
RESPONSABILIDADE SOCIAL: ENTRE A LIBERDADE DE IMPRENSA E O ENQUADRAMENTO DO MERCADO

João Miranda*

RESUMO: Esta análise teórica aponta para a compreensão da noção da responsabilidade do jornalismo, como meio de articulação entre a conceção da liberdade de imprensa e a realidade socioeconómica dos *media*. Neste sentido, este estudo discute, numa perspetiva diacrónica, a visão dualista entre as diferentes conceções de liberdade que construíram a realidade do jornalismo, e de que forma estas apoiaram a elaboração da noção das teorias de responsabilidade social. Ao mesmo tempo coloca-se em evidência o caminho evolutivo do campo empresarial mediático, e como moldou o pensamento contemporâneo do jornalismo. Finalmente, a temática da regulação dos *media* é debatida como transladação pragmática do conceito de responsabilidade e como mecanismo de pronúncia entre a liberdade de expressão e a necessidade de responsabilização.

PALAVRAS-CHAVE: responsabilidade social; liberdade de imprensa; regulação mediática.

Índice

1	Liberdade de imprensa e liberdade de expressão	2
2	Responsabilidade social	4
3	Enquadramento do mercado	7
4	Alternativa e regulação	8
	Síntese conclusiva	9
	Referências	10

ASSIM, pretendemos compreender como a noção de responsabilidade social pode articular esta relação entre a ideia de liberdade e as diferentes lógicas do mercado. Sem prejuízo da multiplicidade de elementos que a história do jornalismo conta, centrar-nos-emos – sempre numa perspetiva diacrónica da história –, na discussão entre as diferentes visões de liberdade adjacentes ao jornalismo, na definição histórica e conceptual da ideia de responsabilidade social, e na compreensão da evolução e atualidade do enquadramento do mercado mediático. Colocadas como hipóteses nesta articulação, pretendemos concluir que alternativas

e instrumentos definem pragmaticamente uma relação responsável entre o livre funcionamento do jornalismo e a intervenção dos diferentes atores sociais na sua atividade.

A inferência essencial e óbvia que podemos retirar da apreciação do processo de edificação da profissão do jornalista é a ambiguidade e dissonância em que este decurso e as múltiplas transições que lhe estão inerentes se desenvolvem (Correia, 2006). Expressões como “cão de guarda da sociedade” ou “quarto poder”, se não encerram em si a aptidão de definir o ofício, expressam um ideário romântico que se espelha na conclusão evidente de o jornalismo ser uma profissão diferente das demais (Pereira, 2004).

Esta singularidade é determinada à partida pelo papel social de relevo que o jornalismo assume e cuja raiz da discussão encontramos logo no cerne da origem da imprensa profissional, onde a temática da liberdade manifesta uma importância vital, numa complexa discussão que percorre todo o processo e que ainda hoje é determinante na condu-

*Centro de Estudos Interdisciplinares do Século XX / Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra

© 2018, João Miranda.

© 2018, Universidade da Beira Interior.

O conteúdo deste artigo está protegido por Lei. Qualquer forma

de reprodução, distribuição, comunicação pública ou transformação da totalidade ou de parte desta obra carece de expressa autorização do editor e do(s) seu(s) autor(es). O artigo, bem como a autorização de publicação das imagens, são da exclusiva responsabilidade do(s) autor(es).

ção das opções e da vida mediática. As várias mudanças do enquadramento empresarial do *media*, e as implicações que produziram sobre o funcionamento do jornalismo, são um brilhante exemplo desta premissa.

A presente análise aponta para a compreensão da forma como o conceito de liberdade de imprensa se foi articulando com as diferentes realidades que o contexto socioeconómico dos *media* foi apresentando, e quais as implicações produzidas na conjuntura social. Surge portanto evidente a necessidade da recuperação das teorias da responsabilidade social, como meio de ponderação na pronunciação destas várias relações.

Assim, pretendemos compreender como a noção de responsabilidade social pode articular esta relação entre a ideia de liberdade e as diferentes lógicas do mercado. Sem prejuízo da multiplicidade de elementos que a história do jornalismo conta, centrar-nos-emos – sempre numa perspetiva diacrónica da história –, na discussão entre as diferentes visões de liberdade adjacentes ao jornalismo, na definição histórica e conceptual da ideia de responsabilidade social, e na compreensão da evolução e atualidade do enquadramento do mercado mediático. Colocadas como hipóteses nesta articulação, pretendemos concluir que alternativas e instrumentos definem pragmaticamente uma relação responsável entre o livre funcionamento do jornalismo e a intervenção dos diferentes atores sociais na sua atividade.

1 Liberdade de imprensa e liberdade de expressão

A construção conceptual do ideal de liberdade de imprensa ocidental – América do Norte e Europa – não parte de uma visão única e imutável. Resulta antes de uma discussão quase sempre dialética, onde diferentes conceitos e concepções se cruzam. Não obstante a complexidade teórica que fundamenta a formulação – ou formulações – do pensamento contemporâneo, perante a impossibilidade de abranger diacronicamente todo o pensamento que origina este ideal, tentaremos nesta análise compreender onde a liberdade de imprensa se distancia da noção de liberdade de expressão, escrutinar os contributos do pensamento resultante das revoluções francesa e americana para a edificação de um ideal modelar de liberdade, abarcar as

² Conclui-se portanto a razão de serem, sobretudo, as zonas abrangidas pelo Calvinismo que estarão posteriormente no centro da discussão e promoção das noções de liberdade de imprensa.

diferenças entre o primado individualista e a consciência coletiva e, finalmente, entender a distinção entre liberdade positiva e negativa como formadora do cânone jornalístico contemporâneo.

Embora possamos encontrar no pensamento clássico (e até no medieval) os fundamentos que levarão ao questionamento da razão da liberdade, como aqui desenvolveremos, verificamos que é no desenrolar da Reforma religiosa, e sobretudo advindo da dimensão positiva que Calvino² apresenta na sua noção de Providência, que esta ideia começa a ser debatida à luz do pragmatismo que representa na vida da sociedade e dos indivíduos (Cornu, 1999).

Corolário das intensas revoltas contra o poder religioso instalado, e já contra a deriva política das monarquias absolutistas da Europa, surge óbvio que o pensamento dominante daí derivante enverede assente numa reforma radical de ideais. Isto é, o avigoramento de uma ideologia social e política fundada na premissa do liberalismo, nos princípios da liberdade individual e do homem individual enfatizados no seio da coletividade. De resto, verificamos, como argumenta Francisca Marques (2008), este novo ideal de liberdade apresenta-se assim como uma rutura ideológica com os preceitos do Antigo Regime, que é adotada como princípio elementar a todos os outros ideais e base para um projeto político gerador de uma sociedade civil orientada pelos valores democráticos da modernidade, ou seja, através de uma rede de consensos racionais, seria instituída uma estrutura de vontade geral e solidariedade, estratégia de resistência ao poder do Estado³.

É desta base ideal, aliás, que parte o pensamento de Milton expresso na ‘Areopagítica’, onde o autor advoga a necessidade da rutura com a censura prévia no sentido da promoção da liberdade de imprensa. Espinosa assumirá uma postura mais crítica, mas ao mesmo tempo mais circunscrita à lógica do poder instalado. Tal como Hobbes, Baruch Espinosa defendia a fundação do estado de natureza como um estado de guerra, onde todos os indivíduos se confrontam entre si. Diverge, porém, de Milton (e, concluímos, também de Locke), e da sua concepção pura de individualismo, ao questioná-lo criticamente – contudo, não se opondo – e ao argumentar a necessidade da transferência do poder singular de cada indivíduo para a sociedade. Ca-

³ Veremos posteriormente como esta premissa iluminista corresponde a uma perspetiva de liberdade negativa, segundo o modelo proposto por Isaiah Berlin.

berá, então, à sociedade o direito natural soberano em todos os domínios (Cornu, 1999).

Se por um lado, como já vimos, a imposição de um novo ideal de liberdade de expressão e imprensa surge alicerçada na rutura com os preceitos do anterior regime, ao mesmo tempo, e intrínseco a esta conjuntura, também a ideia de tolerância desenvolve um papel fundamental. Tolerância num sentido mais vasto que ultrapassa a discussão exclusivamente religiosa e que tende a alastrar-se também às questões da discussão pública, do exercício da crítica e do debate, a título de exemplo, em torno do papel do poder político (Serra, 2006).

Não negligenciando uma série de conquistas alcançadas previamente no âmbito da liberdade de imprensa⁴, verificamos que é no desenrolar e desfecho das revoluções americana (1776) e francesa (1789-1799) que se opera o efetivo reconhecimento desta liberdade (Burrowes, 2011).

Conquanto herdeiras do pensamento iluminista e liberal prévio, as disposições americana e francesa sobre a liberdade de imprensa adotariam configurações de natureza díspar. Embora abranjam num sentido vasto a questão da liberdade, em que adotando os preceitos de Locke afirmam a razão de a lei natural determinar a liberdade individual como um direito inalienável outorgado pelo Criador, tanto a Declaração da Independência como a primeira Constituição dos Estados Unidos não referem explicitamente a questão da liberdade de imprensa. Esta disposição só surgirá no âmbito da Primeira Emenda à constituição, onde fica claro que o Congresso não disporia de legitimidade para emanar nenhuma lei restritiva da liberdade de palavra ou de imprensa. Por seu lado, no ímpeto da Revolução Francesa, a Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão, de 1789, aclama como princípio o direito à livre comunicação dos pensamentos e opiniões, isto é, o direito conferido a todos de falar, escrever e imprimir livremente, excetuando-se os casos em que esse exercício confira um abuso da liberdade determinada por lei (Cornu, 1999).

Como explica Raynaud (*Apud* Cornu, 1999) estas duas noções de liberdade de imprensa deixam explícitas duas abordagens distintas que encontram a sua dicotomia tanto no seu sentido, como na relação que possuem com a lei e a autoridade. Enquanto, na fundação do ideal americano, encontra-

mos uma abstenção do Estado relativamente a uma participação direta no espaço público – o Estado coloca-se ao serviço do espaço público gerado pelos indivíduos – e na regulação desta nova ideia de liberdade de imprensa, deriva da importância e do enraizamento desta própria liberdade na construção da sociedade americana⁵. Já em França, o papel do Estado é claramente mais manifesto e inscrito no próprio princípio, isto é, responsabiliza o Estado pela geração do plano estrutural de liberdade de imprensa e confia-lhe a capacidade de garantir os direitos de cada um dos indivíduos, acautelando os abusos. Se, como refere Cornu (*idem*), esta perspectiva deriva de uma herança histórica da era absolutista e do poder da Igreja, ao mesmo tempo resulta de uma tentativa de romper com o paradigma do controlo prévio, instituindo um regime legal e repressivo. Em suma, podemos encontrar a divergência primordial entre estas duas noções no facto de a visão americana assentar sobre um sentido moral das responsabilidades, enquanto a perspectiva francesa integra já em si a noção de responsabilidade.

Esta dicotomia acaba por marcar o cerne da discussão que Francisca Marques (2008) encontra entre a liberdade de expressão e de informação. A autora define assim, sumariamente, que a primeira ideia se encerra num campo individual, vinculado ao sujeito e se reporta ao direito de manifestação do pensamento, da ideia e da opinião. A liberdade de imprensa assume um carácter social. A liberdade de expressão adquirirá, à luz da imprensa livre, uma dimensão social, no sentido em que a imprensa representa um verdadeiro protótipo do respeito pelos direitos individuais, mas como espaço político e de discussão patenteia também o direito coletivo. Isto é, a ação livre da vontade de expressão, inserida no processo de comunicação e de interação de diferentes agentes sociais, transforma-se num ato social.

A ideia de perspectivas diferenciadas translada-se ainda na distinção proposta por Isaiah Berlin, que se repercutirá, como veremos, num excelente contributo para a formação de um ideal de responsabilidade social, entre liberdade positiva e liberdade negativa. Isto é a diferença entre o “livre para” e o “livre de” (Carter, 2012). Profundamente intrínseca às conceções liberais, a ideia da liberdade negativa gira em torno do direito individual privado, onde se define a capacidade de cada homem po-

pela imprensa (como é o caso do ‘Boston Gazette’, de Sam Adams, ou o ‘Pennsylvania Magazine’, de Thomas Paine) no espoletar da revolta de 1776 (Cornu, 1999).

⁴ A Areopagítica de Milton repercutiu efeitos notáveis sobre as consequências do *Licensing Act*, a lei caducaria em 1695 e a censura acabaria por ser suprimida na Inglaterra (Astbury, 1978); em 1766 é publicada a Lei Sueca de Liberdade de Imprensa (Musten, 2006).

⁵ Torna-se aqui interessante observar o papel desenvolvido

der individualmente desenvolver o seu pensamento e as suas escolhas, livre da ingerência dos outros, e onde o indivíduo adquire a possibilidade de agir plenamente, logo que não interfira na liberdade dos outros. De índole comunitária, que encontra a sua raiz nas teorias estatais, a ideia de liberdade positiva coloca a tónica na comunidade e na interdependência entre os indivíduos. Uma simples explicação para esta perspetiva poder-se-á encontrar na teoria de Rousseau, em que o autor defende que a liberdade individual parte da participação de cada um no processo coletivo do controlo sobre os seus próprios assuntos, de acordo com a vontade geral (*idem*).

Esta dicotomia delimitará bem o trilho da revolução da comunicação e do surgimento da grande imprensa no século XIX. O advento do capitalismo alicerçado nos avanços da revolução industrial originou uma rutura extrema no panorama do jornalismo, onde a imprensa passa a ser integrada no novo pensamento económico. O aparecimento dos *penny papers* reorganiza a lógica da conceção editorial, formulando conteúdos jornalísticos simplificados que rapidamente substituem o predomínio da opinião. Ao mesmo tempo, o avanço técnico possibilita uma nova realidade, com o desenvolvimento das rotativas e das tipografias industrializadas. Consequência deste rompimento, se o jornalismo abandona então o seu cariz elitista e assume uma massificação de leitores, ao mesmo tempo corresponde à morte da imprensa partidária e individual, e passa a estar sob a alçada apenas dos que dispõem capacidade económica para assegurar a sua difusão (Aranda, 2008).

Verificamos assim que o espírito originário iluminista é colocado em dúvida perante este novo paradigma. A garantia da liberdade de imprensa e a liberdade de imprensa enquanto garantia da liberdade da sociedade são postos em causa perante a alteração de uma realidade em que a imprensa individual e de opinião é afilada a uma nova realidade (Marques, 2008). Um raciocínio que podemos também estender à ideia de liberdade na conceção “negativa” de Berlin: de pouco serve ao indivíduo o direito a difundir o seu pensamento, se depois lhe é impedido o acesso à imprensa (Fidalgo, 2007).

É nesta premissa que reside a principal crítica de Jacques Kayser (*Apud* Cornu, 1999). Kayser rejeita a alteração do paradigma. No seu entender, a transformação do jornal político e de expressão de pensamento em imprensa de informação apenas conduz ao adormecimento das opiniões. O autor resume assim a sua condenação do novo pensamento económico do jornalismo, articulado na

lógica empresarial lucrativa, onde a liberdade de imprensa deixa de estar ao dispor de todos para encontrar-se ao serviço dos proprietários. A crítica alicerça-se em dois aspetos primordiais e complementares. O primeiro debate-se com a profissionalização do jornalismo. Abandona-se a noção de uma imprensa de contribuição de diferentes atores da sociedade para dar lugar ao jornalista profissional, cuja publicação e veiculação de textos passa a estar confinada a si. Esta premissa representa para Kayser a denegação dos princípios basilares da liberdade de imprensa, segundo os cânones liberais, para instaurar o afunilamento da capacidade de intervenção. O segundo ponto prende-se com a ideia de que este novo profissional abdica da sua independência para estar subjugado à lógica económica da publicação. Isto é, perde a sua capacidade de exercer a razão crítica e adota uma postura mais próxima dos preceitos lucrativos da empresa para qual opera.

Importa verificar que esta crítica de Kayser, embora com quase dois séculos, como veremos, encontra-se ainda coberta de alguma atualidade e estará, aliás, ainda que não explicitamente, no centro da discussão e da formulação da noção de responsabilidade social, debatida nos anos 40 e 50 do século seguinte.

2 Responsabilidade social

Como pudemos observar na crítica de Jacques Kayser, a revolução da imprensa e o surgimento dos grandes jornais, durante o século XIX, conduziram a um rompimento com o cânone do jornalismo consequente das revoluções liberais da França e Estados Unidos, e, podemos afirmar, a uma rutura com o próprio espírito do ideal de liberdade de imprensa liberal. Perfeitamente integradas na nova lógica capitalista, as empresas viram-se obrigadas a submeter-se às leis do mercado no sentido de sobreviver e manter a lógica lucrativa (Lara, 1995). A imprensa partidária e de veiculação do pensamento individual deu lugar a um novo paradigma muito mais virado, por um lado, para uma ideia comercial e, por outro, para a subjugação dos jornais às intenções e estratégias dos novos patrões, existindo inclusive casos em que se verifica o uso dos próprios jornais como arma pública de contendas entre empresários (Schneider, 2008).

Isto não implica, contudo, que não encontremos, no período que percorre o final do século XIX e início do século XX, esforços de um certo compromisso social articulado pelos diversos atores da sociedade: durante os anos 20 começam a surgir

os primeiros meios de serviço público⁶ (Fidalgo, 2007); décadas antes, nos EUA, na França e nos países escandinavos arranca o ensaio dos primeiros códigos deontológicos do jornalismo (Aznar, 2005); e até entre os círculos mais libertários dos Estados Unidos, a liberdade de imprensa e o percurso trilhado começam a ser tópicos de uma discussão crítica (Schneider, 1998).

Mas será no rescaldo da Primeira Guerra Mundial, após o desenvolvimento das teorias de propaganda e quando fica em evidência o papel que o jornalismo desenvolve na sua produção, que a discussão sobre o rumo da liberdade de imprensa e as preocupações sobre a influência que o meio mediático opera sobre os comportamentos sociais começaram a repercutir eco no plano da sociedade geral⁷ (Mata, 2002; Schneider, 2008).

Recuperando a discussão dialética entre as diferentes noções de liberdade, verificamos como essa confrontação se translada para o debate entre as diferentes perspetivas éticas genéricas que concorrem na formulação de um ideal de agir moral para o jornalismo: as que intimamente se encontram interligadas com a ideia de contrato social, as éticas contratualistas, – colocam em destaque a relação entre os indivíduos –; antagonicamente, as que relevam o papel do ator, as éticas da “virtude” – que encontram a sua base numa natureza teológica –; as que dão predominância aos resultados das ações, consequencialistas ou utilitaristas, que estipulam a boa moralidade de uma ação conforme o bom resultado que produza para o maior nível de pessoas; e as que enfocam o dever como o princípio subjacente a toda a ação moral. Esta encontra a sua raiz no interesse da ação e nas normas pelas quais o ator se deve orientar, isto, é o “imperativo categórico” de Kant (Fidalgo, 2007).

Na verdade, verificamos que o cânone normativo do jornalismo atual não se baseia numa destas noções isoladamente, mas sim num diálogo complementar das diferentes perspetivas. No seguimento deste cruzamento das quatro visões da ética – e na definição do nosso objeto de estudo – verifica-se relevante importar o contributo de Ha-

bermas na recuperação e redefinição do “imperativo categórico” de Kant. A adoção deste preceito verificar-se-á tão mais importante para a nossa análise na medida em que adota a relevância de se assumir como uma perspetiva deontológica, isto é, interessada em justificar a razão das normas de ação e, ao mesmo tempo, exemplificar pragmaticamente os princípios da Ética Discursiva.

Embora baseado no princípio kantiano de “imperativo categórico” e na ideia de que as normas de ação devem assumir uma validade geral – não devem expressar conceções limitadas a um tempo ou pensamento –, Habermas rompe com o caráter monológico da tese de Kant, centrado no indivíduo, para lhe introduzir uma base dialógica, de interação entre os sujeitos. Habermas define assim que é a partir deste diálogo que surge a validação das normas morais para o indivíduo e para o coletivo, ou seja,

*a estrutura universal dessas relações de reconhecimento mútuo possibilitam co-originalmente a auto-compreensão como pessoa e como membro de uma comunidade em geral, é um pressuposto na ação comunicativa que se mantém nos pressupostos comunicativos dos argumentos morais. É esta estrutura que nos permite processar algo do ponto de vista moral*⁸ (Habermas, 2000: 159).

Esta noção fica bem patente no resumo que Giroux (*Apud* Fidalgo, 2007) desenvolve, quando explica que a fundação do jornalismo assenta numa questão de relação entre razão do jornalismo como liberdade de expressão ou como uma função social de resposta ao direito à informação. Ou seja, encontramos aqui os preceitos já desenvolvidos na evolução das teorias herdeiras da Revolução Francesa ou na ideia de Berlin sobre a “liberdade positiva”⁹.

São também estas preocupações, a par do cenário histórico social e da imprensa supracitado, que conduzirão a uma marcada discussão na raiz

sibilitan co-originalmente la autocomprensión como persona y como miembro de u na comunidad en general, es presupuesta en la acción comunicativa y sigue en pie en los presupuestos comunicativos de las argumentaciones morales. Es precisamente esta estructura la que nos permite enjuiciar algo desde el punto de vista moral”.

⁹ Na medida em que verificamos que a ideia de Habermas é bem mais condizente com o princípio de “liberdade positiva” de Berlin. Isto é, da articulação coletiva dos vários agentes sociais, dos vários indivíduos. Desenvolveremos esta questão posteriormente.

⁶ Embora confinado exclusivamente ao plano europeu e direcionado para o surgimento da radiodifusão, interessa notar que encontramos então casos pontuais de imprensa estatal (Fidalgo, 2007).

⁷ Referimos aqui sociedade geral, pois esta discussão alastrouse de facto aos vários setores sociais, muito por culpa de alguma perda de credibilidade, resultante de campanhas propagandísticas desenvolvidas ao longo da guerra, que possuíam como suporte a imprensa (Schneider, 1998).

⁸ Tradução livre do autor. No original: “*La estructura universal de esas relaciones de reconocimiento recíproco que po-*

da sociedade norte-americana ao longo dos anos 40. Perante um contexto em que, suportado por um modelo liberal e de profunda concorrência entre as empresas mediáticas, a imprensa se via amplamente integrada na lógica lucrativa – promovendo o sensacionalismo, desrespeitando as diferentes esferas privadas, instigando a concentração de monopólios e limitando o acesso aos jornais e o campo de ação dos jornalistas, Henry Luce (cofundador da revista ‘TIME’) encomenda ao chanceler da Universidade de Chicago, Robert Hutchins, um diagnóstico do estado da liberdade de imprensa americana (Mata, 2002).

Este trabalho conduz posteriormente (em 1944) à criação da Comissão sobre a Liberdade de Imprensa, ou “Comissão Hutchins”, cujo primeiro relatório, conhecido em 1947, sintetiza as suas preocupações numa frase que acabaria por se figurar um ícone na história do jornalismo (Mesquita, 2003): “Já não basta relatar os factos com verdade. É agora necessário relatar a verdade sobre os factos”¹⁰ (Commission on Freedom of Press [CoFoP], 1947).

Efetivamente, esta ideia corresponde à conclusão de que os modelos tradicionais americanos de liberdade de imprensa não se coadunariam com a nova realidade dos *media*. Isto é, seria necessária a contrapartida de uma responsabilidade específica. Uma responsabilidade que não se impusesse como um entrave à liberdade, mas pelo contrário, representasse a verdadeira figura da liberdade positiva. Em suma, trata-se do reconhecimento de que o jornalismo deveria permanecer uma atividade livre, mas ao mesmo tempo o reconhecimento de que presta um serviço público, deixando de pertencer ao domínio estritamente privado (Balle *apud* Mata, 2002).

No reconhecimento destas premissas, a Comissão Hutchins elaborou assim um conjunto de exortações, apontando à concretização das aspirações da sociedade sobre a difusão da informação: a imprensa deveria proporcionar “um relato verdadeiro, abrangente e inteligível dos acontecimentos do dia num contexto que lhes dê sentido”; constituir-se como “um fórum para troca de comentários e críticas”; delinear “um quadro representativo dos diversos grupos que constituem a sociedade”; auxiliar à “apresentação e clarificação dos objetivos e valores

¹⁰ Tradução livre do autor. No original: “It is no longer enough to report the fact truthfully. It is now necessary to report the truth about the facts”.

¹¹ Verifica-se interessante observar a profusão que o termo “responsability” assume ao longo do texto, quando referido diretamente à imprensa (CoFoP, 1947).

da sociedade”; e facultar “o total inteligibilidade do dia”¹¹ (Siebert, Peterson e Schramm *apud* Fidalgo, 2007: 265).

As preocupações enunciadas não deixam de revelar uma falência da perspetiva liberal individualista da liberdade de imprensa e da “liberdade negativa”. Verificamos aqui a adoção de uma postura mais condizente a noção comunitarista, de “liberdade positiva”, onde se compreende a liberdade como um princípio coletivo, articulado entre os diferentes indivíduos da comunidade – uma recuperação da ideia de Rousseau. Deste cuidado com a ideia de incorporar uma discussão coletiva em torno do princípio não deve portanto resultar estranha a proposta adicional da comissão sobre a criação de um organismo independente do poder político, cujos principais papéis passariam pela avaliação da ação da imprensa e pela sensibilização do público para uma leitura crítica dessa mesma imprensa¹² (Mata, 2002; CoFoP, 1947).

Finalmente, uma preocupação adicional do relatório da Comissão Hutchins prendia-se diretamente com as relação direta ou indireta que os jornais possuíam com o meio empresarial, por serem parte de grandes corporações ou por delas dependerem através da publicidade e outros formatos. A comissão referia inclusivamente o facto de muitos dos proprietários da imprensa serem proprietários de múltiplos negócios ao mais alto nível financeiro (CoFoP, 1947).

Surge portanto normal a renitência assumida pelas empresas mediáticas perante as recomendações da Comissão Hutchins (Giroux *apud* Fidalgo, 2007). Como explica Giroux (*idem*) esta nova ideia gera uma fratura com o paradigma da redução do jornalismo à liberdade de expressão, os jornalistas, bem como as empresas, deixam de ficar “virtualmente inimputáveis”, refugiados na liberdade de expressão e na consciência que dela tenham.

De facto, para lá do meio empresarial, também no meio jornalístico americano estas recomendações foram mal recebidas, sendo admitidas como uma tentativa de regulação da imprensa. Contudo, os preceitos estipulados seriam progressivamente e instintivamente introduzidos nas rotinas e hábito do jornalismo americano (Abel *apud* Mata, 2002).

Em boa verdade, esta discussão viria a ser retomada e desenvolvida num plano internacional¹³,

¹² Podemos encontrar aqui o esboço de uma proposta de criação dos Conselhos de Imprensa.

¹³ O que não implica que nas democracias ocidentais europeias (nas quais podemos privilegiar a França e os países escandinavos) esta discussão não estivesse amplamente difundida e concretamente implementada.

aquando da formulação da declaração da UNESCO (*Apud* Aznar, 1999) sobre a ética profissional do jornalismo. Encontramos aí consagradas as noções da responsabilidade que o jornalista deve assumir perante o público e os interesses da sociedade, acima da responsabilidade que assume perante a empresa, e da necessidade do acesso e participação do público nos espaços mediáticos.

Porém o maior contributo do relatório da Comissão Hutchins será muito certamente o papel que assumirá no desenvolvimento da Teoria da Responsabilidade Social. Formulada por Siebert, Peterson e Schramm na sua obra ‘Four Theories of the Press’ (1956), esta perspetiva de responsabilidade social encerra os preceitos desenvolvidos pela Comissão Hutchins (Fidalgo, 2007). Contrariando a premissa da Teoria Libertária (enraizada em Locke) de que o mercado e a livre circulação do pensamento e opiniões seriam o suficiente para conseguir desenvolver o pleno acesso dos indivíduos à expressão das suas ideias, sucintamente, a Teoria da Responsabilidade Social, ainda que orientada pelos valores de diversificação da anterior, preconiza a necessidade de responsabilizar a imprensa, os jornalistas e o Estado, no âmbito do papel que desenvolvem na sociedade (Serra, 2006).

Esta responsabilidade, que se encerra no campo da ética e da deontologia, ainda que deva também ser imputada ao proprietário da empresa mediática, é sobretudo dirigida ao jornalista¹⁴. Deve ser ele o responsável pelos seus atos profissionais, enquanto confidente do serviço público de informar. E terá que ser ele a responder perante os seus pares, a empresa em que está inserido e perante o público da sua mensagem (Mesquita, 2003).

Retomando a nossa discussão anterior, verificamos que esta responsabilização resulta, em sùmula, da concretização dos preceitos éticos dialógicos de Habermas. Ao mesmo tempo, vemos como influi na ideia de “liberdade positiva” de Berlin. Isto é, a conclusão da necessidade da articulação dos diferentes indivíduos da sociedade na formulação de um sistema referencial abrangente da comunidade interdependente (Fidalgo, 2007), nunca suprimindo as liberdades individuais garantidas, (Marques, 2008).

Em última análise, percebemos como esta teoria se consubstancia numa visão ético-normativa da

¹⁴ Ainda que uma deriva da tese original de Siebert, Peterson e Schramm, o modelo desenvolvido por Dennis Mcquail (2000) relativo à articulação de relações de interdependência no quadro da responsabilização dos *media* torna-se interessante no sentido de compreender os vários atores envolvidos nesta relação. Assim, o investigador sugere que partindo de um núcleo central, onde se

profissão do jornalismo, que garante as ferramentas de oposição à ingerência empresarial e lógica lucrativa do mercado (*Curran apud* Serra, 2006).

3 Enquadramento do mercado

Se percebemos que esta nova vaga de pensamento mais dirigida para a necessidade da responsabilização mediática conseguiu progressivamente acolher o apoio dos vários sectores da sociedade, em que se incluem os próprios jornalistas, mas onde se destacam os académicos e os investigadores do campo mediático (*Abel apud* Mata, 2002), não devemos porém deduzir que esta alteração terá correspondido a uma mudança do paradigma, onde jornalistas e empresas passam a operar sobre os novos cânones oriundos das recomendações da Comissão de Hutchins e da Teoria da Responsabilidade Social.

Efetivamente, verifica-se no decorrer da segunda metade do século XX uma alteração paradigmática no campo mediático, e mais concretamente no campo empresarial que lhe está adjacente, uma mudança que Habermas (*Apud* Cornu, 1990) define como uma reorientação do contexto preconizada por Kayser. Corolário de uma conjuntura onde se inscrevem a anulação dos acordos de Bretton Woods e expansão sectorial das empresas, a diminuição do controle sobre as lógicas e processos empresariais e as quantias de dinheiro disponíveis para múltiplos investimentos conduziram a uma situação de reajustamento das formas de organização empresarial e do trabalho (Sennett, 2006). Ao mesmo tempo, encontramos no meio empresarial mediático uma tendência de concentração dos grandes meios num pequeno conjunto de grupos económicos (com interesses no campo informativo, mas não só) (Correia, 1997; 2006) e uma emergente convergência de meios, onde empresas detêm numa estrutura diagonal de plataformas de media distintas (Schneider, 2008).

Com efeito, estas tendências resultam em processos de reestruturação, flexibilização laboral e concorrência empresarial, cujas consequências se efetivam no prestígio moral da atividade e na sua ética, na precarização do ofício e, por conseguinte, na revogação da capacidade individual de os trabalhadores planificarem a sua vida profissional (Camponez, 2011).

encontram os *media*, existe uma relação bidirecional com os clientes, os referentes, as audiências e as fontes, ao mesmo tempo, desenvolve-se uma relação unidirecional com os proprietários, os reguladores, a opinião pública, as instituições sociais e os grupos de pessoas e de interesses.

Daqui se induz naturalmente o apontamento de Mesquita (2003), quando expõe um certo abandono, por parte dos jornalistas, de um compromisso social para adotar uma postura de contrato moral com a empresa.

Nesta transmutação contínua e célere, de resto, verifica-se que a própria noção do pensamento ético é subtraída ao jornalista. Isto é, as transformações económicas e laborais operadas dentro do campo empresarial mediático conduzem a uma situação em que as preocupações com os pressupostos morais são relegados para um segundo plano, relativamente à necessidade de produção rápida das notícias (Christians *et al.*, 1998).

Se este cenário torna evidente a contradição com as preocupações e recomendações emanadas pela Comissão Hutchins, mais uma vez, manifesta também a retoma da tensão entre as teorias liberais e comunitárias que Marques (2008) encontrava no processo histórico da substituição dos modelos familiares de negócio pelos grandes aglomerados empresariais mediáticos. Recuperação que se produz ao nível dos argumentos utilizados pelos responsáveis empresariais. Se, então, o fundamento para toda a articulação da imprensa tinha como base a liberdade de expressão como um direito individual deliberativo da liberdade de imprensa (*idem*), verificamos que a justificação para uma certa renitência empresarial em assumir um compromisso ético de responsabilização (Giroux *apud* Fidalgo, 2007), sobretudo em momentos extremos de concorrência ou monopólio (Bertrand, 2000).

À luz desta realidade, importa portanto encontrar uma definição capaz de cumprir o objetivo de agregar o contexto socioeconómico em que o jornalismo se desenvolve com a necessidade de corresponder a atividade a uma visão mais responsável perante a sociedade e ajustada ao importante papel que nela desenvolve.

4 Alternativa e regulação

Na senda do que vimos discutindo ser a necessidade de gerar uma política de responsabilidade

¹⁵ Esta noção vai integralmente ao encontro da teoria do jornalismo participativo. Ou seja, aqui evocam-se não só as empresas mediáticas locais e regionais, mas também as diferentes formas de jornalismo participativo, como os jornais comunitários ou as rádios pirata (McQuail, 2000). Interessante verificar como esta ideia se pode reportar analogamente ao esquema da imprensa francesa do período pós-revolucionário, que já aqui observámos.

¹⁶ Ou, pelo menos, uma grande fatia dela, segundo o modelo definido por McQuail (2003), no que concerne as relações unidireccionais supracitadas.

social para os *media* ante o contexto socioeconómico em que o jornalismo se desenvolve atualmente, Dennis McQuail apresenta dois contributos que deverão ser tomados em linha de conta.

O primeiro contributo parte de uma extensão do modelo de Siebert, Peterson e Schramm e enquadra-se na proposta de uma teoria democrático-participativa (McQuail, 2000). Esta noção parte da perspetiva da falência das teorias libertárias do jornalismo, subvertidas pelas forças do capitalismo, e da redução da noção de responsabilidade social a um formato burocrático estatal.

Esta teoria preconiza a importância que a comunicação assume para a sociedade, pelo que não poderá ser entregue unicamente aos profissionais. Desta forma coloca-se a tónica do público como o objeto central da produção noticiosa, ao invés dos clientes e dos proprietários (Camponez, 2009). Ao mesmo tempo, privilegia a profusão de organizações mediáticas de pequena escala, locais e regionais, diversificadas entre si, que permitam o acesso e participação das populações nas várias etapas do processo comunicativo mediático¹⁵. Esta ideia não se sobrepõem porém relativamente à permanência de um serviço público de comunicação e de meios de comunicação de massa (McQuail, 2000).

Denota-se portanto que, conquanto procede a uma análise crítica do panorama mediático, é capaz de conviver com as conceções mais liberais, por um lado, e com a noção da função reguladora estatal por outro (Camponez, 2009).

Podemos assim admitir que estes modelos de comunicação ao assumirem um carácter complementar do serviço público de informação e dos grandes meios de comunicação de massa sejam capazes, através da participação e acesso que exigem e garantem, de acreditar os preceitos da responsabilidade social¹⁶, numa lógica de “liberdade positiva”, e, em última análise, funcionarem através da sua atividade como um motor de regulação dos restantes meios.

A segunda dimensão definida por McQuail para o estudo mediático, e que nos parece indubitavelmente relevante, para a análise do nosso objeto

¹⁷ Seguindo a proposta de Fidalgo (2007) decidimos aqui usar o termo original “accountability”, em vez da tradução “responsabilidade”, por entendermos ser necessário realçar a distinção com a noção de responsabilidade social já desenvolvida, ou da proposta de tradução de Carlos de Jesus (McQuail, 2003) de “responsabilização”, por entendermos que este conceito abrange uma dimensão muito mais vasta onde se inclui, a título de exemplo, a ideia de prestação de contas.

de estudo prende-se com a noção de “accountability”¹⁷.

Perante a irresolução pragmática na adoção dos preceitos propostos pela Teoria da Responsabilidade Social, Dennis McQuail propõe a necessidade da adaptação de

processos, voluntários ou involuntários, pelos quais os media respondem, direta ou indiretamente à sociedade onde se inserem, pela qualidade e/ou consequências do que tornaram público, com particular referência a matérias de bem público geral (McQuail: 2003: 183).

Compreendemos então que a “accountability”, compreendida como um conjunto de processos, ultrapassa a importância de pura recomendação, que encontramos nas conclusões da Comissão de Hutchins ou da teoria de Siebert, Peterson e Schramms para assumir um cariz muito mais pragmático (McQuail, 2005). Como Hodges desenvolve, trata-se de avançar relativamente à conceção da responsabilidade – compreensão das necessidades sociais a que os *media* têm que atender –, para uma ideia de responsabilização (ou de prestação de contas) – percepção de como é que a sociedade pode pedir aos jornalistas que a mantenha informada sobre o desempenho das responsabilidades que lhe foram confiadas (Hodges *apud* McQuail, 2003).

Um carácter interessante da tese desenvolvida por McQuail (2005) é a articulação que opera entre uma perspectiva voluntária, onde parte dos próprios agentes mediáticos a prestação de contas baseando-se no princípio da relação de responsabilidade e confiança que assumem com o público e a sociedade, e uma perspectiva coerciva, quando esta prestação está definida pela lei ou por regulamentos que estipulam esta prática.

Fidalgo (2007) desvenda um aspeto adicional na proposta de McQuail, a referência ao bem público, ou interesse público, que a “accountability” encerra. Isto implica que esta noção não se encerre exclusivamente numa lógica de “liberdade negativa”, onde se confere a possibilidade aos indivíduos de pedirem contas pelas consequências de uma ideia veiculada, mas se extravase para uma dimensão de liberdade positiva, uma vez que se ve-

tifica também possível pedir contas pela qualidade de algo veiculado ou até mesmo discutir como deveria ter sido veiculado, tendo como meta a promoção do interesse público¹⁸. Em suma, a promoção da discussão e participação dos vários agentes sociais.

Fica evidente, até explícito na exposição de McQuail (2005), a articulação necessária e natural entre esta conceção de responsabilidade e a responsabilização dos *media*, com a ideia de regulação. É neste sentido, de compreender a garantia do respeito pela deontologia, da defesa da liberdade contra as diversas pressões e da confiança do público, que Claude-Jean Bertrand (2000) enuncia a necessidade da geração de mecanismo de responsabilização dos jornalistas e, ao mesmo tempo, de defesa dos seus interesses¹⁹. Também Aznar reitera a importância que a regulação, combinada numa interação entre os diferentes agentes sociais que participam na construção mediática (Aznar, 2000), assume para a concretização da ideia de responsabilidade social.

Não obstante alguma renitência assumida pelos profissionais dos *media* relativamente à promoção dos formatos de regulação – no sentido em que os objetivam numa ameaça direta à liberdade da sua atividade (Bertrand, 2000) –, os meios de regulação acabam por se definir, como aponta Aznar (2005), como o primado da articulação entre a liberdade de expressão e a garantia da liberdade de expressão e o cumprimento decorrente da noção de responsabilidade social. Esta ideia faz tanto mais sentido quando nos reportamos a uma dimensão autorregulatória (Aznar, 1999), onde a pronúncia dos diferentes integrantes destes mecanismos de regulação são capazes de asseverar aos jornalistas a independência necessária, ao mesmo tempo que lhes incutem um cariz de responsabilização.

Síntese conclusiva

Inerente ao processo de construção da identidade profissional dos jornalistas, o contexto mediático foi-se desenvolvendo, no que podemos definir, assente em duas realidades distintas, mas ao mesmo tempo complementares: uma enraizada numa perspectiva negativa da liberdade, se edifica apartada da restante sociedade e da noção do papel social que

¹⁸ Não desligada desta questão, verificamos singular a tese de Bernier quando sugere o imperativo da explanação da fundamentação dos juízos éticos – a prestação de contas – como uma espécie de “contrato social” assumido com o público (de onde se poderá fundar a ideia de responsabilidade social) (Bernier, 1997).

¹⁹ Não surge portanto estranha a designação atribuída por Ber-

trand (1999) ao rol de instrumentos de regulação que elenca para o campo mediático – “Moyens d’Assurer da Responsabilité Sociale des Médias”.

encerra; e outra dimensão, permeável à ingerência dos vários atores sociais, dos quais, concluímos, se destaca a entidade empresarial.

Na senda de uma rutura com este paradigma e na perspetiva da adaptação do jornalismo às novas realidades que enfrenta, os preceitos resultantes da Teoria da Responsabilidade Social demonstram-se uma excelente ferramenta, ainda que num plano quase abstrato, na promoção e definição da articulação das questões da liberdade com as da responsabilidade. Se representa, por um lado, a fundação de uma ética global, firmada na envolvimento do público na definição de uma ideia institucional da imprensa, representa também uma deriva da noção negativa de liberdade de expressão individual, para uma ideia de liberdade de expressão social através dos *media*, liberdade de imprensa.

Num sentido mais pragmático, se vimos resultar interessantes os modelos nórdicos aplicados através dos ditames da teoria democrático-participativa, observamos que, pela extensão que compreende e pelo ajuste aos cânones de todo o jornalismo ocidental, a noção de “accountability” possui o carácter prático de indicar recomendações objetivas para a materialização de uma verdadeira responsabilidade social no sistema mediático, de onde resulta indubitavelmente a necessidade de uma regulação da comunicação.

Regulação que se assume aos mais diferentes níveis e onde participam os mais diferentes atores. Se, refere Aznar (2005), a autorregulação se demonstra o instrumento mais eficaz nesta articulação entre a garantia do uso responsável da comunicação e a fiança da liberdade de imprensa, ao mesmo tempo também encontramos razão em Libois (*Apud* Mata, 2002), quando defende que a implicação do público nesta ideia de ética global se torna indispensável. Verifica-se portanto necessária uma correta e ajustada articulação entre auto e heterorregulação, que consinta a pronúncia de uma comunicação responsável perante o seu público e a sociedade, mas ao mesmo tempo livre da ingerência dos diferentes atores sociais.

Referências

- Aranda, J. (2008). Evolución de la prensa en los principales países occidentales. In C. Barrera, *Historia del periodismo universal* (pp. 77-118). Barcelona: Ariel Comunicación.
- Astbury, R. (1978). The renewal of the licensing act in 1693 and its lapse in 1695. *Library*: 5-33, 296-322.
- Aznar, H. (1999). *Ética y periodismo: códigos, estatutos e otros documentos de autorregulación*. Barcelona: Paidós.
- Aznar, H. (2000). Médios de comunicación y esfera pública: el papel de la autorregulación. In H. Aznar & E. Villanueva, *Deontología y autorregulación informativa: ensayos desde una perspectiva comparadas* (pp. 139-168). Cidade do México: Tinta y voz.
- Aznar, H. (2005). *Comunicação responsável: a auto-regulação dos media*. Porto: Porto Editora.
- Bernier, M. (1994). *Éthique et déontologie du journalisme*. Sainte-Foy (Quebeque): Les Presses de l'Université Laval.
- Bertrand, C. (2000). *A deontologia dos media*. Coimbra: MinervaCoimbra.
- Burrowes, C.P. (2011). Property, power and press freedom: emergence of the fourth estate, 1640-1789. *Journalism & Communication Monographs*: 13-1, 2.
- Camponez, C. (2009). *Fundamentos de deontologia do jornalismo: a auto-regulação frustrada dos jornalistas portugueses*. Tese de doutoramento em Ciências da Comunicação, Coimbra: Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra.
- Camponez, C. (2011). Jornalismo: o fracasso de um contrapoder entre poderes. Comunicação ao Colóquio *Aprofundar a Crise*, Coimbra, Portugal, Março de 2011.
- Carter, J. (2012). Positive and negative liberty. *The Stanford encyclopedia of philosophy, Primavera de 2012*, Página consultada a 12 de Janeiro de 2013. <http://plato.stanford.edu/archives/spr2012/entries/liberty-positive-negative/>
- Christians, C. (1998). *Media ethics: cases and moral reasoning*. Nova Iorque: Longman.
- Commission on Freedom of Press (1947). *A free and responsible press – a general report on mass communication: newspapers, radio, motion pictures, magazines and books*. Chicago: University of Chicago Press.
- Cornu, D. (1999). *Jornalismo e verdade: para uma ética da informação*. Lisboa: Insitituto Piaget.
- Correia, F. (1997). *Os jornalistas e as notícias: a autonomia jornalística em questão*. Lisboa: Caminho.

- Correia, F. (2006). *Jornalismo, grupos económicos e democracia*. Lisboa: Caminho.
- Fidalgo, J. (2007). *O lugar da ética e da auto-regulação na identidade profissional dos jornalistas*. Tese de doutoramento em Ciências da Comunicação, Braga: Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho.
- Habermas, J. (2000). *Aclaraciones a la ética del discurso*. Madrid: Editorial Trotta.
- Lara, P. (1995). *La empresa periodística en Vivo: del autoritarismo a la democracia*. Barcelona: Ariel Comunicación.
- Marques, F. (1997). As contradições entre a liberdade de expressão e a liberdade de informação. Recensão. *Bocc – Biblioteca Online de Ciências da Comunicação*. Página consultada a 12 de Janeiro de 2013 <http://bocc.ubi.pt/pag/marques-ester-contradicoes-liberdades.html>.
- Mata, M. J. (2002). *A autocrítica no jornalismo: o ombudsman na imprensa nacional e estrangeira*. Coimbra: MinervaCoimbra.
- McQuail, D. (2000). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas* (Edición Revisada y Ampliada). Barcelona: Paidós.
- McQuail, D. (2003). *Teoria de comunicação de massas*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- McQuail, D. (2005). Publication in a free society: the problem of accountability. *Comunicação e Sociedade*, 7: 235-252.
- Mesquita, M. (2003). *O quarto equívoco: o poder dos media na sociedade contemporânea*. Coimbra: MinervaCoimbra.
- Mustonen, J. (2006). *The world's first freedom of information act: anders chydenius' legacy today*. Kokkola: Anders Chydenius Foundation.
- Pereira, F. H. (2004). Da responsabilidade social ao jornalismo de mercado: o jornalismo como profissão. Recensão. *Bocc – Biblioteca Online de Ciências da Comunicação*. Página consultada a 14 de Janeiro de 2013 www.bocc.ubi.pt/pag/pereira-fabio-responsabilidade-jornalista.pdf.
- Schneider, I. (2008). La prensa escrita en los principales países occidentales. In C. Barrera, *Historia del periodismo universal* (pp. 169-228). Barcelona: Ariel Comunicación.
- Sennett, R. (2006). *A cultura do novo capitalismo*. Lisboa: Relógio D'Água.
- Serra, P. (2006). Iluminismo e comunicação – de Locke a Kant. Recensão. *Bocc – Biblioteca Online de Ciências da Comunicação*. Página consultada a 12 de Janeiro de 2013 <http://bocc.ubi.pt/pag/serra-paulo-iluminismo-comunicacao-locke-kant.pdf>.
- Serra, S. (2001). A produção de notícias e a esfera pública internacional. *Práticas Midiáticas*, 1: 83-112.
- Este trabalho é enquadrado pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia (FCT) através da bolsa de doutoramento FCT SFRH/BD/87020/2012