



*Comunicação Pública em debate:*  
**Ouvidoria e Rádio**

Fernando Oliveira Paulino  
Luiz Martins da Silva  
(Organizadores)



Universidade de Brasília



50 1962  
2012



Empresa Brasil  
de Comunicação





**Comunicação Pública em debate:  
Ouvidoria e Rádio**



**UnB**

**Universidade de Brasília**

**Reitor:** Ivan Marques de Toledo Camargo

**Vice-reitora:** Sônia Nair Bão

**Decano de Ensino de Graduação:** Mauro Luiz Rabelo

**Decano de Administração:** Luís Afonso Bermudez

**Decano de Pesquisa e Pós Graduação:** Jaime Martins de Santana

**Decana de Extensão:** Thérèse Hofmann Gatti R. da Costa

**Decana de Assuntos Comunitários:** Denise Bomtempo Birche de Carvalho

**Decanato de Gestão de Pessoas:** Gardênia da Silva Abbad

**Decanato de Planejamento e Orçamento:** Carlos Alberto Muller Lima Torres

**Secretário de Comunicação:** Hugo Costa

**EDITORA**



**UnB**

**Editora Universidade de Brasília**

**Diretora:** Ana Maria Fernandes

**Conselho Editorial:** Ana Maria Fernandes, Ana Valéria Machado Mendonça, Eduardo Tadeu Vieira, Fernando Jorge Rodrigues Neves, Francisco Claudio Sampaio de Menezes, Marcus Mota, Neide Aparecida Gomes, Peter Bakuzis, Sylvia Ficher, Wilson Trajano Filho, Wivian Weller



**Empresa Brasil  
de Comunicação**

**Empresa Brasil de Comunicação**

**Diretor-Presidente:** Nelson Breve

**Diretor-Geral:** Eduardo Castro

**Conselho Curador:** Ana Luiza Fleck Saibro (Presidente), Heloisa Maria Murgel Starling (Vice-presidente), Ima Célia Guimarães Vieira, Cláudio Salvador Lembo, Rosane Maria Bertotti, José Antônio Fernandes Martins, Maria da Penha Maia Fernandes, Rita de Cássia Freire Rosa, Paulo Ramos Derengoski, Daniel Aarão Reis Filho, João Jorge Santos Rodrigues, Murilo César Oliveira Ramos, Takashi Tome, Mário Augusto Jakobskind, Ana Maria da Conceição Veloso, Wagner Tiso, Guilherme Gonçalves Strozi, Sueli Navarro, Helena Chagas, Marta Suplicy, Aloizio Mercadante e Marco Antonio Raupp

**Comunicação Pública em debate:**

**Ouvidoria e Rádio**

**Fernando Oliveira Paulino  
Luiz Martins da Silva  
(organizadores)**



**Universidade de Brasília**



50 1962  
2012





COMUNICAÇÃO  
PÚBLICA  
EM  
DEBATE:  
OUVIDORIA  
E  
RÁDIO

### **Organização**

Fernando Oliveira Paulino / Luiz Martins da Silva

### **Agradecimentos**

Messias Melo / Boleslaw Skowronski / Lucio Haeser / David Renault da Silva/ José Geraldo de Sousa Junior / Lúcia Helena Pulino / Murilo César Ramos / Daniele Perdomo / Fernando Soares dos Santos / Ivoneide Brito de Oliveira / Jose Alves Sobrinho / Alessandro Oliveira / Carolina Farah / Marcos Gomes / Maria Luiza Busse / Luzia Helena Alves de Castro / Joseti Marques / David Silberstein / Tiago Martins / Ana Cristina Santos / Williamsmar da Silva / Marcos Tavares / Edson Néri / Carlos Moraes / Josemar França / Efraim Lisboa / Joca Sanz / Ageu Cantilino / Anderson Ribeiro / Octavio Pieranti / Marco Antonio de Carvalho Moreira / Reynaldo dos Santos / Christiane Araújo Santos / Edielton Paulo / Grazielle Oliveira / Samuel Faria de Abreu / Adrielen Alves / Andhrea Tavares / Luiza Inês / Walter Antônio Teixeira / Zélia Leal / Carlos Senna / Mara Régia di Perna / Jessé Costa / Jaider Ribeiro de Amorim / Célio Antonio / Leleco Santos / Vânia Vieira / Patrícia Borges / Laureana Telles / CAO-Rádio MEC / SOARMEC / Central do Ouvinte/ Arquivo Rádio Nacional do Rio de Janeiro/ Joaquim Monteiro / Lacy Barca e todas as pessoas que contribuíram com a parceria UnB e EBC.

### **Projeto Gráfico**

Patrick Cassimiro / Thiago Lima / Mariana Pizarro / Miryan Rodrigues

### **Revisão**

Regina Marques / Simone Garcia / Fernando Oliveira Paulino / Luiz Martins da Silva

### **Apoio Técnico**

Juliana Soares Mendes

Copyright © 2013 by Editora Universidade de Brasília

Todos os direitos reservados. Nenhuma parte desta publicação poderá ser armazenada ou reproduzida por qualquer meio sem a autorização por escrito da Editora.

Editora Universidade de Brasília

SCS, quadra 2, bloco C, n.º 78, edifício OK

2.º andar, CEP 70302-907, Brasília-DF

Telefone: (61) 3035-4200

Fax (61) 3035-4230

Internet: [www.editora.unb.br](http://www.editora.unb.br)

E-mail: [contato@editora.unb.br](mailto:contato@editora.unb.br)

Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca Central da Universidade de Brasília

C741      Comunicação pública em debate : ouvidoria e rádio /  
Fernando Oliveira Paulino, Luiz Martins da Silva, organizadores. -- Brasília :  
Editora Universidade de Brasília, 2013.  
200 p. ; 22 cm.

ISBN 978-85-230-1097-3

1. Comunicação. 2. Comunicação pública. 3. Ouvidoria. 4. Rádio. I. Paulino,  
Fernando Oliveira. II. Silva, Luiz Martins da.

CDU 654.19

*A todos os servidores da Universidade de Brasília e da  
Empresa Brasil de Comunicação que colaboraram com as  
atividades desenvolvidas entre 2009 e 2012.*

*Aos membros da Comissão UnB 50 Anos e à Editora  
Universidade de Brasília por incluir o livro nas celebrações  
do Jubileu da UnB.*



# SUMÁRIO

PREFÁCIO.....	13
<b>Nelson Breve</b>	

PREÂMBULO.....	15
<b>Regina Lima</b>	

INTRODUÇÃO.....	17
<b>Fernando Oliveira Paulino e Luiz Martins da Silva</b>	

## PARTE I ENTREVISTAS: ORIGENS DA EMPRESA BRASIL DE COMUNICAÇÃO E DA OUVIDORIA DA EBC

COMO SURTIU A EMPRESA BRASIL DE COMUNICAÇÃO?.....	27
<b>Entrevista com Tereza Cruvinel</b>	

COMO SURTIU A OUVIDORIA DA EBC?.....	41
<b>Entrevista com Laurindo Leal Filho</b>	

## PARTE II PRÁTICAS NA OUVIDORIA DA EBC

OS SERVIÇOS DA OUVIDORIA DE RÁDIOS PÚBLICAS COMO INSTRUMENTO DE PRESTAÇÃO DE CONTAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL DA MÍDIA.....	55
<b>Fernando Oliveira Paulino</b>	

PARÂMETROS PARA A OUVIDORIA DA EBC.....	71
<b>Luiz Martins da Silva</b>	

OUVIR, FALAR, TRANSMITIR: A INTERATIVIDADE NO RÁDIO E O PROGRAMA <i>RÁDIO EM DEBATE</i> .....	87
<b>Leonardo Barreiros Rocha</b>	

OUVIDORIA NA AGÊNCIA BRASIL .....	101
<b>Paulo Machado</b>	

### PARTE III DEPOIMENTOS

DEPOIMENTOS DE OUVINTES, PROFISSIONAIS E GESTORES .....	111
---	-----

DEPOIMENTOS DE ESTUDANTES QUE ATUARAM NA OUVIDORIA .....	121
--	-----

### PARTE IV OUTRAS PRÁTICAS DE OUVIDORIA

A OUVIDORIA NO SERVIÇO PÚBLICO BRASILEIRO .....	135
<b>José Eduardo Elias Romão</b>	

OS MEDIA AO ESPELHO: A EXPERIÊNCIA DO OMBUDSMAN EM PORTUGAL E ESPANHA.....	165
<b>Madalena Oliveira</b>	

OUVIDORIA NA TELEVISÃO COLOMBIANA .....	183
<b>Jairo Faria</b>	

PARTE IV  
OUTRAS PRÁTICAS  
DE OUVIDORIA

# OS MEDIA AO ESPELHO: A EXPERIÊNCIA EM PORTUGAL E ESPAÑA

MADALENA OLIVEIRA<sup>1</sup>

*Criada num contexto mais vasto de generalização da cobertura jornalística sobre a atividade dos média em geral, a figura do ombudsman tem uma história relativamente breve na Península Ibérica. Ainda que nos pressupostos de instituição do ombudsman nos meios de comunicação social tivesse estado a vontade de, de algum modo, colocar os média ao espelho, o impacto público desta atividade tem sido modesto. Neste texto, reflete-se sobre a criação da tarefa do ombudsman nos media portugueses e espanhóis e do seu sentido enquanto instrumento de escrutínio público dos profissionais da comunicação.*

---

<sup>1</sup> Professora Auxiliar do Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho, em Portugal e investigadora do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade. Doutorou-se em 2007 na área de conhecimento de Sociologia da Informação, com uma tese intitulada 'Metajornalismo: quando o jornalismo é sujeito do próprio discurso'. Email: [madalena.oliveira@ics.uminho.pt](mailto:madalena.oliveira@ics.uminho.pt)

## Os média nos média

Na sua aceção clássica, o jornalismo é uma atividade de narração dos acontecimentos de impacto público, aquilo que o escritor português do século XIX, Eça de Queirós, definia como o «ir lá e voltar para contar aos outros». Nesta aceção, porém, a imprensa e os jornalistas não fariam parte daquilo que deveria ser contado aos outros. Correspondendo a uma atividade de ‘vigilância’ dos poderes constituídos (Legislativo, Executivo e Judicial), o jornalismo presumiu-se durante muito tempo como um observador da história da humanidade, como se o ato de observação não fosse também uma forma de ação sobre a atualidade. Por princípio, então, o jornalismo e os jornalistas não seriam notícia.

166

O progressivo reconhecimento do poder da imprensa na sociedade, que redundou na ideia segundo a qual o jornalismo exerceria um quarto poder<sup>2</sup> contribuiu, entretanto, para uma atenção crescente relativamente aos efeitos da imprensa e à conduta dos jornalistas. O escritor, ensaísta e jornalista austríaco Karl Kraus foi talvez um dos primeiros profissionais da imprensa a promover a publicação periódica de notícias e artigos de opinião sobre a imprensa e os jornalistas. Crítico convicto do papel dos jornais do século XIX e do caráter dos jornalistas, que considerava serem profissionais sem

---

<sup>2</sup> Diz-se que é ao publicista inglês Edmund Burke (1729-1797) que se deve a expressão quarto poder, na medida em que, um dia, na Câmara dos Comuns, terá dirigido o olhar para a Galeria de Imprensa e dito: «Ali senta-se o Quarto Poder, e é o mais importante de todos eles». Mas esta atribuição não é totalmente consensual. De acordo com alguns historiadores, como William Safire, comentador político do New York Times, a expressão entra na história do jornalismo pela pena do ensaísta Hazlitt que, escrevendo sobre o jornalista William Cobbett, terá dito, em 1821, que «o seu estilo atordoa os seus leitores... ele é demais para um só jornal antagonista; assola um orador da cidade ou um membro do Parlamento e sustenta o próprio governo. Ele é uma espécie de Quarto Poder na política deste país» [SAFIRE, William (1982), “The one-ma fourth estate”, in: New York Times, edição de 6 de Junho]. A expressão “quarto poder” seria repetida, em 1828, pelo poeta, historiador e político britânico Thomas Babington Macaulay, que terá comentado que «a galeria em que se sentam os repórteres se tornou no quarto poder do reino».

escrúpulos, Kraus editou durante 37 anos (entre 1899 e 1936), a revista *Die Fackel* (O Archote), em cujas páginas promoveu a crítica da sociedade austríaca e defendeu a ideia de que a imprensa seria o inimigo número um a abater.

Da dramaturgia alemã ao romance francês ou mesmo português, uma parte significativa da literatura do século XIX está, de algum modo, na origem da consciência de que a cobertura jornalística do espaço público não é uma atividade isenta de crítica. Nos retratos da sociedade contemporânea traçados por escritores como Gustav Freytag, Arthur Schnitzler, Balzac, Voltaire e Eça de Queirós, há um sentimento de repulsa relativamente à qualidade do trabalho dos jornalistas e, por isso, uma necessidade de os incorporar como atores da vida pública.

Ainda que sem este caráter intervencionista ou satírico, também na própria imprensa, e depois nos meios audiovisuais, se foi desenvolvendo a ideia de que a esfera dos média constitui matéria de informação de interesse público, quer no que respeita à economia deste setor quer no que concerne à prática jornalística propriamente dita. A complexificação do campo mediático, enquanto indústria específica e produção cultural de vasto impacto sobre a sociedade, ditou o reconhecimento progressivo de que também neste domínio se encontram temas de interesse público sobre os quais se espera um investimento informativo dos jornalistas. Nas duas últimas décadas do século XX, tornaram-se cada vez mais frequentes as notícias que passaram a ter o jornalista como protagonista. Era esse o reconhecimento que se fazia, por exemplo, num editorial do jornal *Diário de Notícias*, em novembro de 2003, onde se admitia que «existem situações excecionais que o tornam [ao jornalista] objeto da sua própria missão».<sup>3</sup>

Com efeito, sendo um fenómeno relativamente recente na história dos média, o jornalismo sobre o jornalismo resulta de um conjunto de fatores que culminam na perceção de que a atividade dos média é hoje inevitável e irrenunciável. Com a intensificação dos estudos de comunicação, que se

---

<sup>3</sup> Em “A missão de informar”, editorial do jornal *Diário de Notícias*, edição de 15 de novembro.

desenvolveram particularmente depois da II Guerra Mundial, os média tornam-se eles próprios objeto de investigação crescente. Toda a segunda metade do século XX é marcada por um incremento da produção académica neste domínio (sobretudo em países como os Estados Unidos), um aumento motivado, em parte, pelo aparecimento e pela generalização da televisão e, já no final do século, pela progressiva digitalização das comunicações. Em Portugal, as ciências da comunicação desenvolvem-se bastante mais tarde, mas pode dizer-se que a abertura do primeiro curso superior de Comunicação Social, em 1979, na Universidade Nova de Lisboa, constituiu um ponto de partida para um interesse cada vez mais sólido pelos estudos jornalísticos. A partir da década de 1980 vários acontecimentos científicos chamariam então a atenção dos média para a informação sobre a comunicação. Em 1983 é lançado o primeiro curso de Mestrado em Ciências da Comunicação, aparecendo no mesmo ano o primeiro centro de investigação de comunicação. Até ao final do século, assiste-se a uma explosão dos cursos de graduação que se multiplicam por todas as universidades do país e que replicam um fenómeno semelhante nas instituições de ensino superior espanholas.

Neste trajeto de autonomização gradual dos *communication studies* relativamente às ciências sociais e humanas, multiplica-se também a produção literária, propagando-se o aparecimento de coleções de livros e de revistas científicas dedicados à comunicação e aos *mass media* em geral. Concomitante deste movimento é, por outro lado, o aumento do número de teses de mestrado e de doutoramento em comunicação que estimulam a publicação de estudos e a sua divulgação nas páginas dos jornais. A afirmação da área científica, que se deveu ainda à concessão de financiamento para o desenvolvimento de projetos de investigação, conduziu assim à assunção da comunicação como área de conhecimento pretensamente equiparável a outros campos do saber, com investigadores e centros de pesquisa dedicados à reflexão e análise do fenómeno comunicativo e do papel dos meios de comunicação para o desenvolvimento social e cultural. Embora

muitas destas produções escapem ainda à agenda dos média, a verdade é que elas têm inspirado muitos trabalhos jornalísticos, nomeadamente entrevistas a quem, por profissão, teria a função de entrevistar, e reportagens sobre ambientes e rotinas que, por definição, seriam os contextos de execução da própria tarefa de reportar.

No início dos anos 1990, as notícias acerca do jornalismo e dos jornalistas eram ainda relativamente escassas, ou pelo menos pouco sistematizadas em espaços especializados. Dispersa pelas secções de Sociedade, Cultura ou Economia, a informação sobre os meios de comunicação social não resultava ainda de uma editoria específica. Quatro categorias resumem a classificação destes registos, definindo os temas mais frequentemente tratados: 1) as questões empresariais (onde se incluem as questões de propriedade, a dinâmica dos grupos económicos, os negócios suplementares das empresas de média, dados sobre audiências); 2) as questões legislativas (iniciativas dos governos e dos partidos políticos, determinações do Conselho Deontológico, processos judiciais ligados à atuação de jornalistas); 3) os eventos (congressos, exposições, lançamentos de livros, tertúlias promovidos especialmente por instituições académicas mas também pelo Sindicato dos Jornalistas); 4) incidentes (episódios trágicos envolvendo jornalistas, agressões, a morte de alguns profissionais, quer por razões naturais, de doença, quer por perigos inerentes à profissão, como assassinios ou acidentes em contexto de guerra) (Oliveira, 2010: 227).

A última década dos anos 1900 registaria, porém, uma alteração deste panorama. Este tipo de notícias torna-se cada vez mais frequente nas páginas dos jornais, motivando até debates na televisão. Várias razões poderão explicar este fenómeno. Por um lado, o rápido desenvolvimento das novas tecnologias da comunicação, onde se incluem os telemóveis, os videofones, os videojogos, o DVD, o 3D e a chamada realidade virtual, bem como a digitalização progressiva dos sistemas de produção dos meios de comunicação social (a digitalização da rádio, a digitalização da TV, a migração dos jornais para a web). Por outro lado, a criação dos canais privados de televisão em sinal

hertziano aberto e a proliferação dos canais por cabo, dois fatores que chamaram a atenção dos jornalistas e do próprio público para as questões da programação e, concomitantemente, para o problema da disputa das audiências. Em parte, é exatamente à televisão que se deve a abertura e a manutenção de espaços nos jornais especialmente dedicados aos média, onde se passaram a publicar regularmente quer a programação televisiva quer a análise e crítica de alguns programas, sobretudo no momento da sua estreia. Com a proliferação dos canais privados e o acesso crescente a canais internacionais (via satélite e via cabo), não faltaria matéria para que a imprensa garantisse a publicação de páginas diárias dedicadas aos média, não apenas com informação, mas em boa medida também com artigos de opinião e análise. Na verdade, o género opinião também irrompe por esta altura com colunas regulares sobre as questões dos média (inicialmente sobre audiências e programação, depois também sobre questões deontológicas), conquistando um espaço que antes era dedicado exclusivamente à opinião sobre os assuntos políticos, sociais, económicos e até religiosos.

Em Portugal<sup>4</sup> como em Espanha,<sup>5</sup> o final do século XX é muito próspero para o campo da comunicação social. Novos títulos na imprensa, novos canais de televisão, o espectro radiofónico organizado depois do fenómeno das rádios piratas (que foi especialmente ativo nos anos 1980, mas que ainda se regista abundantemente em Espanha), a migração sucessiva dos meios para a Internet e a celeridade com que estes acontecimentos se foram registando justificam bem a necessidade de informar sobre um campo em efervescência. Adicionalmente uma nova sensibilidade às questões da ética e da deontologia profissional se foi também manifestando depois

---

4 Uma reportagem publicada a 11 de janeiro de 2010 pelo jornal espanhol *El País*, com o título ‘El mapa de la radio ‘pirata’’, dava conta de que mais de três mil emissoras de rádio ainda estariam a emitir de forma ilegal.

5 O código deontológico espanhol foi aprovado, em 1993, em assembleia extraordinária da Federação de Associações de Jornalistas Espanhóis (a FAPE), em Sevilha. O código dos jornalistas portugueses foi aprovado em maio do mesmo ano depois de uma consulta a todos os jornalistas titulares da carteira profissional.

de 1993, ano em que foram aprovados, coincidentemente, o atual Código Deontológico dos Jornalistas Portugueses e o atual Código Deontológico dos Jornalistas Espanhóis. É esta sensibilidade que dá o mote a vários trabalhos de reportagem e que viria a estar na base da instituição dos *ombudsmen*, como referiremos mais adiante.

Outro fator que contribuiu para uma maior exposição dos jornalistas no espaço público prende-se com o aparecimento de publicações e de programas especialmente dedicados aos meios. Neste domínio em Portugal é relevante o lançamento, no ano 2000, da revista *Jornalismo & Jornalistas*, a única publicação periódica não académica (de jornalistas para jornalistas) no país. Definindo-se como uma «revista de jornalistas exclusivamente dedicada aos problemas, às experiências, ao trabalho, à história, à formação e aos desafios que se colocam aos próprios jornalistas»,<sup>6</sup> a *Jornalismo & Jornalistas* tem como objetivo «estimular uma maior preocupação e consciencialização dos jornalistas acerca da prática da profissão e incentivar a que o trabalho quotidiano seja acompanhado e complementado por uma maior reflexão». Em 2004, a edição desta revista seria complementada com a estreia, do programa ‘Clube de Jornalistas’ na TV, onde se manteve até dezembro de 2009. Tendo sido o primeiro programa regular em televisão (primeiro semanalmente, depois apenas em semanas alternadas) a discutir jornalisticamente o próprio jornalismo, o ‘Clube de Jornalistas na TV’ recusava «discutir o jornalismo em circuito fechado, virado para dentro» e fazia questão de não ouvir apenas jornalistas para ter «sempre uma perspetiva crítica do exercício da profissão».<sup>7</sup>

Nos últimos quinze anos, os média têm-se colocado ao espelho e desenvolvido um discurso que é também

---

6 Informação disponibilizada no site do Clube de Jornalistas, inacessível, porém, no momento de publicação deste capítulo, dado o espaço se encontrar em reconstrução.

7 Em declarações ao jornal Diário de Notícias, um dos apresentadores do programa, Ribeiro Cardoso, confirmava que este «era o único espaço que debatia as questões de uma área fundamental da sociedade, os media.» [DN, 23 de dezembro de 2009].

autorreferente e que, em estudos anteriores (2004; 2010), definimos no conceito de metajornalismo. Desde entrevistas a investigadores e profissionais do campo dos média, até à produção de reportagens de ‘visita’ aos bastidores dos meios de comunicação, passando por *fait-divers* sobre a vida das figuras públicas ligadas ao meio e por notícias de acontecimentos do foro académico, os órgãos de informação desenvolvem um trabalho diário de cobertura noticiosa do campo mediático, alguns inclusive tendo hoje editorias especiais dedicadas aos media (ou pelo menos à televisão).

## O Ombudsman por detrás do espelho

172

Dois géneros jornalísticos principais caracterizam a informação sobre a informação, ou seja, o modo como os média cobrem jornalisticamente as dinâmicas e produções mediáticas. São o género informativo propriamente dito e o género opinativo. No primeiro, encontramos sobretudo apontamentos de atualidade sobre o que acontece no setor dos média (e de algum modo das ciências da comunicação enquanto área de conhecimento). No segundo, arrumam-se os textos de opinião, a crítica da programação e de produções audiovisuais e a atividade do *ombudsman*.

Relativamente recente em Portugal, a figura do *ombudsman* de imprensa adotou a designação de ‘Provedor dos Leitores’. Já em Espanha, a mesma função tomou o nome de ‘Defensor del Lector’. Ainda que coincidentes no que respeita à missão da posição, estas designações remetem, porém, para conotações ligeiramente distintas, podendo dizer-se que a denominação espanhola se aproxima, mais do que a portuguesa, da terminologia alemã, onde o *ombudsman* é reconhecido como o ‘*Leseranwalt*’ (advogado do leitor). De acordo com Marialuz Viscondoa, uma das funções do *ombudsman* em Espanha é, precisamente, a de «defender o leitor» (1996: 189).

Embora a atividade dos provedores se tenha expandido durante a segunda metade do século XX, as experiências ibéricas, dos média portugueses e espanhóis, são bastante mais

recentes. Havendo sinais de que a figura do *ombudsman* para a imprensa tenha sido criada na Ásia, é comum atribuir-se a experiência fundadora ao *Courier-Journal*, de Louisville, que adotou o lugar de *ombudsman*, pela primeira vez, em 1967, logo seguido pelo *Washington Post*. Em Portugal, porém, a primeira experiência data apenas de 1992, tendo acontecido num jornal desportivo, o jornal Record, de modo mais ou menos acidental e sem continuidade. De forma regular, a figura reaparece em 1997, no *Diário de Notícias*, com o jornalista Mário Mesquita. A partir do final dos anos 1990, dois jornais diários portugueses mantêm, com regularidade (embora com períodos de interrupção por vezes longos) a atividade de um Provedor dos Leitores: o *Diário de Notícias* e o *Público*, reconhecidos como jornais de referência. Um terceiro jornal, tendencialmente mais popular, teve também a função durante alguns anos, ocupada apenas por dois provedores.

Não somando mais que uma vintena de provedores, no conjunto da imprensa e dos meios audiovisuais, a atividade do *ombudsman* em Portugal conta-se em relativas poucas linhas. Como referimos, o primeiro provedor dos leitores foi o jornalista Mário Mesquita,<sup>8</sup> que exerceu a função no *Diário de Notícias*, entre janeiro de 1997 e fevereiro de 1998. Seguiu-se-lhe no mesmo jornal Diogo Pires Aurélio, um professor de filosofia da Universidade Nova de Lisboa. Entre abril de 2001 e março de 2004, o cargo foi ocupado por Estrela Serrano, que tinha sido assessora de imprensa de Mário Soares, durante os seus dois mandatos de Presidente da República Portuguesa. Entre 2005 e 2007, é José Carlos Abrantes – que foi professor de teoria e história da imagem na Universidade de Coimbra e na Escola Superior de Comunicação Social de Lisboa –, quem ocupa a posição. Segue-se-lhe Mário Bettencourt Resendes, jornalista que tinha sido também diretor do próprio jornal, responsável pela criação do provedor dos leitores, e que interrompeu o exercício da função devido a doença grave. Foi substituído, em janeiro de 2012 (depois de um longo período de suspensão da

---

<sup>8</sup> Mário Bettencourt Resendes é o único ex-provedor português falecido. Morreu em agosto de 2010, aos 58 anos.

função) por Óscar Mascarenhas, jornalista e ex-presidente do Sindicato dos Jornalistas Portugueses.

No jornal *Público*, a figura do *ombudsman* também é criada em 1997, um mês depois do lançamento da função no *Diário de Notícias*, tendo sido desempenhada por Jorge Wemans entre fevereiro de 1997 e março de 1998. O primeiro provedor deste jornal foi sucedido por Joaquim Fidalgo, jornalista fundador do *Público*, que desempenhou o cargo entre outubro de 1999 e setembro de 2001. Depois de um período de interrupção de cerca de dois anos e meio, assume funções o terceiro provedor dos leitores do *Público*, em janeiro de 2004. Joaquim Furtado ocupou o cargo apenas durante 12 meses, tendo cessado funções em dezembro de 2004. O jornal voltaria a ficar sem provedor por um ano. Entre janeiro de 2006 e novembro de 2007, é Rui Araújo quem responde pela provedoria dos leitores do *Público*, tendo-lhe sucedido o jornalista Joaquim Vieira que ocupou o lugar até à nomeação do atual provedor, José Queirós, em funções desde março de 2010.<sup>9</sup>

174

O *Jornal de Notícias* institui a posição de *ombudsman* em 2001 com Fernando Martins, ex-diretor do veículo, que se manteve no lugar durante quase quatro anos. Entre 2004 e 2006, a função foi desempenhada por Manuel Pinto, professor de jornalismo da Universidade do Minho que tinha sido também jornalista deste diário. Desde 2006, o jornal não voltou a ter provedor dos leitores, embora em 2011 tenha chegado a anunciar a intenção de designar de novo um profissional para o cargo, propósito que não chegou a concretizar-se.

Ao todo, entre 1997 e 2013, a imprensa portuguesa conheceu 14 provedores, tradicionalmente jornalistas de profissão, embora no *Diário de Notícias* dois professores universitários sem percurso pelo jornalismo tenham também desempenhado a função. Nos três jornais, apenas uma mulher

---

<sup>9</sup> Foi assim que o ministro da tutela na altura apresentou a proposta na Assembleia da República, defendendo que a atividade do provedor seria «um dos fatores de promoção de uma cultura de responsabilidade social, diálogo com as audiências, reflexividade crítica, profissional e empresarial». [declarações registadas na ata da reunião plenária do parlamento, de 15 de dezembro de 2005].

esteve no cargo, tendo a maioria dos provedores, findos os seus mandatos, editado livros com o registo da experiência (por exemplo, Mesquita, 1998; Wemans, 1999; Aurélio, 2001; Fidalgo, 2004; Martins, 2005; Serrano, 2006; Abrantes, 2008).

Ao contrário do que sucede na imprensa, onde a designação do *ombudsman* decorre de um ato voluntário da direção editorial dos jornais, isto é, sem obrigação legal, nos meios audiovisuais portugueses, a experiência só existe nos meios públicos, tendo aí sido instituída por legislação própria, no início de 2006. Anunciada com o propósito de fazer dos operadores públicos de radiodifusão um padrão de referência para os órgãos privados, a criação dos *ombudsmen* de rádio e televisão, que, em Portugal têm a designação de Provedor do Ouvinte e de Provedor do Telespetador respectivamente, foi determinada pela Lei 2/2006, de 14 de fevereiro. O primeiro provedor para o operador público de televisão, a RTP, iniciou funções em abril de 2006. Professor do ISCTE (Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa), José Paquete de Oliveira manteve-se no cargo por dois mandatos, até 2011, quando foi substituído pelo atual provedor, José Carlos Abrantes, que tinha sido provedor dos leitores do *Diário de Notícias*. Responsável pelo programa ‘A Voz do Cidadão’, de emissão semanal, o provedor do telespetador atua como instrumento de autoregulação tanto no que diz respeito à atividade jornalística quanto no que concerne à programação televisiva em geral.

O operador de rádio pública, a RDP, também mantém o provedor do ouvinte desde 2006. No entanto, em pouco mais de seis anos, as rádios do setor público conheceram já quatro provedores. José Nuno Martins estreou a função, inaugurando também a emissão do programa ‘Em Nome do Ouvinte’ em setembro de 2006. Sucedeu-lhe, em 2008, Adelino Gomes, jornalista de rádio, que cumpriu um mandato até 2010, altura em que foi substituído por Mário Figueiredo, profissional de rádio desde 1965. Em 2012, a RDP nomeia a atual provedora, Paula Cordeiro, professora do ISCSP (Instituto Superior de

Ciências Sociais e Políticas), e a segunda mulher a desempenhar a função em Portugal.

Mais recente na rádio e na TV, a posição do *ombudsman* tem sido mais regular nos meios audiovisuais do que na imprensa, o que decorre do facto de constituir aí uma obrigação legal. No entanto, a função não se estendeu nunca aos órgãos privados, sendo, em Portugal, uma experiência relativamente discreta.

Em Espanha, a tradição do *ombudsman* é um pouco mais longa. O primeiro jornal a instituir a função foi o *El País*, que criou o cargo em 1985 e cujo estatuto define que o ‘defensor’ é designado por um período máximo de quatro anos. Desde então desempenharam a função os jornalistas Ismael López Muñoz (entre 1985 e 1987), Jesús de la Serna (de 1987 a 1989, repetindo-se no cargo entre 1991 e 1993), José Miguel Larraya (de 1989 a 1991, regressando ao posto em outro de 2006, para um mandato até fevereiro de 2009), Soledad Gallego Díaz (que exerceu o cargo apenas por um ano, entre novembro de 1993 e novembro de 1994), Juan Arias (de 1994 a 1996), Francisco Gor (de 1996 a 1998), Camilo Valdecantos (de janeiro de 1999 a janeiro de 2003), Malén Aznárez (de 2003 a 2005), Sebastián Serrano (de janeiro de 2005 a setembro de 2006) e Milagros Pérez Oliva (de 2009 a 2012). Atualmente, o cargo é desempenhado por Tomàs Delcòs, designado em março de 2012<sup>10</sup>.

176

O jornal *La Vanguardia* instituiu a figura quase uma década mais tarde, designando o primeiro *ombudsman* em 1993. O cargo foi inicialmente desempenhado pelo jornalista Roger Jiménez, sendo hoje assumido por Josep Rovirosa. Na imprensa espanhola, mais dois títulos contam com experiências relativamente estáveis: o jornal *La Voz de Galicia*, que criou o cargo em 2001, e *El Correo Gallego*, que manteve um ‘defensor’ entre 2004 e 2009 (Maciá, 2006: 51).

Nos meios audiovisuais espanhóis, a experiência do *ombudsman* estende-se à RTVA (Canal Sur TV e Canal

---

10 Transcrito do site da RTVA, em <http://blogs.canalsur.es/defensorrtva/norma-reguladora-del-defensor-o-la-defensora-de-la-audiencia-de-la-radio-y-television-de-andalucia/>

Sur Radio), onde foi criada em 1995, e à RTVE (Televisión Española e Radio Nacional), onde existe desde 2006. Na RTVA, o *ombudsman* adquiriu a designação de ‘Defensor de la Audiencia’, definindo-se como «uma instituição independente que presta contas da sua gestão ao Conselho de Administração». Na norma reguladora do cargo, considera-se que «o serviço público que corresponde à RTVA requiere mecanismos de comunicação direta com os cidadãos utilizadores dos meios de comunicação de titularidade autonómica, para que possam formular reclamações, queixas e sugestões, assim como receber respostas adequadas, em tudo o que afete os seus direitos como ouvintes e telespetadores». A função é desempenhada desde 2006 pelo jornalista Patricio Gutiérrez del Alamo Llodra. O cargo foi estreado em 1995, por Maria José Sánchez, tendo sido mesmo a primeira experiência europeia numa cadeia de televisão (Sánchez, 1996: 70).

177

Na RTVE,<sup>11</sup> Televisión Española, a experiência é mais recente e define-se pela posição de um ‘defensor’ do espetador, do ouvinte e do utilizador dos meios interativos do grupo. Manuel Alonso Erausquin estreou em 2006 o cargo que hoje é ocupado por Elena Sánchez Caballero. De acordo com o estatuto do *ombudsman* na RTVE, ao ‘defensor’ cumpre a função de proteger «o direito do cidadão a uma informação verdadeira, independente e plural, e a um entretenimento digno», devendo por isso impulsionar «a transparência e o autocontrolo dos meios do grupo e facilitar a relação direta entre os recetores e os profissionais».

---

11 Citado a partir da página da Defensora del Espectador da RTVE, <http://www.rtve.es/television/20090326/cual-papel-defensora-del-espectador/254209.shtml>

## Reflexos de uma imagem frágil

Relativamente semelhantes em Portugal e em Espanha (com a única diferença formal de o ‘defensor’ dos órgãos audiovisuais acumular a função para a rádio e para a televisão, ao contrário do que acontece no grupo RTP, que mantém um provedor para a rádio e outro para a televisão), as experiências do *ombudsman* reportam a uma atividade que se define pelo papel de um mediador entre o órgão de comunicação e as audiências. Sem poder sancionatório, os provedores e os ‘defensores’ do leitor, do ouvinte e do telespetador definem-se por aquilo que Victoria Camps (citada por Mesquita, 1998: 23-24) entendia ser a tripla função do *ombudsman*: 1) a de evitar o corporativismo dos jornalistas; 2) a de facilitar a relação entre os profissionais e a audiência; e 3) a de contribuir para a criação de opinião.

178

Mais frequente, como vimos, na imprensa do que na rádio ou na televisão, a posição do *ombudsman* coincide com aquilo que Jorge Wemans chamava, na primeira coluna que assinou como provedor dos leitores do jornal Público, “um crítico dentro de casa”, que deve servir para «remover suspeitas, tornando claro aquilo que era desconhecido dos leitores» (Wemans, 1997: 17). No dizer de Mário Mesquita, o *ombudsman* é uma espécie de *go-between* (Mesquita, 1998: 17), que exerce essencialmente um poder de influência e de palavra.

Embora de princípio benigno, o cargo do *ombudsman* tem tido na Península Ibérica um papel consideravelmente modesto. Reconhecido como um inovador instrumento de autorregulação dos média, o provedor tem sido visto como uma atividade de eficácia duvidosa. Apesar do estatuto de independência de que gozam todos os provedores, esta posição tem sido encarada com algum ceticismo, que Joaquim Fidalgo explicava desta forma, na sua coluna inaugural, em 1999: «Ou porque ele não tem real poder para mudar o que quer que seja no jornal – apenas pode criticar, sugerir, influenciar; ou porque, quando é também jornalista, dificilmente escapará à tentação de justificar os seus pares; ou porque só os ingénuos acreditam que uma instituição

pública poderosa, como é um jornal, vai agora pôr-se a ‘bater em si própria’ com genuína boa-fé e sincera vontade de melhorar as coisas a partir das opiniões dos leitores» (Fidalgo, 2004: 13).

Por outro lado, a crise económica que tem afetado os meios de comunicação social a nível mundial, mas especialmente na Europa, também não tem contribuído para o desenvolvimento desta posição, temendo-se mesmo que ela venha a desaparecer progressivamente, sem nunca se ter generalizado por inteiro. Num texto de 2003, Dominique Wolton referia-se aos jornalistas como heróis frágeis da modernidade. Quase três décadas de experiência do *ombudsman* na Península Ibérica permitirão retomar a expressão para definir o balanço deste cargo: espécie de ‘heróis’ da autorregulação, por constituírem um mecanismo que promove o escrutínio público dos profissionais da comunicação, os provedores, ou defensores, não evitam, porém, a fragilidade de uma função com várias adversidades: 1) o facto de os jornalistas não apreciarem ser questionados pelas suas práticas; 2) o fraco envolvimento dos próprios públicos que, ou desconhecem o papel do provedor ou se dispensam da atividade crítica; 3) as dificuldades estruturais dos meios de comunicação em geral; e 4) a descrença numa atividade que muitos confundem ainda com uma estratégia de marketing.

## REFERÊNCIAS

Abrantes, José Carlos (2008) *Nós, os Leitores: A Crítica Pública do Jornalismo*. Lisboa: Edições 70.

Aurélio, Diogo Pires (2001) *Livro de Reclamações – Exercícios de deontologia da Informação*. Lisboa: Editorial Notícias.

Fidalgo, Joaquim (2004) *Em nome do leitor – as colunas do provedor do Público*. Coimbra: Minerva.

180

Maciá Barber, Carlos (2006). «Un modelo de Defensor del Lector, del Oyente y del Telespectador para el perfeccionamiento del ejercicio del periodismo en España». In *Comunicación y Sociedad*, vol. XIX, n' 1, 2006, pp. 47-66.

Martins, Fernando (2006) *A geração da ética*. Coimbra: Minerva.

Mesquita, Mário (1998) *O Jornalismo em Análise – a coluna do Provedor dos Leitores em análise*. Coimbra: Minerva.

Oliveira, Madalena (2010) *Metajornalismo: quando o jornalismo é sujeito do próprio discurso*. Coimbra: Grácio Editor.

Oliveira, Madalena (2004) *Metajornalismo: o ofício que nasceu na sombra da modernidade*, in: *Revista Comunicação e Sociedade*, v. 5, pp. 75-83.

Oliveira, Madalena (2006) 'O provedor nos operadores públicos de rádio e de televisão: para um padrão de

referência'. Anuário 2006. *A comunicação e os media em análise*. Braga. CECS (eBook) 61-65.

Sánchez-Apellániz García, María José (1996) La nueva figura del defensor del espectador, in: *Revista Comunicar* 7, Huelva, 1996, pp. 69-72.

Viscondoa Alvarez, Marialuz (1996) La independencia del ombudsman español, in: *Comunicación y Sociedad*, vol. VIII, n.º 2, 1995, pp.185-195.

Wemans, Jorge (1999) *O PÚBLICO em Público - As Colunas do Provedor do Leitor*. Coimbra: Minerva.

Wolton, Dominique (2003) Journalistes, une si fragile victoire, in: *Revista Hermès* 35, Paris, pp. 9-21.



A LEI QUE CRIOU A EMPRESA BRASIL DE COMUNICAÇÃO (EBC) PREVIO A EXISTÊNCIA DE DUAS INSTÂNCIAS QUE GARANTEM A PARTICIPAÇÃO DA SOCIEDADE CIVIL NOS RUMOS DA EMPRESA. UM DESSES ÓRGÃOS É O CONSELHO CURADOR QUE TEM, ENTRE SUAS PRERROGATIVAS, A FUNÇÃO DE CONTROLAR E FISCALIZAR, EM NOME DA SOCIEDADE, A QUALIDADE DOS CONTEÚDOS OFERTADOS PELAS EMISSORAS DA EBC. O OUTRO É A OUVIDORIA, QUE TEM COMO COMPETÊNCIA RECEBER E EXAMINAR AS QUEIXAS E RECLAMAÇÕES DO PÚBLICO, ALÉM DE EXERCER A CRÍTICA INTERNA DA PROGRAMAÇÃO PRODUZIDA PELOS VEÍCULOS DA EMPRESA.

NESSOS PRIMEIROS CINCO ANOS DA EBC, O TRABALHO COLABORATIVO ENTRE OS DOIS ÓRGÃOS TEM SIDO FUNDAMENTAL. AS DEMANDAS RECEBIDAS PELA OUVIDORIA NÃO RARO PASSAM A CONSTITUIR FOCO DAS DISCUSSÕES E DECISÕES DO CONSELHO CURADOR, COM REFLEXO DIRETO NA ORIENTAÇÃO DA LINHA EDITORIAL A SER ADOTADA PELOS VEÍCULOS DA EMPRESA.

A EXPERIÊNCIA EM ANDAMENTO NA EBC, EMBORA EM SEU ESTÁGIO INICIAL, SOMA-SE ÀS DEMAIS RELATADAS NESTE **COMUNICAÇÃO PÚBLICA EM DEBATE: OUVIDORIA E RÁDIO**, QUE VISAM AO APRIMORAMENTO PERMANENTE DOS CANAIS DE PARTICIPAÇÃO DA SOCIEDADE NAS EMISSORAS PÚBLICAS DE COMUNICAÇÃO. DENTRE ELAS, ESTÁ O RELATO DAS ATIVIDADES DESENVOLVIDAS EM PARCERIA INOVADORA COM PROFESSORES E ESTUDANTES DA UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA.

É PRECISO TER EM MENTE QUE SE NÃO FORMOS CAPAZES DE OUVIR A SOCIEDADE, NÃO SEREMOS CAPAZES DE ABRIR O ESPECTRO DE RADIODIFUSÃO BRASILEIRO PARA A MANIFESTAÇÃO DE MÚLTIPLAS IDENTIDADES, PARA A GERAÇÃO DE PROGRAMAÇÃO NÃO-PAUTADA PELA NECESSIDADE DO FATURAMENTO E PELAS INGERÊNCIAS POLÍTICAS. BOA LEITURA!

ANA FLECK, *PRESIDENTA*  
DO CONSELHO CURADOR DA EBC

ISBN 978-85-230-1097-3



9 788523 010973