebook*).

Mauri-Ríos e Ramón-Vegas (2015), por sua vez, identificaram, descreveram e categorizaram os novos sistemas de responsabilização on-line que surgiram no panorama da mídia espanhola. Para tanto, agruparam os sistemas detectados em duas categorias: os sistemas produzidos em empresas ou grupos de mídia e, por outro lado, os sistemas implementados externamente a essas empresas ou grupos.

Eberwein *et al.* (2011) também propõem classificar sistemas de prestação de contas, tendo em conta o seu grau de institucionalização: esses autores argumentam que ferramentas como cartas ao editor, *ombudsman*, conselhos de imprensa, pesquisa acadêmica, formação em jornalismo e em ética profissional, jornalismo especializado em mídia e o trabalho de ONGs como a Repórteres Sem Fronteiras têm um alto grau de institucionalização, em comparação com a crítica dos meios de comunicação em redes sociais, *blogs* de cidadãos, comentários online ou *blogs* escritos por jornalistas, que são significativamente menos institucionais.

Esse não é o único critério proposto por esses autores para classificar os sistemas de *accountability*, pois também sugerem que esses sistemas podem ser catalogados levando em conta sua origem: assim, os autores indicam que a maioria dos instrumentos com alto grau de institucionalização estão ancorados na profissão jornalística, enquanto a maioria dos instrumentos menos institucionalizados têm suas raízes externas à profissão (EBERWEIN *et al.*, 2011).

Nesse sentido, Rodríguez-Martínez, Mauri-De los Rios e Fedele (2017) analisaram a relação dos jornalistas com críticas (como expressam, recebem e ponderam as críticas), e suas descobertas sugerem que os jornalistas espanhóis não usam a crítica de seus pares na mesma medida que seus colegas internacionais.

Em todo caso, Suárez-Villegas *et al.* (2017, p. 323) consideram essencial identificar os sistemas de prestação de contas da mídia para mostrar a sua responsabilidade profissional e a apreciação da opinião pública no estabelecimento de critérios éticos. Esses autores também entendem que é essencial para medir o impacto real desses instrumentos e a sua capacidade para substituir os mecanismos de intervenção política e regulamentar para estabelecer até que ponto são úteis na preservação do pluralismo dos meios de comunicação.

Fengler *et al.* (2014) oferecem uma visão internacional da responsabilidade da mídia. Em relação à Europa, Bichler *et al.* (2012) e Fengler *et al.* (2015) estudaram diferentes sistemas de responsabilização no velho continente.

Hallin e Mancini (2004), por sua vez, depois de analisarem a estrutura de mídia de 18 democracias ocidentais argumentaram que tais sistemas poderiam ser divididos em três tipos: o modelo do Atlântico Norte (ou Liberal), o do Norte e Europa central (ou modelo Democrático Corporativo) e, finalmente, o modelo Mediterrâneo (ou Pluralista Polarizado), no qual se enquadra a Espanha. Esse é um modelo caracterizado por uma imprensa de tiragens relativamente pequenas, desenvolvimento tardio da indústria da mídia e da liberdade de imprensa, escassa profissionalização e alto nível de paralelismo político. Segundo Hallin e Mancini (2004), nos países do Mediterrâneo, os sistemas de responsabilização têm uma implantação muito baixa.

Almiron, Narberhaus e Mauri (2016), no entanto, argumentam que a realidade da Catalunha difere significativamente da Espanha pois sentem que o sistema de prestação de contas da mídia catalã se adapta aos modelos corporativista ou liberal.

Com um olho nas autoridades reguladoras audiovisuais, López Olano (2016) observa que há um déficit regulatório nas comunidades autônomas espanholas (com exceção da Catalunha e Andaluzia). Valencia-Bermudez e Campos-Freire (2016, p. 66), por sua vez, depois de analisar três sistemas de televisão regional (EITB, CCMA

e CRTVG), concluem que “nenhum dos três ainda encontrou uma fórmula bem sucedida para prestar contas diretamente ao seu público”.

Um dos mecanismos empregados pela profissão jornalística na Espanha para proteger a ética dos profissionais e meios de comunicação é a Comissão de Arbitragem, Reclamações e Deontologia da Federação de Associações de Jornalistas de Espanha (FAPE), que, em mais de dez anos de existência, já emitiu 150 resoluções que constituem uma importante bagagem doutrinária da deontologia do Jornalismo (Suárez-VILLEGAS, 2015a; SERRANO, 2017).

Nesse contexto, a pesquisa em andamento sobre a responsabilização da mídia na Espanha descrita por Suárez-Villegas *et al.* (2017) analisa os sistemas de responsabilização de seis comunidades autónomas: Andaluzia, Catalunha, Galícia, Madri, País Basco e Valência. No âmbito desta pesquisa, Rodríguez-Martínez *et al.* (2017) realizaram uma primeira análise comparativa de instrumentos de responsabilização externa para os media em quatro dessas comunidades: Catalunha, Galícia, Madri e Valência. Alsius *et al.* (2011) observaram à época que a Espanha ofereceu uma paisagem assimétrica nessa área, com algumas comunidades (principalmente Madri e Catalunha) com um elevado número de instrumentos de prestação de contas no ecossistema de mídia, e outros como Andaluzia e País Basco que ofereceram um “exemplo limitado”. Os instrumentos de *accountability* externos aos meios de comunicação de ambas as comunidades autónomas têm sido objeto de estudo nesta investigação.

Referências

ALMIRÓN, Nuria. Los valores del periodismo en la convergencia digital: Civic journalism y quinto poder. **Revista Latina de Comunicación Social**. Disponível em: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200609Almiron.pdf>, 2006. Acesso em: 8 de mar. 2019.

ALMIRON, Nuria. NARBERHAUS, Marta; MAURI, Mauri. Mapping media accountability in stateless nations: The case of Catalonia. **Catalan Journal of Communication & Cultural Studies**, 8 (2), 207-225. 2016.

ALSIUS, Salvador; MAURI-RÍOS, Mauri; RODRÍGUEZ-MARTÍNEZ, Ruth (). “Spain: A diverse and asymmetric landscape”. In: EBERWEIN, T.; FENGLER, Susanne; LAUK, Epp; LEPPIK-BORK, Tanja (Eds.). **Mapping Media Accountability – in Europe and beyond** (pp. 155-167). Köln: Halem. 2011.

BERTRAND, Claude Jean. **Media ethics and accountability systems**. New Brunswick, USA: Transaction. 1999.

BICHLER, Klaus; HARRO-LOIT, Halliki; KARMAVIN, Matthias; KRAUS, Daniela; LAUK, Epp; LOIT, Urmas; FENGLER, Susanne; SCHNEIDER-MOMBAUR, Laura. **Best Practice Guidebook: Media Accountability and Transparency across Europe**. 2012. Disponível em: http://www.mediaact.eu/fileadmin/user_upload/Guidebook/guidebook.pdf. Acesso em: 8 de mar. 2019.

BILBENY, Nobert. **La revolución en la ética: hábitos y creencias en la sociedad digital**. Barcelona: Anagrama, 1997.

CHRISTOFOLETTI, Rogerio. Ethical concerns in journalism done by non-journalists. **Comunicação e Sociedade**, v. 25, p. 278, 2014.

CHRISTOFOLETTI, Rogério. Ethical Risks, Informers, Whistleblowers, Leaks and Clamor for Transparency. **Brazilian Journalism Research (online)**, v. 12, p. 54. 2016.

CRUZ-ÁLVAREZ, Jesús; SUAREZ-VILLEGAS, Juan-Carlos. Pautas deontológicas para el Periodismo Digital. **El profesional de la información**, marzo-abril, v. 26, n. 2, p. 249-254. eISSN: 1699-2407. 2017.

FENGLER, Susanne; EBERWEIN, Tobias; ALSIUS, Salvador; BAINNÉE, Olivier; BICHLER, Klaus; DOBEK-OSTROWSKA, Boguslawa; EVERS, Huub; GLOWACKI, Michal; GROENHART, Harmen; HARRO-LOIT, Halliki; HEIKKILÄ, Heikki; JEMPSON, Mike; KARMASIN, Matthias; LAUK, Epp; LÖNNENDONKER, Julia; MAURI-RÍOS, Marcel; MAZZOLENI, Gianpietro; PIES, Judith; PORLEZZA, Colin; POWELL, Wayne; RADU, Raluca; RODRÍGUEZ-MARTÍNEZ, Ruth; RUSS-MOHL, Stephan; SCHNEIDER-MOMBAUR, Laura; SPLENDORE, Sergio; VÄLIVERONEN, Jari; VERA-ZAMBRANO, Sandra. How effective is media self-regulation? Results from a comparative survey of European journalists. **European Journal of Communication**, Vol. 30, n. 3, 249-266, 2015.

FENGLER, Susanne; EBERWEIN, Tobias; MAZZOLENI, Gianpietro; PORLEZZA, Colin (eds.). **Journalists and media accountability: An international study of news people in the digital age**. New York: Peter Lang. 2014.

FISS, Owen. **La ironía de la libertad de expresión**, Barcelona: Gedisa, 1999.

FOREMAN, George. **The ethical journalist**. Oxford: Wiley-Blackwell, 2010.

FRIEND, Cecilie; SINGER, Jane B. **Online journalism ethics**. London-New York: M.E.Sharpe, 2007.

HALLIN, Daniel; MANCINI, Paolo C. Y. **Comparing media systems. three models of media and politics**. New York: Cambridge University Press, 2004.

KELLER, Bill. Todavía no está muerto: el periódico en los días de la anarquía digital. **The Guardian**, 30 de noviembre de 2007. V.O. Disponível em: <http://www.theguardian.com/media/2007/nov/29/pressandpublishing.digitalmedia1>. Acesso em: 30 set. 2013.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Los elementos del periodismo**. Madrid: Ediciones El País, 2003.

LIPPMANN, Walter. **Liberty and the news**. New York, Hancourt, Brace and Howe. Versión española: Libertad y prensa, Madrid, Tecnos, 2011.

LÓPEZ OLANO, Carlos. Las autoridades de regulación audiovisual en España. Panorámica y perspectivas de control de la pluralidad. **Communication Journal**, 7, 87-112. 2016.

MASON, R. O. Four ethical issues of the information age. **Management Information Systems Quarterly**, v. 10, n. 1, p. 5-12, 1986. <http://dx.doi.org/10.2307/248873>. Acesso em: 8 de mar. 2019.

MAURI-RÍOS, Marcel Y RAMON-VEGAS, Xavier. Nuevos sistemas de rendición de cuentas de la información periodística. Exploración del escenario online español. **El profesional de la información**, 24 (4), 380-389. 2015.

MICÓ, José Luis.; CANAVILHAS, Joao.; MASIP, Pera, RUIZ, Carlos. La ética en el ejercicio del periodismo: Credibilidad y autorregulación en la era del periodismo en Internet. **Estudos em Comunicação**, nº 4, pp. 15-39. 2008.

RODRÍGUEZ-MARTÍNEZ, Ruth; LÓPEZ-MERI, Amparo.; MERINO-ARRIBAS, Adoración; MAURI-RÍOS, Marcel. Instrumentos de rendición de cuentas en España. Análisis comparativo en Cataluña, Galicia, Madrid y Valencia. **El profesional de la información**, 26 (2), 255-266. 2017.

RODRÍGUEZ-MARTÍNEZ, Ruth; MAURI-DE LOS RÍOS, Marcel. FEDELE, Maddalena. Criticism in journalism as an accountability instrument: the opinion of Spanish journalists. **Communication & Society**, 30 (1), 57-72. 2017.

SERRANO MORENO, Juan. **Ética del periodismo español. las 100 primeras resoluciones de la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología de la FAPE**. Madrid: Fragua, 2017.

SUÁREZ-VILLEGAS, Juan-Carlos C. La Comisión de Deontología como referente de la autorregulación del periodismo: apuntes doctrinales sobre el periodismo digital. **Comunicación y Sociedad**, vol. 28, núm. 3, pp. 135 – 149. 2015a.

SUÁREZ-VILLEGAS, Juan-Carlos. Nuevas tecnologías y deontología periodística: comparación entre medios tradicionales y nativos digitales. **El Profesional de la Información**, v. 24, n. 4, pp. 390-395. 2015b.

SUÁREZ-VILLEGAS, Juan-Carlos; RODRÍGUEZ-MARTÍNEZ, R.; MAURI-RÍOS, M.; LÓPEZ-MERI, Amparo. Accountability and Media Systems in Spain: Real impact and good practices in Spanish Media. **Revista Latina de Comunicación Social**, 72, 321-330. 2017.

UGALDE, Luis Carlos. La rendición de cuentas en los gobiernos estatales y municipales. **Serie Cultura de la Rendición de Cuentas**, México, n. 4, p. 5-55, 2002.

VALENCIA-BERMÚDEZ, Andrea; FREIRE, Francisco. Value indicators for regional broadcasters: accountability in EITB, CCMA and CRTVG. **Communication & Society**. p. 59-28. DOI - 10.15581/003.29.4.59-68. Vol. 29, n. 4, 2016.