

Ana Filipa Rocha Monteiro

Os Provedores dos Leitores: alguns exemplos da imprensa portuguesa e espanhola

Universidade Fernando Pessoa

Porto, setembro 2021



Ana Filipa Rocha Monteiro

Os Provedores dos Leitores: alguns exemplos da imprensa portuguesa e espanhola

Universidade Fernando Pessoa

Porto, setembro 2021

Ana Filipa Rocha Monteiro

Os Provedores dos Leitores: alguns exemplos da imprensa portuguesa e espanhola

Trabalho apresentado à Universidade Fernando Pessoa como parte dos requisitos para  
obtenção do grau de mestre em Ciências da Comunicação – ramo Jornalismo

## Sumário

O objetivo central desta dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação – ramo Jornalismo é tentar compreender as razões pelas quais durante anos a figura do Provedor do Leitor ter deixado de existir nos jornais de referência portugueses, enquanto, por exemplo, no diário espanhol *El País* sempre existiu o cargo desde que entrou em funcionamento. Ainda no caso de Portugal, o Provedor do Telespectador, que em 2006 entrou em funções, resistiu até dezembro de 2020, ainda não sabendo ainda quem será a pessoa que irá desempenhar a função de Provedor.

A palavra *ombudsman* vem da Suécia: o termo é junção de “ombud”, que significa “delegação”, e “man”, que significa “homem”, ou seja, simboliza “aquele que representa”. Quando o cargo chegou aos meios de comunicação social de vários países, os primeiros Provedores viram a sua tarefa complicar-se, uma vez que era uma novidade.

Para compreender tudo isto foi feita uma revisão teórica de vários autores, incluindo antigos Provedores dos Leitores, Telespectadores e dos Ouvintes, sejam eles portugueses ou espanhóis, uma vez que, como o próprio nome da dissertação indica, este é um trabalho sobre “Os Provedores dos Leitores: alguns exemplos da imprensa portuguesa e espanhola”. Para o estudo de caso, foram realizadas entrevistas a Provedores que ainda estão em funções, como Barata-Feyo no jornal *Público* e Carlos Yarnóz no diário espanhol *El País*. E, ainda, antigos Provedores que desempenharam funções nos diários de referência em Portugal: o *Público* e o *Diário de Notícias*.

**Palavras-Chave:** autorregulação; *ombudsman*; Provedor do Leitor; Provedor do Telespectador; Provedor do Ouvinte.

## **Abstract**

The main objective of this Master's thesis in Communication Sciences – Major in Journalism, is to try to understand the reasons why, for years, the figure of *ombudsman* ceased to exist in Portuguese reference newspapers, while in the Spanish daily *El País* the position has always existed ever since it came into operation. Also, in the case of Portugal, the *ombudsman* on television, since he took office in 2006, also resisted until December 2020, and it is not yet known who the person who will undertake the function of *ombudsman* will be.

The word *ombudsman* comes from Sweden: the term is junction of the word “ombud” which translated means “delegation” and “man”, which means man, symbolizing “the one who represents”. When the position reached the social media of several countries, the first *ombudsman* saw their task complicated, since it was a novelty.

To understand all this, a theoretical review of several authors was conducted including the *ombudsman* in newspapers, on televisions and on radios, whether Portuguese or Spanish, because, as the name of the dissertation indicates, this is a paper about the *ombudsman*: some examples from the Portuguese and Spanish press.

For the case study, interviews were conducted with *ombudsman* who are still in function such as Barata-Feyo in the Portugal newspaper *Público*, and Carlos Yarnós in the daily *El País*. And, also, former *ombudsman* who performed functions in the reference Portuguese newspapers: *Público* and *Diário de Notícias*.

**Key-Words:** self-regulation; *ombudsman*; *ombudsman* in newspapers; *ombudsman* in television; *ombudsman* in radio.

## **Agradecimentos**

Quero começar por agradecer a toda a minha família que sempre me apoiou, pelas diversas formas de incentivo e de me cativarem para alcançar os meus objetivos pessoais e académicos.

Um agradecimento muito especial ao meu namorado que esteve sempre ao meu lado e pela compreensão quando tinha de me dedicar à dissertação final de Mestrado, sem a qual não seria possível terminar este ciclo de estudos.

Quero deixar também um agradecimento aos meus colegas e professores do Mestrado em Ciências da Comunicação – ramo Jornalismo da Universidade Fernando Pessoa, por todos os ensinamentos passados nesta área, que certamente se irão repercutir no mundo real do trabalho.

Por fim, e não menos importante, ao Professor Doutor Rui Estrada por aceitar ser meu orientador para esta dissertação e caminhar ao meu lado para que tudo corresse da melhor forma, nomeadamente pela ajuda na linha orientadora da dissertação e pela total disponibilidade demonstrada durante todo o processo de escrita e revisão.

## **Índice**

Introdução .....	1
I – A regulação da atividade jornalística .....	3
1. Sistema de autorregulação .....	3
II – A figura do Provedor .....	5
1. O que é o Provedor e onde surgiu esta figura .....	5
2. As funções dos Provedores dos Leitores .....	15
III – Os Provedores dos Leitores: alguns exemplos da imprensa portuguesa e espanhola .....	24
1. Os Provedores dos Leitores em Portugal.....	24
a. Os Provedores do Ouvinte e do Telespectador .....	33
2. Os Provedores dos Leitores em Espanha.....	38
IV – Estudo de caso .....	42
1. Explicação do Estudo de Caso e do método utilizado .....	42
2. Apresentação dos resultados obtidos .....	43
a. Conclusão dos resultados obtidos .....	47
Conclusão .....	48
Bibliografia.....	50
Anexo A – Entrevistas realizadas a ex e atuais Provedores dos Leitores portugueses e espanhóis .....	53
Anexo B – Exemplos de queixas dos leitores aos vários Provedores dos Leitores, Ouvintes e Telespectadores.....	65

## **Índice de Figuras**

Figura 1 – Crítica de uma leitora à antiga Provedora dos Leitores, Estrela Serrano.....19

Figura 2 – Primeira coluna do Provedor dos Leitores, José Barata-Feyo, no *Público*.....27

## **Índice de Figuras do Anexos**

Figura 3 – Crítica de um leitor à Provedora Estrela Serrano.....65

Figura 4 – Crítica do leitor Gustavo Romão à Provedora Estrela Serrano.....65

Figura 5 – Crítica do leitor Carlos Câmara à Provedora Estrela Serrano.....66

Figura 6 – Crítica do leitor Nelson Henriques à Provedora Estrela Serrano.....66

Figura 7 – Crítica do leitor Mário Orlando à Provedora Estrela Serrano.....67

Figura 8 – Crítica da leitora Margarida à Provedora Estrela Serrano.....67

Figura 9 – Queixa ao Provedor do Ouvinte Mário Figueiredo.....68

Figura 10 – Queixas da programação da Antena 1 – 2007.....68

Figura 11 – Mensagens recebidas pelo Provedor do Ouvinte – 2006-2011.....69

## **Introdução**

O ponto de partida, assim como o ponto de chegada desta dissertação, passa pelo trabalho do Provedor do Leitor em alguns jornais de Portugal e em Espanha, daí a designação “Os Provedores dos Leitores: alguns exemplos da imprensa portuguesa e espanhola”. Com as mudanças que o jornalismo tem vindo a desenvolver ao longo dos tempos, esta figura é mais um recurso recente dos meios de comunicação social. Sendo um mecanismo de autorregulação, o *ombudsman*, originalmente assim designado, procura tornar os *media* mais transparentes aos olhos dos leitores.

Com o passar do tempo esta figura foi surgindo noutros jornais, televisões e rádios por todo o mundo: o *The Washington Post* (Estados Unidos da América), *Le Monde* (França), *El País* (Espanha) e até mesmo em Portugal, como por exemplo no *Diário de Notícias* e no *Público*. Cada país foi adotando a designação que mais parecia conveniente para o *ombudsman*. Isso leva a que, também, as funções ou modo como atua o Provedor varie de meio para meio, apesar de existir uma linha condutora elaborada pela “Organization of News Ombudsmen” (ONO), desde 1982.

O principal objetivo da dissertação em questão é tentar perceber a razão pela qual, em Portugal, a figura do Provedor do Leitor deixou de existir durante alguns anos, tendo voltado recentemente, em 2020, com José Barata-Feyo a assumir as funções no jornal *Público*. Este ponto vai ser desenvolvido durante todo o quarto capítulo, intitulado “Estudo de caso”, e os resultados obtidos foram feitos através de entrevistas a pessoas que já exerceram o cargo de Provedor do Leitor em Portugal nos jornais *Diário de Notícias* e *Público*, bem como os atuais *ombudsmen* deste último diário de referência português (Barata-Feyo) e do espanhol *El País* (Carlos Yarnóz).

Contudo, primeiramente foi necessário proceder a uma revisão bibliográfica, o que permitiu fazer uma contextualização da figura do *ombudsman*, desde a sua criação, até aos dias de hoje. Neste sentido, os três primeiros capítulos dizem respeito à parte teórica da dissertação, sendo que no primeiro capítulo intitulado “A regulação da atividade jornalística”, tal como o nome indica, se procure explicar que os meios de comunicação

podem ser regulados de duas formas: hetero e autorregulação. Para esta dissertação, é de referir que o Provedor do Leitor se insere no último modo de regulação. Vários autores sublinham que a existência de normas no jornalismo é fundamental para proteger a sua qualidade.

Já no segundo capítulo, começo por descrever o que significa a palavra *ombudsman*, em português Provedor, do mesmo modo que percorro o surgimento desta figura, desde os inícios até ao aparecimento nos meios de comunicação social. Numa segunda parte desta mesma secção, explico as funções e como, após receber uma queixa dos leitores, o *ombudsman* deve agir. Num terceiro capítulo, para terminar a parte teórica, faço uma retrospectiva do que foi, e tem vindo a ser, o Provedor do Leitor, do Telespectador e do Ouvinte, com alguns exemplos, não só de Portugal, como também de Espanha.

## **I – A regulação da atividade jornalística**

### **1. Sistema de autorregulação**

A atividade jornalística está sujeita a um conjunto de regras derivadas de três áreas diversas, com várias formas de obrigatoriedade. A primeira área está relacionada com a normativa jurídica, ou seja, são regras “criadas para regulamentar a área da comunicação social cujo incumprimento é punido por lei”. Depois, existe também a normativa deontológica que “depende da adesão voluntária de cada jornalista para ser cumprida”. Por último, mas não menos importante, as regras estabelecidas pelas próprias empresas mediáticas que “possuem um poder efetivo, pois o seu desrespeito pode conduzir ao despedimento” (Figueiredo, 2009, p. 76).

Desta forma, a regulação da atividade jornalística “pode ser imposta por lei” e estamos a falar de mecanismos estatais, “ou pode ser fruto da reflexão interna dos jornalistas”, ou seja, pela sua vontade (Amado, 2017, p. 23). Isto significa que a regulação pode ser feita de duas formas, no primeiro caso trata-se de heterorregulação e, no segundo caso, de autorregulação.

Ao longo dos anos, o processo de regulamentação tornou-se cada vez mais importante para termos uma atividade jornalística mais eficaz. Para esta dissertação importa mais o sistema de autorregulação que consiste em

seguir e ‘vigiar’ de forma privada e interna, o comportamento e a atividade do jornalismo através de princípios e regras, reconhecidas pelos profissionais, tendo em vista o seu cumprimento (Amado, 2017, p. 25).

Para José Queirós, ex-Provedor do Leitor do jornal *Público*, a existência de mecanismos de autorregulação é fundamental para defender e proteger os meios de comunicação e a sua qualidade. Ainda segundo este ex-Provedor,

num quadro geral em que esteja assegurada a liberdade de expressão, o papel reservado aos mecanismos de autorregulação deverá ser o de procurar garantir a conformidade das práticas dos média com as regras éticas e deontológicas

com que se tenham voluntariamente comprometido, seja ao nível dos seus procedimentos internos, seja ao nível de plataformas normativas mais amplas a que tenham aderido de modo igualmente voluntário (Queirós *cit. in* Amado, 2017, p. 26).

Existem vários instrumentos que autorregulam a atividade jornalística. O Conselho de Imprensa, o Conselho de Redação e o Provedor do Leitor são alguns dos exemplos. Este último é que nos interessa para esta dissertação, uma vez que esta figura permite uma “avaliação (auto) crítica e pública do trabalho dos jornalistas, promovendo, sempre que necessário, a devida correção junto dos leitores” (Amado, 2017, p. 44).

De entre todas as modalidades de regulação dos meios de comunicação, o Provedor do Leitor faz parte do sistema de autorregulação e inscreve-se “como um processo eminentemente privado”. É da responsabilidade da empresa jornalística “contratar uma pessoa a quem atribui a tarefa de desenvolver uma actividade de crítica regular do próprio jornal” (Mesquita, 1998, p. 22). O *ombudsman* não é mais nem menos do que um instrumento de autorregulação “que convoca o próprio público a participar no processo de reflexão crítica sobre os meios de comunicação e as suas práticas” (Oliveira, 2017, p. 163).

## II – A figura do Provedor

### 1. O que é o Provedor e onde surgiu esta figura

O termo *ombudsman* é junção da palavra sueca “ombud” que traduzida significa “delegação” e “man” quer dizer “homem”, ou seja, simboliza “aquele que representa”. Na Suécia antiga esta designação significava aquele que “varria a neve para permitir a circulação das pessoas e, portanto, facilitar literalmente a aproximação e comunicação” (Fidalgo, 2006, p. 518). Jorge Wemans utiliza mesmo a metáfora “varredor das barreiras que se erguem entre os leitores e o jornal” para indicar o trabalho do Provedor do Leitor (Wemans, 1999, p. 17).

A designação original de *ombudsman* inspirou-se na figura do ouvidor-geral da Roma Antiga. No século XIX o cargo é retomado, “com a função de ouvir as reclamações dos cidadãos contra os maus servidores do Estado e os entraves da burocracia” (Mata, 2002, pág. 29). Antes da oficialização, a figura do *ombudsman* tinha pouca independência do Executivo e a função era exercida por um chanceler de justiça, nomeado pelo governo pela primeira vez em 1713, ano esse que alguns autores registaram como a criação do cargo de *ombudsman*. Esta figura surgiu como “um ouvidor, na Suécia, em 1713, sendo conhecido como o ‘representante do Parlamento’, e, indiretamente dos cidadãos” (Mendes, 1998).

A sua figura foi oficializada pela lei constitucional sueca a 6 de junho de 1809, “a partir do qual o ocupante do cargo passou a ser denominado ‘justitiombudsman’ (JO) e a ter estado de ministro, apesar de estar vinculado ao Parlamento, além da autonomia para a execução do seu trabalho”, ou seja, ouvir as queixas que os cidadãos tinham contra o poder público, investigá-las e, se necessário, pedir providências (Franzoni, 2013, p. 16). Com a oficialização do *ombudsman* sueco, esta figura conta com “um espaço para tornar públicas as queixas dos cidadãos e os problemas que tenham sido observados por este profissional” (Mendes, 1998).

A Constituição instituiu dois *ombudsmen*, “um para assuntos civis e outro para militares”, desmembramento esse que só ocorreu em 1915, com a criação do “militiombudsman”.

Esta divisão durou pouco tempo, uma vez que, depois da segunda Guerra Mundial, as atividades do “militiombudsman” extinguiram-se “e, em 1967, uma nova reforma, que entrou em vigor em 1968, fez com que os dois órgãos voltassem a formar um único, sob a mesma denominação de “justitiombudsman”. A partir desta nova junção,

o cargo passou a ser exercido por três classificações (...) nomeados para atuarem de acordo com as matérias pautadas: um para queixas referentes ao bem-estar social, outro para tratar queixas do sistema judiciário e o terceiro para queixas referentes a quaisquer repartições civis (Franzoni, 2013, p. 16).

Além destas três classificações genéricas existiam, na Suécia, pelo menos mais três específicas: o *ombudsman* da liberdade económica, o *ombudsman* dos consumidores e o *ombudsman* da imprensa. Este último cargo foi criado em 1969 e é este o tema da dissertação em questão.

Inicialmente, até 1941, os *ombudsmen*, na Suécia, tinham um mandato de um ano, podendo ser renovado indefinidamente. A partir dessa data, “uma reforma na lei determinou a ampliação do mandato para quatro anos e manteve a possibilidade de renovação por quantas vezes o Parlamento achasse necessário” (Franzoni, 2013, p. 17).

Esta figura começou a ter popularidade, sendo adotada em mais países ocidentais e em vários setores de atividade, nomeadamente nos meios de comunicação social, com destaque para a imprensa. A figura do Provedor do Leitor foi introduzida, pela primeira vez, num jornal privado dos Estados Unidos da América. Ben Bagdikian, editor-adjunto do *The Washington Post*, foi a primeira pessoa a ter a ideia de criar um *ombudsman* para os jornais. Esta sua sugestão apareceu num artigo escrito, em 1967, para a *Esquire*<sup>1</sup>.

O *Louisville-Courier-Journal* e o *Courier-Journal*, em 1967, foram os primeiros jornais a ter esta figura, com o objetivo de atender às queixas desse mesmo meio de comunicação e elaborar memorandos internos. John Herchenroedor, antigo editor da secção local, foi

---

<sup>1</sup> Revista americana direcionada para o público masculino.

o primeiro *ombudsman* da imprensa, tendo ocupado o cargo entre 1967 e 1979 e encarregando-se de ser *ombudsman* dos dois jornais. Neste caso, o Provedor resolvia, em privado, as reclamações dos leitores, “não levando a cabo uma crítica pública dos media e, também, do meio que o emprega” (Silva, 2014, p. 155). Apenas anos mais tarde, nomeadamente nos anos 90, é que esta figura passou a cumprir a função de tornar pública a sua análise, como revela Maria José Mata:

o exame público dos erros cometidos pelo jornal, efectuado nas suas próprias páginas, só viria a ser posto em prática pelo ombudsman do The Washington Post, o segundo a instituir o cargo (Mata, 2002, p. 35).

A figura do Provedor começou a ser utilizada em mais de 30 jornais diários nos Estados Unidos da América<sup>2</sup> por volta dos anos 70. De acordo com Daniel Cornu, deve-se à imprensa americana a introdução desta figura em vários jornais, segundo o modelo sueco de *ombudsman*. No caso europeu, o Provedor surge mais tarde, como por exemplo em Espanha, no jornal *El País*, em 1985, em Itália em 1986 foi criada a função inspirada no diário espanhol, e, na Holanda, em 1990.

Com cada vez mais jornais a terem esta figura, em 1980 foi criada a *Organization of News Ombudsmen*<sup>3</sup> (ONO), com sede em Sacramento, Califórnia, reunindo associados de vários países. O seu número total de membros nunca alcançou uma centena. Caio Túlio Costa, no seu livro *O Relógio de Pascal*, faz o relato da sua experiência como o primeiro *ombudsman* da América Latina, onde a ONO é apresentada como o “mais restrito clube internacional de jornalistas” (Minuzzi, 2007, p. 173). Em 1996 eram 49 os membros ativos da organização, sendo que 31 eram dos Estados Unidos, cinco do Canadá, quatro do Brasil, três da Espanha e um da Colômbia, Equador, Japão, Inglaterra, Israel e Paraguai, além dos 34 membros associados e honorários.

---

<sup>2</sup> Alguns exemplos: *The Washington Post* e *The New York Times*. O primeiro jornal anunciou em 2013 o fim do cargo do ombudsman, após 43 anos de existência, já o último terminou com o cargo em 2017, ano em que completava 50 anos de existência da figura do *ombudsman* no seu meio de comunicação.

<sup>3</sup> <https://www.newsombudsmen.org/>; Em 2017, Paula Cesarino Costa revela que esta entidade continha 52 associados, sendo a Europa e a América do Norte a liderar.

Em 1982, a ONO divulga as diretrizes que os Provedores devem seguir. O *ombudsman* de um jornal deve, em primeiro lugar, “aperfeiçoar a equidade, exatidão e responsabilidade do jornal”; em segundo lugar, “aumentar a sua credibilidade”; em terceiro, “investigar todas as queixas e recomendar ação corretiva quando for necessário”; em quarto, “alertar o diretor de redação sobre todas as queixas”; em quinto lugar, deve “fazer conferências ou escrever para o público sobre as linhas, as posições e as atividades do jornal”; e, por fim, “defender o jornal, publicamente ou em particular, quando for o caso” (Minuzzi, 2007, pp. 176-177). Esta organização mantém o contacto com os Provedores de todo o mundo e organiza conferências anuais. Para além disto, a ONO tem como objetivos

ayudar a la profesión periodística a alcanzar y a mantener altos niveles éticos en el trabajo informativo, de manera que aumente su credibilidad entre la gente a la que se dirige; establecer y mejorar los métodos de trabajo entre los defensores de la audiencia; divulgar la creación entre los medios de la figura del defensor de la audiencia; crear foros que permitan intercambiar ideas y experiencias entre sus miembros; establecer contactos con editores, redactores, consejos de prensa y otras organizaciones profesionales y proporcionar voces autorizadas para grupos interesados y asesorar en las investigaciones de medios (Llodra, 2015, pp. 107-108).

As colunas, os memorandos internos, as reuniões com as diversas equipas do meio de comunicação, os questionários e as conferências, são alguns dos meios de que os Provedores dispõem para chegar aos seus objetivos e para cumprir as suas tarefas. Segundo Maia, “a coluna representa o principal dispositivo de autonomia do *ombudsman*” (Maia *cit in* Minuzzi, 2007, p. 193). Para Estrela Serrano, ex-Provedora do *Diário de Notícias*, “a coluna do Provedor é o lugar de encontro do jornal consigo mesmo, espaço de cruzamento das ‘vozes’ que o compõem” (Serrano, p. 7). Também para Mesquita, a coluna é a “principal força do ouvidor de imprensa” (Mesquita *cit in* Minuzzi, 2007, p. 193). De acordo com Carlos Chaparro,

o que o mediador faz de mais importante (...) é oferecer aos leitores a sua reflexão semanal (...) o mediador é um observador privilegiado e um analista

das ações jornalísticas com enorme potencial educativo (Chaparro *cit in* Mesquita, 2002, p. 236).

Vários autores já se dedicaram ao estudo do *ombudsman*, e sempre o catalogaram “como uma plataforma de diálogo entre jornalistas, diretores, programadores e audiências”. Esta figura contribui, assim, “para uma melhoria do conhecimento mútuo e uma maior compreensão dos processos comunicativos por parte do público”. Ou seja, pode dizer-se que o Provedor do Leitor serve como uma ponte “entre os ouvintes, os telespectadores e a empresa concessionária e como uma das formas de indagar a satisfação das audiências relativamente aos conteúdos emitidos” (Ferro, 2016, p. 86).

Assim, o Provedor do Leitor atua em dois modos. O seu papel é o de servir como intermediário “entre a redação e o seu público, conciliar os pontos de vista, e se necessário, defender os interesses do leitor”. Contudo, ao mesmo tempo serve também de “vigia, no próprio interior da redação, vela pela observação das regras deontológicas durante o trabalho jornalístico” (Cornu *cit in* Ferro, 2016, p. 87).

Desta forma, segundo Mário Mesquita, a ação do *ombudsman* deve evitar duas atitudes. Primeiro, “a tendência para autojustificação permanente dos jornalistas e [segundo] a tentação de se autoconstituir numa espécie de tribunal da infabilidade” (Mesquita, 1998, p. 23).

Para Victória Camps, o Provedor dos Leitores tem três missões. Em primeiro lugar a de “evitar o corporativismo dos jornalistas, que se traduz na recusa de qualquer crítica e constitui uma característica de diversas profissões nas sociedades avançadas”. Depois, “facilitar a abertura do jornal ao exterior”, recorrendo a especialistas externos e, por fim, “contribuir para criar opinião”, ou seja, através das queixas dos leitores sobre títulos sensacionalistas, publicidade sexista ou frivolidade informativa. Segundo esta autora, “nem sempre o livro de estilo é suficiente para responder a estas questões e pede-se ao *ombudsman* que actue de forma a contribuir para criar opinião e estabelecer critérios” (Camps *cit in* Mesquita, 1998, p. 24).

Segundo Marialuz Alvarez, o livro de estilo é uma “referencia importante para el trabajo del *ombudsman*”. A própria autora revela que a maioria das queixas referem-se aos princípios desse mesmo texto que não foram cumpridos. “Cuando alguno de ellos es violado, el *ombudsman* no tiene más que señalar el punto correspondiente del libro de estilo” (Alvarez, 1995, p. 3).

Os primeiros Provedores viram a sua tarefa complicar-se porque era uma novidade nos meios de comunicação e mexia com “atitudes instituídas, mas que, com o decorrer do tempo e com as ações que foram sendo tomadas, conseguiram conquistar o seu espaço e respeito dos profissionais” (Ferro, 2016, p.94).

Joaquim Fidalgo, antigo Provedor do Leitor no jornal *Público*, alertou para a existência de um ‘conflito de lealdades’, entre esta figura, a direção e a redação. O estudioso diz que,

embora pareça claro que eles [Provedores] devem, antes e depois de tudo, prestar contas aos leitores (...) nem sempre a empresa que lhes paga o salário ou a redação que com eles convive dá mostras de ser capaz de ‘encaixar’ as críticas mais duras, acabando por vezes a perguntar-se se não estará, com tudo isso, a ‘dar tiros no próprio pé’, vendo expostas as suas insuficiências, fragilidades ou derrapagens éticas (Fidalgo, 2006, p. 525).

José Nuno Martins, primeiro Provedor do Ouvinte português<sup>4</sup>, queixou-se no primeiro relatório de atividade de 2006 a 2008 de

uma generalizada atitude de reserva corporativa dos profissionais, quanto a qualquer proposta de alteração reclamada pelo ouvinte acerca das práticas convencionadas, incidindo sobre as mais diversas áreas da atividade radiofónica (Martins, 2008, p. 13).

---

<sup>4</sup> O Provedor não existe apenas na imprensa. Nas rádios e nas televisões também foi adotado o cargo de *ombudsman*. O Provedor do Ouvinte é um interlocutor independente entre uma estação de rádio e o público que recebe as suas críticas e sugestões.

Também Mário Mesquita, ex-Provedor do Leitor do *Diário de Notícias* dizia que “os jornalistas estão muito habituados a criticar os outros, mas não gostam de ser, eles próprios criticados” (Mesquita, 1998, p. 13). Contudo, também existe a opinião contrária. Mário Figueiredo, também Provedor do Ouvinte entre 2010 e 2012, diz que

no que diz respeito aos contactos com os profissionais, não posso referir, durante o ano de 2011, qualquer sinal de incomodidade. Bem pelo contrário. Várias foram as demonstrações de reconhecimento e até de solicitação para aconselhamento na melhoria profissional (Figueiredo, 2011, p.76).

Relativamente à relação entre esta figura e a direção, Mário Figueiredo revela que “no que diz respeito às Estruturas Diretivas (...) refira-se que nunca senti incomodidade ou reserva. Os pedidos de esclarecimentos e as reuniões solicitadas tiveram sempre uma resposta pronta, cordial e atempada” (Figueiredo, 2011, p.76).

Este mesmo autor revela também que, apesar das críticas feitas pelo Provedor, esta figura “poderia aproximar as empresas mediáticas e os jornalistas dos seus leitores, ouvintes ou espetadores, desde que houvesse uma vontade efetiva de associar as audiências ao processo informativo” (Fidalgo, 2006, p. 525). Para Manuel Pinto, antigo Provedor do Leitor do *Jornal de Notícias*,

o desafio é fazer a crítica, mas sem comprometer o canal de comunicação (...) o Provedor não deve ser radical, colocando as questões de tal maneira que não feche portas, mas que as abram (Pinto *cit it* Minuzzi, 2007, p. 250).

Segundo Jorge Wemans, quando o Provedor do Leitor faz as suas críticas, elas não são ignoradas, contudo “nenhum jornal, nem nenhum jornalista, deixa de cometer erros, ou de fazer escolhas erradas no plano deontológico, só por ter um Provedor do leitor” (Wemans, 1999, p. 16). Por outro lado, a razão da existência desta figura num meio de comunicação é o de conseguir que estes mesmos erros não se repitam.

Desta forma, pode-se caracterizar o Provedor, segundo Joaquim Fidalgo, como uma figura “frágil, limitada e imperfeita”, que procura “confrontar os media com as suas responsabilidades e, sobretudo, com a exigência de prestar contas ao público” (Fidalgo, 2006, p. 542).

Num artigo publicado no *Journal of Mass Media Ethics*, em 2000, Christopher Meyer menciona três preocupações centrais daqueles que se opõem à existência da figura do Provedor. Por um lado, a questão económica, ou seja, “o facto de o *ombudsman* representar uma despesa que poderia ser investida em jornalistas e editores”; por outro, “a aproximação das funções do *ombudsman* às funções de um relações públicas, operador de charme para forma, mas desmoralizador para as redações” e, por fim, “o desvio para um medidor de críticas que deveriam ser endereçadas diretamente a editores e repórteres” (Meyer *cit in* Oliveira, 2017, p. 168).

Mas afinal de que se queixam os leitores? Rey, antigo Provedor do leitor do *El Tiempo de Bogotá*, da Colômbia, divide o perfil dos leitores em quatro categorias. A primeira diz respeito à qualidade de informação, onde se inclui

los treslapes entre información y opinión, el centralismo en la información, los errores en la información o en los servicios, la omisión de temas importantes dentro de la agenda, las fallas de precisión e inexactitudes (Rey, 2002, p. 11).

Numa segunda categoria o autor refere-se à “relación entre el derecho a la información y otros derechos fundamentales”, e neste aspeto encontram-se as

crecientes exigencias de los lectores e lectoras sobre los derechos de las minorías, desde las étnicas hasta las sexuales, las ofensas a la honra y al buen nombre das personas (Rey, 2002, p. 11).

Rey, na terceira categoria, menciona as queixas referentes à independência jornalística ou à falta dela e, por último, a quarta categoria seria composta “por temas que son muy sensibles y a los que aluden los lectores en sus cartas e sus demandas” (Rey, 2002, p. 11).

Mas quem são os leitores que fazem queixas e reclamações ao Provedor do Leitor? Mário Mesquita aponta quatro tipos de destinatários. O primeiro diz respeito aos leitores internos, que são aqueles que estão vinculados à redação e à empresa jornalística, desde a hierarquia aos colegas”. Depois existem os leitores próximos, ou seja, “familiares, amigos, colegas e outras pessoas pertencentes ao círculo profissional em causa”. Em terceiro lugar surgem os leitores fontes, desde instituições ou personalidades e, por fim, existe o leitor tipo, ou seja, o retrato robot relacionado com o público alvo da população em causa” (Mesquita, 1998, p. 34).

Depois, segundo Manuel Pinto, existem “pessoas que se dirigem ao Provedor e acham ineficaz, que não adianta nada queixar, que o jornal fica sempre por cima e, portanto, mesmo tendo Provedor, não adianta nada (Pinto *cit in* Minuzzi, p. 230).

Resumindo, o Provedor é uma figura considerada útil e funciona como um suplemento que estimula “o rigor ético e a capacidade de auto-crítica da empresa jornalística onde exercia funções” (Fidalgo, 2006, p.536). Mário Mesquita afirma que a principal força do *ombudsman* consiste “na possibilidade de criticar o jornal nas suas próprias páginas. Possui apenas um poder de influência e de palavra” (Mesquita, 1998, p. 15). Bertrand define o *ombudsman* como um dos principais MARS (Meios de Assegurar a Responsabilidade dos Media), uma vez que considera que “é menos ameaçador para os profissionais”, pois também pertence à classe jornalística, nomeado pela própria empresa mediática. Desta forma, o *ombudsman* não pode ser entendido como uma figura externa ao processo produtivo, “na medida em que está familiarizado com os meandros da actividade jornalística e conhece os seus condicionalismos” (Figueiredo, 2009, p. 85).

Joaquim Fidalgo afirma que existem ainda muitas “arestas por limar” para que a atuação desta figura se torne mais eficaz, mas esse processo é lento e os efeitos “são refletidos a médio e longo prazos, por ser um trabalho de orientação pedagógica, mais voltada para modificar e melhorar atitudes mentais e comportamentos permanentes” (Fidalgo, 2006, p. 541).

Segundo Marialuz Alvarez é sempre bom receber com braços abertos qualquer que seja o instrumento que permita, amplie e fomente a participação do público nos órgãos de comunicação social e, por sua vez, a autocrítica do próprio meio.

Em 2017, Paula Cesarino Costa revelava que não sabe ao certo quantos *ombudsmen* existem atualmente, contudo estima que sejam perto de 150 em meios de comunicação social pelo mundo fora. “Já foram mais presentes nos Estados Unidos. Ainda crescem em países da América Latina e ganham força no continente africano” (Costa, 2017).

## 2. As funções dos Provedores dos Leitores

O Provedor do Leitor define-se “como um intermediário entre o jornal e os seus leitores, dando voz e garantindo os direitos destes últimos” (Silva, 2014, p. 156), ou seja, acaba por tornar o meio de comunicação mais credível, mais responsável perante o seu público. De acordo com um Provedor britânico do jornal *The Guardian*, “a presença de um Provedor, em particular na correção sistemática de erros aumenta a confiança no jornal e nos seus jornalistas” (Silva, 2014, p. 158).

Segundo Maria José Mata, “o *ombudsman* é alguém contratado pelo jornal para exercer uma vigilância sobre os procedimentos éticos e técnicos dos seus profissionais”. Esta autora acrescenta, ainda, que esta figura

é um crítico com acesso privilegiado à sala de redação e aos gabinetes de direção, o que lhe confere maiores responsabilidades de reconhecer erros, insuficiências ou falhas do jornal (Mata 2002, p. 40).

A função de um Provedor do Leitor é agir sempre *a posteriori*, contudo não tem poder sancionatório sobre os jornalistas, apenas dá recomendações, como refere Maria José Mata, “o seu poder de sanção reside na crítica pública das faltas cometidas pelo jornal. O julgamento *a posteriori* funciona como uma garantia de não interferência” (Mata, 2002, p. 43). Esta figura tem como funções receber e atender às diversas queixas dos leitores e, são elas, reclamações sobre gralhas, erros de tratamento de informação ou na cobertura de um determinado tema e, ainda, queixas provenientes daqueles que são afetados por uma notícia e não estão satisfeitos com ela. Alguns leitores faziam recortes das páginas do jornal, com bastantes anotações nas margens, “que se afiguravam muito interessantes numa perspetiva de etnografia da imprensa, mas nem sempre se revelam fáceis de decifrar” (Mesquita, 1998, pp. 126-127).

Segundo Mesquita, o Provedor do Leitor apenas tem poder para “dar voz às vozes dos leitores, criticar o diário nas suas próprias páginas e formular recomendações e sugestões” (Mesquita *cit in* Ferro, 2016, p. 87). Contudo Maria José Mata revela que a atuação do Provedor varia de pessoa para pessoa, ou seja,

para além daquilo que são os estatutos dos Provedores de cada publicação há que ter sempre em conta a subjetividade inerente à personalidade e à forma com que cada Provedor decide orientar a sua conduta (Mata, 2002, pp. 45-46).

De acordo com Marialuz Alvarez, o sucesso do Provedor do Leitor depende da pessoa que está a exercer funções, “del interés que tenga la empresa y la dirección por su mantenimiento” (Alvarez, 1995, p. 6).

No congresso dos “News Ombudsmen”<sup>5</sup> foi discutida uma questão interessante: deve o Provedor dos Leitores discutir na sua coluna, a orientação do *Diário de Notícias*? Alguns intelectuais presentes no debate “estimulavam os Provedores a enveredarem por esse caminho”, contudo a maior parte considerou “que a própria eficácia da função pressupõe um perfil menos ambicioso, circunscrevendo essencialmente a sua acção às questões ‘técnico-deontológicas’”. Ou seja, isto significa que não cabe às funções do Provedor do Leitor “discutir as opiniões expressas pelos comentaristas nas colunas de opinião do jornal” (Mesquita, 1998, p. 128).

Entre as várias questões colocadas à ex-Provedora Estrela Serrano, muitas incidiram sobre artigos de opinião, quer os editoriais da direcção, quer as colunas dos colaboradores permanentes que o jornal tem. A opinião constitui uma livre expressão de pontos de vista, enquanto os conteúdos noticiosos dizem respeito aos factos que realmente aconteceram. Neste sentido, a antiga Provedora afirma que “por boas razões, o cargo de Provedor dos Leitores foi criado para tratar de notícias e não de opinião” (Serrano, 2006, p. 92).

Quando o Provedor recebe a reclamação, solicita uma explicação a quem produziu tal informação e, depois, toma uma decisão tendo em conta o livro de estilo do próprio meio de comunicação (caso exista), de acordo com o código deontológico e ainda pela sua própria experiência. No que diz respeito à experiência da pessoa que está a assumir as funções do *ombudsman*, esta interfere com a ótica de Maria José Mata sobre a atuação do

---

<sup>5</sup> Realizada em Barcelona, Espanha.

Provedor do Leitor variar consoante a pessoa que desempenha o cargo. Por norma, o Provedor é um indivíduo que já tem largos anos de experiência na área do jornalismo, mas de certa forma já desligado da própria atividade, contudo também podem exercer esta função pessoas de outras áreas e exteriores à prática jornalística. No primeiro caso, muitos estudiosos colocam a questão da independência em relação ao meio que contrata o Provedor, ou seja, sendo uma pessoa que trabalha naquele jornal, recebe um salário por esse mesmo trabalho, como poderá o *ombudsman* criticar a própria empresa de trabalho, como conseguirá ser imparcial?

A atividade do *ombudsman* é, segundo Márcia Figueiredo, acompanhada de uma dupla tensão: por um lado, as redações e os diretores do órgão de comunicação “podem não aceitar com bom grado a exposição pública dos seus erros e o questionamento do seu trabalho”, por outro lado, “existem muitas reservas por parte do público quanto à sua capacidade de contribuir para um aumento efectivo da qualidade da informação e quanto à sua dependência”. Neste último caso alguns acreditam que “é apenas mais uma estratégia de marketing, que tem como objectivo melhorar a imagem dos jornalistas e justificar os seus desvios” (Figueiredo, 2009, p. 87).

Contudo, Maria José Mata alertou para o facto de esta figura ser independente da direção, sendo simplesmente um intermediário. Esta figura trabalha de forma independente e esta é uma questão essencial na credibilidade do Provedor. Desta forma, o Provedor do Leitor

não deve ser visto como um inimigo da redação e defensor das audiências, mas antes como uma espécie de ponte conciliadora entre estas duas entidades, proporcionando uma maior aproximação entre ambas (Ferro, 2016, p.87).

Segundo a antiga Provedora do *Diário de Notícias*, Estrela Serrano, a principal dificuldade que um Provedor enfrenta no seu trabalho é o de avaliação de uma peça jornalística, se é justa ou injusta, se é objetiva ou parcial. Isto porque, em primeiro lugar, “nenhum texto jornalístico pode aspirar a cobrir a totalidade do ‘real’” e, em segundo lugar, “apesar da existência de instrumentos legais, normativos e profissionais, o jornalismo não é uma ciência exacta baseada em regras e métodos aos quais se possam

aplicar critérios de mediação”. Quer isto dizer, segundo Estrela Serrano, que “mesmo quando uma notícia parece objectiva e rigorosa, ela é sempre produto de uma escolha e de uma interpretação da ‘realidade’, de um ‘julgamento’ (Serrano, 2006, p. 7).

Os temas científicos<sup>6</sup> são um dos reparos dos leitores com formação especializada nesses mesmos assuntos, chegando a acusar os jornalistas de “superficialidade ou de conluio com interesses comerciais envolvidos na promoção de ‘descobertas científicas’ (Serrano, 2006, p. 75). Sobre os erros do português (Figura 1), Estrela Serrano, antiga Provedora do *Diário de Notícias*, justifica-os com, por exemplo, o desaparecimento da figura do revisor, que levou a um aumento das gralhas e dos erros. Também as tecnologias digitais e o imediatismo levam a que haja um maior número de lapsos. De acordo com esta autora, raramente lhe chegaram reparos sobre notícias de desporto,

seja porque os leitores que se interessam por essas notícias possuem um menor grau de exigência ou uma atitude mais passiva face ao jornal, seja porque existe, eventualmente, um maior rigor na produção dessa informação (Serrano, 2006, p. 159).

---

<sup>6</sup> No dossier sobre transgénicos do *Diário de Notícias* de 7 de julho de 2002, o leitor Fausto Simões acusou a jornalista de “ilimitada fé na ciência” e de fazer “correr a ideia de que “ambientalistas e outros turbulentos actores estão a perturbar, em prejuízo de todos nós, o denodado trabalho dos cientistas e idealistas, na busca da verdade sobre os OGM’s [Organismos geneticamente modificados]” (Serrano, 2006, p. 75).

11 de Fevereiro de 2002

### Os saberes do jornalista

“Erros, erros e erros”, diz a leitora Margarida Pereira-Müller, a propósito da edição do DN do passado dia 27. “Não li exaustivamente (o jornal) como aliás nunca faço”, refere a leitora. “Leio somente as notícias que me interessam - e muitas vezes na diagonal. E mesmo assim, encontrei três erros”: «"centenas de milhares" - quando deveria estar "centenas de milhar"»; «"À margem da exposição" - quando deveria estar "À margem da exposição"»; «"a maioria das pessoas que fuma se encontram" - quando deveria estar "...a maioria das pessoas que fuma se encontra"». Pergunta, então, a leitora: “Não

11

---

seria uma boa ideia fazer pequenos cursos de reciclagem de Português aos jornalistas?” E acrescenta: “Os meios de comunicação têm uma grande responsabilidade na divulgação da utilização correcta da língua portuguesa. O DN, como jornal de referência, tem essa responsabilidade acrescida”. Lamenta, pois, “que se encontrem erros de Português constantemente no jornal”, especificando que não se trata de “gralhas”.

*Figura 1 - Crítica de uma leitora à Provedora Estrela Serrano<sup>7</sup>*

De acordo com Mário Mesquita, as opiniões do Provedor “são, naturalmente, discutíveis e controversas, mas creio que foram sempre lealmente argumentadas, com amplas citações e sínteses do ponto de vista dos leitores, jornalistas, editores e, em certos casos, do Conselho de Redacção”. Quando surgiam dúvidas, “elas nunca deixaram de ser enunciadas” (Mesquita, 1998, p. 38).

Neste sentido, os leitores nem sempre terão razão nas suas reclamações, nem sempre terá razão o jornalista que escreveu a peça e, nem sempre terá razão o Provedor “que não adquiriu nenhum dom de infabilidade pelo facto de assumir este cargo”. Segundo Joaquim Fidalgo, ex-Provedor do Leitor do *Público*, esta figura “dará as suas opiniões,

---

<sup>7</sup> Mais exemplos de críticas que a ex-Provedora do *Diário de Notícias* nos anexos

fará os seus juízos, fundamentará os seus pareceres, mas sabendo que serão também subjetivos e discutíveis”. Contudo,

procurará fazê-lo sempre com independência, com imparcialidade, com seriedade, guiando-se pelo único propósito que importa e que nos une a todos: o de contribuir para fazer do *Público* um jornal cada dia melhor (Fidalgo, 2004, p. 16).

Este mesmo autor, durante dois anos, realizou um estudo de opinião<sup>8</sup> juntos de jornalistas com o objetivo de perceber de que forma estes profissionais encaram a partilha do seu espaço com um novo cargo, cuja função é a de “vigiar” a sua atividade. A este inquérito responderam 250 jornalistas dos três jornais diários portugueses (*Público*, *Diário de Notícias* e *Jornal de Notícias*) e 98% dos resultados indicaram a concordância com a existência desta figura no seu jornal, “e um número próximo (94%) defende a existência de Provedores na generalidade da imprensa portuguesa”. Relativamente à presença deste cargo nas televisões, dos inquiridos que se manifestaram “a favor”, a percentagem desce para os 90%. Nos comentários feitos sobre este aspeto, alguns responderam dizendo que “Provedores na TV seriam ainda mais necessários do que na imprensa” (Fidalgo, 2001, p. 13).

Segundo Fidalgo, o facto de os inquiridos concordarem com a presença de um *ombudsman* no seu meio de comunicação, não significa necessariamente que concordem também com a sua atuação. Nesse sentido, 76% respondeu que lê com frequência as recomendações publicadas. Deste número, apenas 22% “normalmente concordam” com as apreciações feitas pelo Provedor do Leitor, 38% concorda muitas vezes e 32% assumiram que “umas vezes concordam, outras vezes não”. Apenas 3% dos jornalistas disseram que “muitas vezes não concordam” com as apreciações e 2% “quase nunca concordam” (Fidalgo 2001, p. 13).

---

<sup>8</sup> O Estudo focou-se na função interna do Provedor, ou seja, na sua articulação com os jornalistas e o modo como estes encaram esta figura.

Neste mesmo estudo, os inquiridos responderam que 27% das vezes o Provedor do Leitor acabou por dar razão ao jornalista, 16% ao leitor e 39% a ambas as partes, havendo, ainda, 14% que responderam ter já havido “situações muito diversas”. Sobre estas mesmas situações Joaquim Fidalgo quis ir mais longe e tentar perceber se os jornalistas acharam correto o julgamento feito pelo *ombudsman*. 67% dos inquiridos acharam “correto”, 26% “discutível, no mínimo”, 3% “incorreto” e 4% preferiu não responder à questão (Fidalgo, 2001, p. 15). Nenhum jornalista, esteja em que posição hierárquica da redação estiver, gosta de ver questionadas as suas decisões,

quer se trate de uma primeira página – lugar de excelência da afirmação do ‘poder’ editorial – quer de um título, de uma imagem ou de um enquadramento de peças publicadas no interior do jornal (Serrano, 2006, p. 210).

Mário Mesquita definiu sete níveis de atuação do Provedor dos Leitores. O estudioso das Ciências da Comunicação diz que este cargo tem uma função crítica e simbólica, “na medida em que “discute o jornal nas suas próprias páginas, prolongando no espaço público o debate sobre editoriais” que de outra forma não sairiam das redações; uma função mediadora, uma vez que estabelece uma ponte com as audiências; uma função corretiva que “promove a rectificação de matérias tratadas de forma inverídica, inexata e incompleta, mobilizando, se necessário, a opinião de peritos”; uma função persuasiva que se traduz em recomendações às hierarquias dos meios de comunicação para que adotem medidas destinadas a “reparar actos lesivos dos direitos das audiências”; uma função pedagógica, ou seja, explica ao público “os mecanismos de produção jornalística”; uma função dissuasiva “que pode influenciar alguns comportamentos dos editores e jornalistas”; e, por fim, uma função cívica “que pode promover o debate dos temas políticos, económicos e sociais”. (Mesquita, 1998, pp. 16 e 17).

Tomàs Delclós, *Defensor Del Lector* do jornal *El País* entre 2012 e 2014, numa entrevista realizada por Tiago Amado, afirmou que “o jornalismo online vai mudar o papel do Provedor, pelo menos, na sua função principal como mediador entre o jornal e os leitores (Delclós *cit in* Amado, 2017, p. 52). Isto porque com as redes sociais cada vez mais em voga, cresceu a possibilidade das pessoas se lançarem elas próprias no espaço público, de

forma autónoma e livre. Desta forma, o ex Provedor do jornal espanhol constata que os princípios básicos do jornalismo devem-se manter, sendo que o jornalista deve combater as falsas informações. Embora, “a internet permita a existência de uma maior democracia, em que a voz e a opinião de cada cidadão está mais perto de ser ouvida, o jornalismo vai sempre precisar de mediação (Delclós *cit in* Amado, 2017, p. 52).

Tomàs Delclós é da opinião que tal como acontece no meio impresso, no *online* “deve reconhecer-se publicamente o erro e fazer uma boa correção tal como sucede na edição impressa” (Delclós *cit in* Amado, 2017, p. 54). O que sucede com o *online* é que o próprio jornalista faz a correção antes de avisar o leitor, ou seja, as notícias colocadas no site do meio de comunicação social estão em constante atualização e quando, porventura, aparece algum erro e alguém dá conta, o jornalista que escreveu o artigo em causa vai logo alterar essa mesma gralha. Por outro lado, quando são lidas num jornal, apesar de já terem sido revistas, quando aparece um erro e se dá conta, na publicação seguinte é que se faz a chamada “errata”.

Milagros Pérez, também antigo *Defensor Del Lector* do *El País*, confessou que o futuro é difícil de prever, uma vez que o modelo do jornalismo impresso está a viver uma crise, mas também o digital vem trazer mudanças, como novos públicos e novos conteúdos.

Desta forma, Estrela Serrano, antiga Provedora do jornal português, *Diário de Notícias*, entre 2001 e 2004, numa entrevista realizada por Tiago Amado, revelou que nos dias de hoje

o Provedor tem uma tarefa mais complicada, mais desafiante devido à pulverização da informação sobre um campo desregulado como sejam as redes sociais e a internet em geral. Não se trata de vantagem ou desvantagem dado que é impossível e indesejável parar a evolução tecnológica pelo que cabe ao Provedor e à empresa definirem em conjunto o enquadramento em que a sua ação se exerce (Serrano *cit in* Amado, 2017, p. 54).

A mesma Provedora revela que uma grande maioria das mensagens que recebia, enquanto esteve em funções, diziam respeito ao *Diário de Notícias* online, “focando aspectos que os leitores gostariam de ver melhorados, ou formulando críticas (Serrano, 2006, p. 184).

José Queirós, também antigo Provedor português, do jornal *Público*, revela que o jornalismo online deve ter esta figura em exclusivo, o Provedor deve explorar estes novos desenvolvimentos do mundo jornalístico. Joaquim Fidalgo partilha da mesma opinião, dizendo, numa entrevista realizada por Tiago Amado, que “não faz muito sentido para o universo do on-line, ou sequer um Provedor do cibernauta”. O leitor é só um e, hoje em dia, faz parte “comentar e discutir assuntos do jornalismo na Internet” (Fidalgo *cit in* Amado, 2017, p. 57). Sobre este assunto, o atual Provedor do Leitor do *Público*, José Barata-Feyo afirma que a

evolução dos meios tecnológicos criou uma pressão brutal sobre o jornalista, no sentido em que aquilo que outrora era indispensável (...) foi hoje substituído por uma espécie de torneira que deve debitar uma água teoricamente limpa e límpida 24 horas por dia. Acontece que na maioria dos casos – por falta de tempo, de cuidado, e de respeito pelas regras que regem a produção – a torneira, em vez de debitar água limpa, deita água profundamente suja ou imprópria para consumo (Barata-Feyo *cit in* Martins, *Público*, 2020).

Neste sentido, o Provedor deverá adaptar-se a todas estas mudanças que vão surgindo e à velocidade com que a informação circula atualmente, nomeadamente nos meios digitais.

### III – Os Provedores dos Leitores: alguns exemplos da imprensa portuguesa e espanhola

#### 1. Os Provedores dos Leitores em Portugal

Em Portugal, o aparecimento desta figura surge num jornal desportivo, o *Record*, em 1992, com David Borges<sup>9</sup> a assumir as funções. Consolidar as mudanças que foram sendo introduzidas que permitiram “encurtar a distância que o separava do seu principal concorrente – o jornal *A Bola*” (Mata, 2002, p. 50) foi o principal objetivo do *Record* em instituir esta figura do *ombudsman*. Contudo, a experiência não correu da melhor forma, acabando David Borges por terminar o seu mandato no final dos primeiros seis meses de atividade. Em causa esteve o desencadeamento de uma polémica com a direção do próprio jornal, na sua coluna.

O caso inicia-se com a utilização de informações não contrastadas, por parte de um repórter do *Record*, obtidas a partir das reações de alguns dirigentes do S. L. Benfica a uma análise efectuada por um jornalista d’*A Bola*. Este insurge-se contra o comportamento do seu colega do *Record* e o provedor dá-lhe razão: «Em conclusão, o jornalista João Cartaxana expôs demasiado e quebrou regras deontológicas importantes: o jornalista Rui Santos tem razão para acusar o colega de *Record*; e Jesualdo Ferreira, se não foi ele o informador de Rui Santos e aqui temos de aceitar o desmentido do jornalista de *A Bola*, tem fortes razões para se sentir atingido, não tanto pelos dirigentes não identificados, mas pelo jornalista João Cartaxana que nem sequer o ouviu para registar a reacção do treinador a uma acusação que põe em causa a sua figura como elemento de um vasto grupo de trabalho e de um mais restrito» (Mata, 2002, pp. 51-52)

Este caso é abordado da coluna do Provedor e, no mesmo dia, a direção do jornal *Record* publica, na mesma página, uma pequena nota onde está feita uma análise da ação do Provedor até esse momento. Em 1997, David Borges foi, então, substituído pelo jornalista Luís Sobral.

---

<sup>9</sup> Jornalista profissional, diretor da rádio *TSF* e comentarista no jornal *Record*.

David Borges, nas suas colunas enquanto Provedor do Leitor, faz “reflexões específicas sobre o futebol português, mais do que do questionamento da actuação do jornal, ou dos media em geral”. Já nas colunas de Francisco Sobral vê-se uma “preocupação de desconstruir o discurso de uma imprensa com características tão particulares como é o caso da imprensa desportiva” (Mata, 2002, p. 53).

Anos mais tarde, em 1997, é que o Provedor do Leitor começa a surgir nos jornais generalistas de âmbito nacional, como é o caso do *Diário de Notícias*, com Mário Mesquita, antigo diretor do jornal e um reconhecido professor na área do jornalismo, a assumir funções. Seguiu-se o *Público* ainda no mesmo ano, com Jorge Wemans, um dos fundadores do jornal. Três anos depois, o *Jornal de Notícias* teria também esta figura no seu meio de comunicação, com Fernando Martins a assumir o cargo em janeiro de 2001, terminando as suas funções de Provedor em setembro de 2003. Manuel Pinto foi o *ombudsman* que se seguiu no *JN*. Em 2004 o diário digital *Setúbal na rede*<sup>10</sup> também chegou a implementar esta figura.

No caso do jornal *Público*, Jorge Wemans terminou funções em março de 1998, seguindo-se Joaquim Fidalgo, que iniciou o cargo em 1999. O seu trabalho como Provedor do Leitor cessou a 30 de setembro de 2001. Joaquim Furtado foi o substituto que assumiu as funções durante o ano de 2004. O *Público* demorou um ano para voltar a ter esta figura, pelo que só em 2006 voltaria a contar com o Provedor do Leitor. Foi a vez de Rui Araújo assumir o cargo, que exerceu até ao final de 2007. No ano seguinte, sucedeu-lhe Joaquim Vieira, terminando a sua ligação em 2009. Em 2010, coube a José Queirós assumir o cargo,

isto depois de Maria Antónia Palla ter estado nas cogitações do jornal para ser Provedora, mas a desconfiança e o desconforto do Conselho da Redação por esta ser muito próxima, politicamente, do PS, fez com que tal não se concretizasse (Amado, 2017, p. 49).

---

<sup>10</sup> O *Setúbal Mais* é um jornal quinzenal de informação regional, abrangendo todo o distrito de Setúbal, incluindo o Litoral Alentejano.

Depois, seguiu-se José Manuel Paquete de Oliveira como Provedor, em 2013, e assumiu o cargo até maio de 2016. Desde essa altura até ao ano de 2020 deixou de existir esta figura. Atualmente é José Barata-Feyo que está em funções como o Provedor do Leitor do jornal *Público*. No dia 14 de novembro de 2020, este diário português voltou a ter a figura do *ombudsman* nas suas páginas, pondo fim a um intervalo de mais de quatro anos sem Provedor do Leitor.

No ano de 2020 é lançada uma notícia sobre o regresso do novo Provedor ao jornal de referência *Público*. Rúben Martins, autor dessa mesma notícia, escrevia que “José Manuel Barata-Feyo é daqueles que a história de vida passa por várias moradas, mas sempre o mesmo destino: fazer jornalismo (...) um jornalista de toda a vida” (Martins, *Público*, 2020). Barata-Feyo pretende que a figura do *ombudsman*

seja um traço de união e uma câmara de eco entre os leitores e o jornal e que possa contribuir para que o *Público* reforce os seus princípios editoriais. E que o leitor consiga encontrar, quando questiona o jornal, uma resposta fundamentada nesses mesmos princípios (Barata-Feyo *cit in* Martins, 2020).

## Credibilidade

### Coluna do provedor



José Manuel Barata-Feyo

Da pós-verdade cada vez mais em voga na política às “notícias falsas” que Trump popularizou, da evolução dos meios tecnológicos de transmissão da notícia à importância que os *media* atribuem ao que diz “um filho da puta analfabeto” (parafraseando Perez-Reverte, ao PÚBLICO), muito caberia escrever sobre o momento que vive a imprensa. Deixando para depois temas da actualidade, limito-me, hoje, ao que considero ser a raiz e o cerne do maior desafio que enfrentam os *media*: a credibilidade da informação que transmitem

Jornalista e leitor de jornais há meio século, tenho um pé em cada um dos dois campos. Como leitor, esqueço muitas vezes o que o jornal me traz de bom para ver apenas o que nele me irrita: a gralha, o erro de ortografia, o título mal feito, a fotografia sem legenda, a escrita tendenciosa, a não confirmação da notícia junto de uma segunda fonte, a ausência do contraditório, as informações incompletas, a mistura dos factos com a opinião...

Como jornalista (que também errou), com algumas décadas passadas em redacções onde furiosamente se construía o efêmero, sei muito bem o que está por detrás de muitas destas falhas: o tempo que aperta, a pressão do “fecho”, o medo de passar ao lado da notícia, a sobrançeria, a fonte de confiança que nos manipula, os contratos de trabalho precários (que deixam o jornalista à mercê de critérios de rentabilidade), o dia particularmente complicado lá em casa, o cansaço, o humano cansaço... Pode haver superleitores; não há superjornalistas.

Tudo é então desculpável? Claro que não. O jornalismo não é uma ciência exacta, mas nem tudo o que pode ser explicado pode ser inocentado. Há limites para os erros que os jornalistas cometem quando violam as fronteiras que o código de deontologia e o estatuto editorial do *medium* onde trabalham impõem a todos, sem excepção. Porque cada falha grave do jornalista belisca a consciência cívica individual e reforça outro tanto a inconsciência e a ignorância colectivas.

A polémica em torno da falta de credibilidade da imprensa não é nova. Ela era marginal, salvo nas guerras, quando pressionada pela propaganda. Outro tanto não acontece desde que os militares e a Administração dos EUA culpavam a imprensa pelo desfecho da guerra do Vietname. “Never again!” Como evitar que o problema se repitese em guerras futuras? Excluída que estava a possibilidade de instituir a censura, a solução encontrada foi lançar o descrédito sobre os *media* [1]. Considerado responsável pela oposição da opinião pública à continuação da guerra, era preciso que o apresentador do telejornal da CBS, Walter Cronkite, símbolo do jornalismo honesto e a personalidade mais credível dos Estados Unidos, segundo as sondagens nacionais, deixasse de o ser.

A operação foi desencadeada em duas frentes. A primeira consistiu em impedir os jornalistas de aceder às informações classificadas como secretas, por muito que elas fossem de interesse público. A invasão da ilha de Grenada pelas forças armadas estado-unidenses, em 1983, serviu de ensaio geral à futura regra do *blackout* informativo. Os militares impediram os jornalistas de aceder à ilha. Com uma consequência imediata: “Quando são impedidos de ‘cobrir’ uma guerra, os jornalistas acabam por imaginá-la”, alertou na altura Charles Vanhecke, do *Le Monde*, um dos quinhentos jornalistas que esperavam na vizinha ilha dos Barbados por uma autorização de entrada em Grenada [2]. A armadilha estava a funcionar, com a imprensa a cair na tentação



**A cobertura da guerra do Golfo banalizou o que classifico como ‘jornalismo aproximativo’ e o seu corolário, a informação de superfície**

de inventar, actuando ela mesma como agente manipulador da informação.

A segunda frente, que apostava em resultados mais imediatos, passou por apresentar o jornalista, em duas grandes produções cinematográficas, como uma personagem execrável, sem princípios nem respeito pela vida humana, pronto a tudo sacrificar para obter um *scoop*. *Assalto ao Arranha-Céus* e *Assalto ao Aeroporto*, comercializados, respectivamente, em 1988 e 1990, colocam frente a frente um polícia “bom” (Bruce Willis) e um jornalista “mau”. A personagem do jornalista é de tal modo abjecta que o espectador partilha com entusiasmo o murro que o herói lhe dá no final do filme.

Ao ensaio geral de Grenada seguiu-se a segunda guerra do Golfo, onde a batalha que agora nos importa foi travada entre os estados-maiores e os jornalistas. Apostando na evolução tecnológica dos meios de transmissão da imagem, as televisões tinham prometido uma “guerra em directo”. Para garantir a qualidade desse “jornalismo-espectáculo”, o relato foi entregue aos apresentadores dos telejornais, para o efeito promovidos a repórteres. Na verdade, a única coisa que as opiniões públicas tiveram em directo foi a cara desses jornalistas, que nada tinham para mostrar de uma realidade a que não podiam aceder. A armadilha fechava-se sobre o jornalismo. Em vez de afirmar “Não posso informar porque não me deixam aceder à informação”, os *pivots* (mas não só) caíram na armadilha e

começaram a inventar. “Alguns no deserto...”

A imprensa ainda tentou salvar a honra do convento. Num célebre editorial, o *New York Times* resumiu brilhantemente a situação – militares cem, jornalistas zero. Mas a influência e o poder da imprensa já tinham sido ultrapassados pelos das televisões. Sem fazer a distinção entre os *media* honestos e os que não o tinham sido, as opiniões públicas arrumaram a maioria deles no saco da pouca credibilidade. Do mesmo passo, o poder político aproveitou (e continua a aproveitar) esse descrédito para gerir em benefício próprio a comunicação com o cidadão, no dia-a-dia.

Estava criado um abismo para onde muitos *media* se iriam precipitar e aberta uma nova era na longa história do jornalismo. É aquela em que vivemos. A cobertura da guerra do Golfo banalizou o que classifico como “jornalismo aproximativo” e o seu corolário, a informação de superfície. Desde então, eles imperam no conjunto dos *media* mais populares, com destaque para as televisões comerciais de informação em contínuo e os jornais tabloídes, aumentando progressivamente a distância que separa o cidadão da informação transmitida pelos *media*. Agora já não se inventa só nas guerras; inventa-se no quotidiano da paz. A imprecisão tornou-se o novo normal, caracterizado por uma corrida insensata e aberrante para transmitir a “notícia” em exclusivo – ainda que não haja notícia.

O jornalismo honesto é então uma causa perdida? Não, três vezes não. Em todos os regimes democráticos há jornais e jornalistas que continuam a lutar para manter viva a credibilidade dos *media* e a relação de confiança com as opiniões públicas, resistindo às sereias da especulação, da falta de rigor, do facilismo. É um desafio que os fundadores, os jornalistas, os leitores e os ex-provedores do PÚBLICO nunca recusaram até hoje – nem creio que venham a recusar no futuro.

*O convite que me foi endereçado pelo director Manuel Carvalho, para ser o provedor do Leitor do PÚBLICO, muito me honra. É uma função que exercerei, à semelhança dos anteriores provedores, no respeito dos textos que regem o jornalismo e a vida do jornal, e recorrendo ao melhor da minha experiência. Sem fundamentalismos e com bom senso, tudo farei para não frustrar as expectativas dos leitores nem defraudar a confiança que o jornal em mim deposita.*

[1] Baseando-se em documentos a que teve acesso, Chantal de Rutler, no *Nouvel Observateur*, defende que o estudo de uma solução alternativa à censura foi realizado pela Fundação Rockefeller.

[2] Na altura foi impossível obter, em tempo útil, um visto de entrada em Grenada para um jornalista da *Grande Reportagem*, da RTP1.

provedor@publico.pt

Figura 1 - Primeira Coluna do Provedor do Leitor Barata-Feyo

No caso do *Diário de Notícias*, como já foi referido, Mário Mesquita foi o primeiro a assumir as funções de provedoria do jornal de referência português. Diogo Pires Aurélio foi o nome que se seguiu, e foi Provedor do Leitor entre março de 1998 e 2001. Depois

foi a vez de Estrela Serrano, exercendo o cargo entre abril de 2001 e março de 2004. José Carlos Abrantes e Mário Bettencourt Resendes foram os Provedores que se seguiram. Desde 2010 até 2012 que o *Diário de Notícias* ficou sem Provedor. Mário Bettencourt Resendes foi um dos últimos Provedores, seguindo-se Oscar Mascarenhas. Num artigo<sup>11</sup> publicado a 04 de janeiro de 2012, o *Diário de Notícias* dá conta desta substituição.

Depois da morte do Mário, que foi uma pessoa muito marcante no *DN*, achei que não deveria substituí-lo imediatamente. Deveria haver um período de transição suficientemente longo, à medida da sua importância", frisou o diretor do DN, João Marcelino. (*Diário de Notícias*, 2012)

No início dos anos 90, o Sindicato dos Jornalistas propôs a criação desta figura nas empresas jornalísticas, através de João Mesquita (presidente de então), que defendeu “a oportunidade de os jornais criarem a figura do Provedor de informação – entidade que tem por missão salvaguardar os direitos dos leitores” (Mesquita *cit in* Mesquita, 1998, p. 11).

Quando esta figura apareceu nos jornais portugueses ainda não existia uma designação específica. Inicialmente foram descartadas as hipóteses “*ombudsman*” e “mediador”. A primeira, porque traduzindo para português ficaria “ouvidor”, e a segunda temia-se que os leitores portugueses não se adaptassem ao termo. A designação “representante dos leitores” foi também recusada, uma vez que seria “inexata, porque se trata de alguém nomeado pela empresa jornalística, sem possuir qualquer mandato que permitia falar em representação”. O termo decorrente do espanhol, “defensor do leitor” também não foi aceite, porque “para além de demasiado bélica, afigura-se inadequada”. Foi assim que optou por utilizar a opção “Provedor” (Mesquita *cit in* Ferro, 2016, p. 87).

---

<sup>11</sup> <https://www.dn.pt/tv-e-media/media/provedor-do-leitor-do-dn-inicia-funcoes-no-sabado-2219777.html>

Joaquim Fidalgo diz que o simples facto de o Provedor do Leitor ter diferentes designações em diferentes países (o original *ombudsman*, o *médiateur* em França, o *reader's representative* na América, o *defensor del lector* em Espanha, o *Provedor do Leitor* em Portugal) já é por si só indicativo do papel desta figura é atribuído, ou de como são diversas as expectativas do cargo.

De acordo com o Estatuto do Provedor dos Leitores do *Diário de Notícias*, a missão do *ombudsman* consiste em

examinar as reclamações, dúvidas e sugestões respeitantes ao conteúdo jornalístico (...), que sejam formuladas por escrito pelos leitores; proceder à crítica regular do jornal, com base nas regras éticas e deontológicas do jornalismo e analisar e criticar aspectos do funcionamento e do discurso dos media que se possam repercutir nas relações com os respectivos destinatários (Mesquita, 1998, p.10).

José Queirós, numa entrevista realizada por Tiago Amado, salientou que um dos principais princípios que um Provedor deve seguir é o de se reger em total concordância com o estatuto do Provedor do Leitor do jornal. O antigo *ombudsman* do *Público* lembra ainda que “a acção de um Provedor do leitor não esgota, longe disso”. Para isso, os concelhos de redacção de um órgão de comunicação social devem manter-se ativos, e que “que garantam um acompanhamento crítico interno das decisões editoriais” (Queirós cit in Amado, 2017, p. 51). Para além de tudo isto, segundo Rui Zink, não é só Provedor dos Leitores, é também ser Provedor da leitura, “na medida em que procede, por iniciativa própria, à análise do jornal” (Mesquita, 1998, p.10).

Rui Araújo, ex-Provedor do jornal *Público* de 01 de Janeiro de 2006 a 25 de Novembro de 2007 refere, que durante o seu mandato procurou “suscitar uma linha de esclarecimento e de diálogo permanente entre leitores e jornalistas, fazer do jornal uma obra aberta e interactiva, entre quem o escreve e quem o lê” (Araújo cit in Silva, 2014, p. 158). Estrela Serrano seguiu este mote. A ex-Provedora sempre optou por não esperar a intervenção dos leitores para abordar questões referentes à prática do jornalismo. Mais de

um terço das suas colunas não foram suscitadas por questões levantadas pelos leitores, mas sim por observações feitas de modo independente. Noutras ocasiões, o que leitor dizia era apenas o início para que o assunto deflagrasse de forma mais ampla no seu espaço de reflexão no jornal, como a própria Estrela Serrano revelou numa entrevista realizada por Marcus Minuzzi, “porque, como investigadora me interessa por saber não apenas os casos, mas também as problemáticas, por que é que as notícias são como são, no fundo. E eu também muito levada a tentar essa fala pedagógica de explicar o que é o jornalismo” (Serrano *cit in* Minuzzi, 2007, p. 226).

Ainda de acordo com esta antiga Provedora do Leitor, um dos aspetos que mais estimulava as suas funções era a “possibilidade de conhecer anseios e expectativas dos leitores sobre os media, em geral, e sobre o seu jornal em particular”. A sua audiência nem sempre escrevia sobre o jornal *Diário de Notícias*, nem sempre faziam queixas relacionadas com o conteúdo noticioso.

Todavia, as mensagens recebidas revelam-se sempre muito ricas, constituindo uma valiosa contribuição para um melhor entendimento da relação do jornal com os seus destinatários (Serrano, 2006, p. 23).

Estrela Serrano revela que os leitores do *Diário de Notícias* procuram no jornal informação sobre o País e o mundo, “em especial matérias que, pela sua importância e alcance, interferem directamente no seu quotidiano” e, ainda, “informações de carácter utilitário, como as cotações da bolsa, as farmácias de serviço, os programas de televisão, os filmes em exibição, ou as páginas de anúncios ‘classificados’” (Serrano, 2006, p. 82). Alguns dos leitores chegaram a sugerir temas que gostariam de ver tratados no *Diário de Notícias*. “Esses leitores não propõem que o jornal retire da agenda nenhum tema em especial, mas, apenas, que acrescente alguns novos assuntos” (Serrano, 2006, p. 185).

Mário Mesquita, o primeiro Provedor do *Diário de Notícias*, revelou que os leitores que se dirigiam a esta figura não tinham motivos propriamente ligados a uma melhoria do próprio meio de comunicação, mas sim um interesse direto no contacto. Antes de desempenhar esta função, Mário Mesquita foi durante dez anos diretor (oito) e diretor-

adjunto (dois anos) do *Diário de Notícias* e, entre 1992 e 1997 manteve uma coluna semanal na página de opinião. Na altura, Mário Bettencourt Resende, diretor do jornal, convidou Mário Mesquita para assumir o lugar do Provedor do Leitor, e explicou que a “dificuldade que o desempenho de tal tarefa envolveria para alguém tão ligado ao jornal”, contudo, a sua ligação ao jornal “constituiria uma vantagem. Pelo menos em teoria, seria mais fácil a aceitação do *ombudsman* pelos jornalistas por se tratar de um antigo director” (Mesquita, 1998, p.12).

O mesmo estudioso revela que durante um ano detetou várias reclamações, que eram na maioria das vezes,

em causa própria por terem sido objecto (eles próprios ou as instituições a que estavam ligados) de tratamento jornalístico que julgaram incorreto, no plano de rigor e exactidão, ou porque o jornal não concedeu espaço a temas que consideravam merecedores de atenção (Mesquita, 1998, p. 34).

Mário Mesquita revela, também, que foram raras as vezes que os leitores criticavam o jornal enquanto cidadãos. Já para Estrela Serrano, a maioria das mensagens recebidas incidiram sobre temas do quotidiano.

A direção do jornal de referência português, *Diário de Notícias*, entendeu que alguns profissionais se sentiram “injustamente atingidos pelo Provedor” e também o Conselho de Redação do mesmo meio de comunicação considerou que “por inúmeras vezes, o Provedor dos leitores foi incómodo e produziu alguns comentários de alcance menos consensual” (Mesquita, 1998, p. 40).

Este diário português conta com uma rubrica chamada “Meu caro DN”, dedicada às cartas dos leitores. Segundo a antiga Provedora, Estrela Serrano, esta rubrica representa grande parte das queixas que recebeu. Segundo a autora,

“essa correspondência mostra que existe, da parte dos leitores, um grande interesse em participarem no seu jornal, quer através de contributos para a

discussão de temas específicos, quer através de críticas e sugestões para melhoria do jornal” (Serrano, 2006, p. 187).

### **a. Os Provedores do Ouvinte e do Telespectador**

A figura do *ombudsman* da imprensa estendeu-se também aos meios audiovisuais de natureza pública como a televisão e a rádio. Quando foi criado este cargo nestes meios, o Provedor já exercia funções “com regularidade na imprensa portuguesa há quase dez anos” (Oliveira, 2017, p. 164).

Quando se fala da figura do Provedor na rádio ou televisão, tem de se ter em conta a especificidade do seu trabalho, ou seja, “porque la televisión (así como la radio) no se hace solamente de periodismo” (Oliveira, 2005, p. 6). Segundo Jorge Wemans, ex-Provedor do Leitor do jornal *Público* e do Telespectador da *RTP*, afirma que “os ouvintes e telespectadores reagem mais à programação do que à informação” (Wemans, 1999, p. 24).

Com o objetivo de aproximar o público e os órgãos do serviço público de rádio e televisão, em 2006 surgiram os Provedores do Ouvinte e do Telespectador da *Rádio e Televisão de Portugal*. Através da Lei nº 2/2006, de 14 de fevereiro, foram designados para os cargos José Nuno Martins como Provedor do Ouvinte e José Manuel Paquete de Oliveira como Provedor do Telespectador. A lei diz que esta figura deve

representar e defender as perspetivas dos Ouvintes e dos Telespectadores diante da oferta radiofónica e televisiva (...) acentuar a fiabilidade do Serviço Público prestado pelas Estações de Rádio e Televisão da RTP (...), bem como promover a credibilidade de todos os seus profissionais (...), estimular o cumprimento da ética profissional e dos códigos deontológicos (...) fomentar os índices de receptividade dos diversos agentes das estruturas que participam na produção de conteúdos (...) contribuir para um cultura de autocrítica e de prevenção de eventuais atitudes corporativas no interior das Empresas, mas também por parte dos cidadãos a quem representam (Lei nº2/2006).

José Nuno Martins desempenhou o cargo de Provedor do Ouvinte entre setembro de 2006 e abril de 2008, sendo substituído por Adelino Gomes que começou a exercer funções em agosto de 2008, mantendo-se no cargo até julho de 2010. Mário Figueiredo foi o próximo

Provedor do Ouvinte, mantendo funções até junho de 2012. A partir de setembro deste mesmo ano, foi a vez de Paula Cordeiro assumir-se como Provedora do Ouvinte. Desde fevereiro de 2017 até março deste ano 2021 foi João Paulo Guerra que esteve à frente da função. Atualmente ninguém assume o cargo de Provedor do Ouvinte.

Os ouvintes e os telespectadores podem fazer as suas críticas, reclamações ou sugestões através de uma página na Internet. Depois, o Provedor do Ouvinte conta com um programa semanal difundido em todas as estações da RDP, Antena 1, Antena 2, Antena 3, RDP Madeira, RDP Açores, RDP África e RDP Internacional, em que apresenta as suas opiniões e considerações em relação às mensagens recebidas, bem como outros temas que ache por bem difundir. Nesta mesma página na Internet<sup>12</sup> estão também disponíveis todos os programas, as emissões em *podcast* dos dois Provedores, a legislação referente ao Provedor, alguns pareceres importantes, uma apresentação da figura do Provedor, estatutos e propósitos e os relatórios de atividade de todos os Provedores.

Em relação ao Provedor do Telespectador, foi José Manuel Paquete o primeiro a desempenhar funções, entre setembro de 2006 e abril de 2010. Seguiu-se José Carlos Abrantes, antigo Provedor do Leitor do *Diário de Notícias* (entre abril de 2004 e julho de 2007), que desempenhou o cargo de Provedor do Telespectador entre maio de 2011 e abril de 2013. Desde este ano foi a vez de Jaime Fernandes. Jorge Wemans, último Provedor do Telespectador; terminou o seu mandato em 31 de dezembro de 2020 e desde essa data até ao presente mais ninguém assume as funções como Provedor do Telespectador.

José Alberto Lemos foi o nome proposto, em novembro de 2020, pela administração da *RTP* para suceder a Jorge Wemans, contudo foi chumbado pelo conselho de opinião da própria estação televisiva. Na votação participaram apenas 23 dos 32 membros do órgão de comunicação. José Alberto Lemos foi um dos fundadores do jornal *Público* e ocupou diversos cargos, como as funções de diretor da *RTPN* e da redação da *SIC* no Porto, comentador da *RTP* e correspondente da *Rádio Renascença* nos Estados Unidos. O

---

<sup>12</sup> <https://media.rtp.pt/empresa/provedores/provedor-do-ouvinte/>

jornalista propôs apresentar o programa *A Voz do Cidadão* a partir do Centro de Produção do Norte da *RTP*, o que nunca aconteceu. Segundo o responsável da estação pública até dezembro de 2020, afirma Gonçalo Reis,

José Alberto Lemos cumpre largamente todos os critérios definidos no Estatuto da *RTP* para ser Provedor: mérito profissional, credibilidade e integridade pessoal e experiência na área de comunicação nos últimos cinco anos. É um excelente jornalista, com experiência relevante em televisão, rádio e imprensa, em Portugal e no estrangeiro, na *RTP* e em outras instituições de referência (Reis *cit in* Nogueira, *Público*, 2021, p. 30)

Um dos argumentos para a não nomeação de José Alberto Lemos foi a sua “falta de esclarecimentos e posições claras sobre algumas das questões mais fracturantes e polémicas do papel da *RTP* na sociedade portuguesa actual”. O próprio candidato não entende o que serão “as questões polémicas”. “Ninguém me colocou uma questão sobre isso”, afirma, a não ser uma questão colocada pela *RTP* sobre a transmissão de touradas, à qual José respondeu que não deveriam ser transmitidas. Para além disto, é ainda acusado de expor “uma menor preocupação e insuficiente sentido crítico quanto à qualidade da programação actualmente apresentada aos telespectadores” e que “em momento algum se expressou no sentido de considerar muito relevantes o código de ética e conduta”. Em declarações ao jornal *Público*, o jornalista revela que fez questão de falar das diferenças do serviço público e do privado, acabando por “dizer bem da grelha da *RTP*”, contudo, na sua perspetiva “não há uma *RTP* de excelência, há muita coisa a corrigir” (Reis *cit in* Nogueira, *Público*, 2021, p. 30).

De acordo com o documento do Conselho de Opinião, houve por parte de José Alberto Lemos “a falta de uma reflexão e agenda próprias explícitas para os centros regionais dos Açores e da Madeira”, questão que segundo o jornalista não foi colocada na audição. Este conselho sustenta, também, que o candidato não levou numa proposta significativa para “dignificar, valorizar e dar visibilidade pública à figura e ao programa do Provedor” e menciona, ainda, duas fragilidades da intervenção de Lemos,

desconforto no tratamento de tópicos como as questões de género, a independência e os públicos jovens, a acomodação e o facto de não ter realçado a importância de implantar uma cultura de autocrítica na RTP (Reis cit in Nogueira, *Público*, 2021, p. 30).

Mais uma vez, o jornalista defende-se dizendo que “ninguém pôr uma situação concreta” e defendeu que o Provedor deve fomentar “uma cultura de autocrítica enquanto representante e defensor das perspetivas dos espectadores” RTP (Reis cit in Nogueira, *Público*, 2021, p. 30).

O Provedor do Telespectador dispõe de um programa semanal, transmitido na *RTP 1*, *RTP Madeira*, *RTP Açores*, *RDP Memória*, *RDP Internacional* e *RTP Mobile*, e de uma página de Internet<sup>13</sup>, através da qual os telespectadores podem contactar o Provedor. Neste espaço online estão disponíveis as emissões do programa *Voz do Cidadão*, a legislação referente a esta figura, uma apresentação do Provedor, os estatutos e propósitos, assim como os relatórios de atividades.

#### O programa *Voz do Cidadão*

reflete exatamente aquilo que se pretende que seja o Provedor. Uma plataforma que tem por base a participação ativa dos cidadãos, uma ideia confirmada pelo primeiro Provedor, Paquete de Oliveira. (Ferro, 2016, p. 89)

Paquete de Oliveira, primeiro Provedor do Telespectador, realizou 188 edições do programa *A Voz do Cidadão*, recusando desde o início, “o tom acusatório sobre os erros e os errantes”, fixando no programa uma vocação mais para “uma conciliação entre as divergências dos critérios de quem faz, diz, retrata e de quem vêm interpreta, sente” (Oliveira, 2010, p. 65). Neste sentido, Paquete de Oliveira foi menos crítico e mais um promotor da literacia sobre o jornalismo e dos *media*.

Este antigo Provedor identificava-se com a posição de “mediador entre quem faz o jornal e quem o lê”. Contudo, nunca assumiu com os jornalistas e os outros profissionais da

---

<sup>13</sup> <https://media.rtp.pt/empresa/provedores/provedor-do-telespetador-3/>

comunicação da *RTP* uma atitude autoritária. Paquete de Oliveira preferia “dar recados para dentro”, deixando-os “expressos nas reuniões e nos reparos internos (Oliveira, 2008, p. 13). No seu programa ouvia muito os especialistas, os académicos e os profissionais da área. Se no programa *A Voz do Cidadão* chamava estes entendidos, nas colunas no Provedor do Leitor do *Público*, Paquete de Oliveira recortava as respostas que obtinha dos jornalistas e dos editores.

Quase no final de dois mandatos como Provedor do Telespectador da *RTP*, Paquete de Oliveira explicou a um investigador brasileiro<sup>14</sup> que a audiência tinha ideia que o Provedor poderia mandar em tudo, “pode mandar suspender os programas, pode mandar calar os jornalistas, pode retirar coisas da grelha...” (Oliveira *cit in* Oliveira, 2017, p. 167). Desta forma, o ex-Provedor considerava que o público tinha duas imagens sobre o papel desta figura: por um lado, a ideia de que o “Provedor seria uma espécie de novo censor, que pode proibir; por outro, a de que o Provedor se confunde com o próprio diretor de programas ou o diretor de informação” (Oliveira, 2017, p. 167).

Jorge Wemans, o último Provedor do Telespectador da *RTP*, em declarações ao *Público*, jornal em que também assumiu o cargo, revelou que durante os quatro anos em que foi Provedor na estação pública fez mais de 150 programas sobre a programação da *RTP*, sobre os *media*, o jornalismo e muitos outros assuntos ligados a este tema. Convidou, também, centenas de peritos a darem a sua opinião sobre estes mesmos tópicos.

---

<sup>14</sup> Entrevista realizada em julho de 2010 e que nunca foi publicada.

## 2. Os Provedores dos Leitores em Espanha

A figura do Provedor do Leitor foi inaugurada na Europa pelo jornal *El País*<sup>15</sup>, em novembro de 1985 e partir dessa data existe esta figura até aos dias de hoje. A adoção da designação de *Defensor (del Lector, del Oyente e del Televidente/Telespectador)* nos países hispânicos, equivale, mais ou menos, ao advogado do leitor. O cargo foi criado com o objetivo de garantir os direitos dos leitores,

“atender às suas dúvidas, queixas e sugestões sobre os conteúdos do jornal, e verificar a adequação do tratamento informativo às regras éticas e profissionais do jornalismo que preconiza (Mata 2002, p. 66).

Ismael López Muñoz, antigo jornalista do *El País*, foi a primeira pessoa a assumir as funções de Provedor do Leitor do mesmo jornal espanhol. Seguiu-se De la Serna que, por duas vezes, foi *ombudsman* do diário. Primeiramente entre novembro de 1987 e maio de 1989 e, depois, entre 1991 e 1993. José Miguel Larraya foi o seu sucessor, ocupando o cargo, também, por duas vezes, uma entre 1989 e 1991 e outra entre 2006 e 2009.

Dando continuidade ao trabalho de De la Serna, Soledad Gallego-Díaz<sup>16</sup> foi quem assumiu as funções em 1993. Esta Provedora apenas esteve um ano no cargo, sendo substituída por Francisco Gor em 1996, que cumpriu dois anos de mandato como Provedor do Leitor. Camilo Val de Cantos exerceu o cargo entre 1999 até 2003. Neste mesmo ano foi a vez de Malén Aznárez ser nomeada para assumir as funções, lugar que ocupou até 2005. Neste mesmo ano, Sebastián Serrano foi o Provedor do Leitor do *El País*, cargo que ocupou pouco mais de um ano. Milagros Pérez Oliva ocupa o papel em 2009, sendo a terceira mulher a exercer o cargo de *ombudsman*. Foi Provedora até 2012, ano em que Tomàs Delclós entrou para assumir funções. Em 2014 foi substituído por Lola Galán, que ocupou o lugar até 2018. Atualmente é Carlos Yarnóz que é o Provedor do Leitor, com início do mandato em 13 de janeiro de 2019.

---

<sup>15</sup> <https://elpais.com/noticias/defensor-lector/>

<sup>16</sup> Atual diretora do diário espanhol *El País*.

É de referir que todos os *Defensores del Lectores* foram antigos jornalistas do diário *El País*. No Estatuto do jornal, pode ler-se que o Defensor del Lector é escolhido entre “jornalistas de reconhecido prestígio, credibilidade e solvência profissionais”

Esta figura esteve ainda implementada em mais três órgãos de comunicação social em Espanha, sendo eles o *La Vanguardia*, com Jiménez Roger a ser o primeiro *Defensor del Lector*, o *La Voz de Galicia* e o *El Correo Gallego*. Para além da imprensa, é importante referir que o serviço público em Espanha, a Rádio e Televisão Pública Espanhola (RTVE), em fevereiro de 2006, passou a ter o mesmo Provedor tanto para rádio como para televisão. Neste meio de comunicação, a figura do Provedor mantém-se ativa. Manuel Alonso Erausquin foi o escolhido para assumir funções, ex-jornalista da TVE. Atualmente é Ángel Nodal que está no cargo, também uma ex-jornalista da TVE. *La Vanguardia* criou o cargo de *Defensor del Lector* em 1993, segundo o modelo de estatuto do jornal *El País*, tendo sempre muitas semelhanças no modo de atuação. A *Antena 3*, em 1994, anunciou a criação da figura do *ombudsman* do telespectador, contudo ninguém chegou a assumir as funções.

Em cada programa intitulado *RTVE responde*<sup>17</sup>, “los responsables, directivos y profesionales de RTVE escucharán las opiniones de los ciudadanos y contestarán a sus quejas en plató”, pode ler-se no *website* do próprio programa.

Kenneth Morgan pronunciou-se contra o modelo adotado pelo *El País* no que diz respeito à nomeação de jornalistas do próprio jornal, a meio da carreira. Segundo o autor, quando se trata de alguém “vinculado à empresa e dela dependente para a sua promoção, não gozaria de autonomia suficiente para o bom exercício das funções”, (Morgan *cit in* Mesquita, 1998, p. 12).

---

<sup>17</sup> <https://www.rtve.es/play/videos/rtve-responde/>

Quer no Estatuto do *El País*, como no jornal *La Vanguardia* e, ainda como na Norma Reguladora de la RTVA “se habla de la independencia como de una característica fundamental para el desarrollo del trabajo de los defensores” (Llodra, 2015, p. 93).

Francisco Gor, *Defensor Del Lector* do jornal *El País*, considerou ser uma tarefa para o *ombudsman* ir além das queixas dos leitores, embora apenas a partir de reclamações concretas é que se pode avançar “para o desempenho de uma acção cívica mais alargada” (Gor *cit in* Mesquita, 1998, p. 269).

Este antigo Provedor revela que “los errores gramaticales que comete el diario son objeto de la crítica permanente y lógica de los lectores (Gor *cit in* Ludec, p. 6). Para além destas reclamações, o que mais provoca a reacção dos leitores do *El País* é a infração dos princípios do jornal, ou seja, a falsificação das fontes e a forma como se cede ao sensacionalismo.

Durante os primeiros 25 anos da existência desta figura no *El País* (1985 a 2010) publicaram-se 820 colunas, onde foram tratados cerca de 1.444 temas relacionados com as diferentes secções do jornal.

Segundo Marialuz Alvarez, o *El País* recebe em média 50 a 60 cartas semanalmente, e *La Vanguardia* apenas 16. Quanto às chamadas telefónicas, Soledad Gallego-Díaz, antiga Provedor do *El País*, revelou que um erro ortográfico provocava entre 15 a 20 chamadas nas três primeiras horas da manhã.

A autora Marialuz Alvarez explica que “um día sin faltas ortográficas, es normal recibir de seis a diez llamadas”. Quer as cartas, quer as chamadas dos leitores estão relacionados com diversos: desde

quejas por falta de ortografia, erratas, errores gramaticales, transcripción de nombres extranjeros (...) cartas de afectados por las informaciones; protestas ante informaciones com tendências sexistas o ante la forma de tratar temas

raciales, juveniles o de la mujer, y críticas ante informaciones sesgadas o incompletas, atentados contra el buen gusto en fotografía, ante esquelas de contenido indecuado y ante la ausencia de sensibilidad en momentos dramáticos (Alvarez, p. 9).

## **IV – Estudo de caso**

### **1. Explicação do Estudo de Caso e do método utilizado**

O estudo de caso para esta dissertação tem como objetivo tentar perceber as razões de em Portugal a figura do Provedor do Leitor ter deixado de existir durante bastante tempo e ter voltado recentemente, comparando com o caso espanhol do diário *El País*, em que desde a data da criação deste cargo no jornal nunca mais existir.

Nesse sentido, os resultados do estudo de caso basearam-se em entrevistas realizadas a antigos e atuais Provedores dos Leitores portugueses e espanhóis. Do lado de Portugal foram entrevistados Estrela Serrano e Joaquim Fidalgo, ex-Provedora do *Diário de Notícias* e ex-Provedor do *Público*, respetivamente, e José Barata-Feyo o atual Provedor do Leitor deste último diário. Do lado de Espanha, foi entrevistado Carlos Yarnóz, atual *Defensor del Lector* do *El País*.

Inicialmente estava, também, previsto entrevistar Jorge Wemans, Provedor do Telespectador, que como foi referido anteriormente no capítulo III, subcapítulo 2) a, cessou funções em dezembro de 2020. Por razões que nos são alheias não foi possível contactá-lo. Ainda foram tentados outros meios para obter o contacto, mas sem sucesso. As entrevistas foram realizadas via telefone e via *e-mail* devido à situação pandémica em que vivemos e, ainda, devido à distância com os entrevistados.

Esta terceira parte estará dividida em dois momentos. Num primeiro irão ser apresentados os resultados obtidos através da realização das entrevistas, mostrando a opinião dos vários Provedores e ex-Provedores inquiridos. No segundo momento irá ser feita uma breve conclusão desses mesmos resultados.

## 2. Apresentação dos resultados obtidos

Durante os últimos anos, a figura do Provedor do Leitor ou similar foi sendo eliminada em vários jornais importantes de todo o mundo, como por exemplo o *The New York Times*, *The Washington Post*, *Diário de Notícias* e *Público*, sendo que este último meio de comunicação voltou recentemente a adotar o *ombudsman*.

No total foram entrevistados dois ex-Provedores e dois atuais *ombudsman*. Todos os inquiridos responderam que as razões económicas foram o principal fator que levou ao desaparecimento desta figura nos diários portugueses. Os meios de comunicação, nomeadamente a imprensa, têm vivido momentos complicados e críticos a nível financeiro. Barata-Feyo, a 8 de maio de 2021, na sua coluna semanal no jornal *Público*<sup>18</sup> aborda este fator. Foi a partir dos anos 90 que estas dificuldades económicas se começaram a revelar, nomeadamente com o aparecimento dos canais por cabo, a imprensa tablóide e as plataformas e redes sociais mais recentemente.

Como consequência, verificou-se a diminuição das vendas dos jornais e a redução da publicidade paga que é determinada pelos ‘contactos’, ou seja, pelo número de pessoas/consumidores que ‘contacta’ com a notícia.<sup>19</sup>

Isto leva a que a própria empresa faça cortes, seja nas redações, seja naquelas funções que o meio de comunicação não ache tão importantes naquele momento. Apesar do Provedor não ter um trabalho a tempo inteiro, tem um ordenado também. Estrela Serrano comenta esta situação:

antes de começarem a despedir jornalistas que lhe fazem falta para poderem cobrir a atualidade, começam por despedir algumas despesas que consideram menos importantes ou não determinantes para a existência do jornal, da rádio e televisão<sup>20</sup>.

---

<sup>18</sup> <https://www.publico.pt/2021/05/08/opiniao/noticia/jornalismo-dinheiro-1961548>

<sup>19</sup> Entrevista realizada a Barata-Feyo no âmbito do estudo de caso da dissertação em questão.

<sup>20</sup> Entrevista realizada a Estrela Serrano no âmbito do estudo de caso da dissertação em questão.

Carlos Yarnóz pensa que, mais do que as razões económicas, o facto de esta figura criticar o jornal nas próprias páginas é um fator que se encontra mais associado a este desaparecimento, como o próprio afirma

...pero yo más bien creo que en la mayoría de los casos los periódicos prescindieron de una figura que en ocasiones resulta incómoda o molesta porque señala errores, fallos o incumplimientos profesionales o éticos del periodismo.<sup>21</sup>

Joaquim Fidalgo acrescenta a esta ideia o facto de um Provedor ter de ser uma pessoa que “precisa de ter algum estômago”. Na sua opinião existem órgãos de comunicação social que nunca deveriam ter um Provedor, “porque nunca poderiam ter alguém nas suas próprias páginas a criticarem o que fazem. Não vamos ver uma CMTV, por exemplo, a ter um Provedor”<sup>22</sup>.

O atual Provedor do *Público*, Barata-Feyo, vai mais longe na sua resposta ao facto de esta figura ter deixado de existir nos jornais de referência português. O *ombudsman* começa por dizer que é complicado responder “porque não há Provedor”, uma vez que não é a pessoa que quer assumir estas funções a tomar a iniciativa e pedir para ser Provedor de um meio de comunicação, como já foi descrito na parte teórica. Depois, Barata-Feyo revela que o principal problema “não é porque deixou de existir, o problema é porque não se arranjou logo outro Provedor”. Ele próprio dá também a resposta. “Têm de procurar uma pessoa que eles considerem com o perfil adequado, e ao que parece isso nem sempre é fácil”<sup>23</sup>. Foi o que aconteceu com o Provedor do Telespectador, Jorge Wemans, em que a *RTP* ainda não conseguiu encontrar a pessoa certa para assumir o cargo.

Já em 2000, num artigo publicado no *Journal of Mass Media Ethics*, Christopher Meyer mencionou que uma das preocupações daqueles que se opunham à figura do Provedor estava relacionada com a questão económica, ou seja, “o facto de o *ombudsman*

---

<sup>21</sup> Entrevista realizada a Carlos Yarnóz no âmbito do estudo de caso da dissertação em questão.

<sup>22</sup> Entrevista a Joaquim Fidalgo no âmbito do estudo de caso da dissertação em questão.

<sup>23</sup> Entrevista realizada a Barata-Feyo no âmbito do estudo de caso da dissertação em questão.

representar uma despesa que poderia ser investida em jornalistas e editores (Meyer *cit in* Oliveira, 2017, p. 168).

Também todos os entrevistados viram com bons olhos o regresso da figura do Provedor do Leitor ao jornal de referência português, o *Público*. Isto faz com que o próprio meio ganhe muito mais credibilidade e confiança perante a sua audiência. Joaquim Fidalgo, membro do grupo fundador do *Público* e também ex-Provedor do mesmo jornal, fica “muito satisfeito por ver o jornal a voltar a ter esta figura, apesar das dificuldades económicas que atravessa”. Para Joaquim Fidalgo é importante ter esta figura “para manter uma relação de abertura e proximidade com o leitor. Os leitores saberem que têm ali uma pessoa a quem podem recorrer, onde podem protestar, onde podem fazer perguntas”<sup>24</sup>.

As redes sociais foram um dos temas abordados durante as entrevistas. Tal como mencionado na parte teórica, a tarefa dos Provedores acabou por se complicar mais com o aparecimento da Internet e das redes sociais. Questionados sobre o facto de que nestes espaços não existe mediação da informação, se fazia mais sentido ter esta figura nos meios digitais as opiniões dividem-se. Barata-Feyo revela que “as redes sociais são um fenómeno marginal sobre a qual os Provedores não têm nada que se pronunciar”. Neste sentido, para o atual Provedor do *Público*, os jornalistas são os culpados pela importância que as redes sociais têm hoje em dia, como o próprio explica, “as redes sociais eram uma coisa clandestina que existia, e que os jornalistas foram buscar sem pensar duas vezes e promoveram a fonte de informação”.

Neste mesmo assunto, Joaquim Fidalgo afirma que os “leitores têm muito mais meios, agora, para se expressarem, comentarem, criticarem”. Desta forma, “o papel que faz o Provedor na relação com leitores não é o mesmo que fazem as pessoas nas redes sociais, nos blogues ou nos comentários às notícias”, uma vez que o trabalho de provedoria é muito mais “pedagógico”. Quer isto dizer que

---

<sup>24</sup> Entrevista realizada a Joaquim Fidalgo no âmbito do estudo de caso da dissertação em questão.

ajuda a perceber melhor o jornalismo, como funcionam os meios de comunicação social, quando um jornal fez uma certa coisa porque razão a fez, quais as motivações e quando fez mal porque fez mal, o que correu mal<sup>25</sup>.

Por fim, foi colocada a questão de como se poderia contornar a questão da não existência dos Provedores e o que poderia ser feito para que mais jornais voltassem a adotar esta figura. Barata-Feyo afirma que o Estado poderia ser uma ajuda, através de uma política da cultura. “Através de uma secretaria de estado, colocarem à disposição dos jornais as verbas correspondentes ao pagamento de um Provedor (...) isto no Orçamento de Estado não pesa”<sup>26</sup>.

Uma outra solução foi apresentada por Estrela Serrano: parar com as notícias pirateadas e assinar as edições digitais dos meios de comunicação. A ex-Provedora do Leitor revela que muitas pessoas

em vez de comprarem os jornais em papel, leem notícias que são pirateadas (...) vão ter com alguém que tenha comprado o jornal ou tenha a edição digital e depois envia o pdf. Isso prejudica o jornal<sup>27</sup>.

Já para Joaquim Fidalgo, esta figura do *ombudsman* deveria ser obrigatória, tal como no serviço público, como o próprio afirma

Os jornais e as televisões têm a obrigação de prestar contas ao público daquilo que fazem. Explicar porque deram aquilo. Dentro dessa obrigação de prestação de contas, o Provedor acaba por melhorar essa relação de confiança com a audiência<sup>28</sup>.

Este mesmo antigo Provedor revela, também, que ter esta figura no próprio órgão de comunicação social é uma questão de prioridade, ou seja,

---

<sup>25</sup> Entrevista realizada a Joaquim Fidalgo no âmbito do estudo de caso da dissertação em questão.

<sup>26</sup> Entrevista realizada a Barata-Feyo no âmbito do estudo de caso da dissertação em questão.

<sup>27</sup> Entrevista a Estrela Serrano no âmbito do estudo de caso da dissertação em questão.

<sup>28</sup> Entrevista a Joaquim Fidalgo no âmbito do estudo de caso da dissertação em questão.

os jornais de referência podem e devem valorizar mais certo tipo de funções. O Provedor faz uma coisa muito importante e que também tem valor económico, que é dar prestígio ao jornal, boa imagem ao jornal, e isso ajuda a fazer publicidade de si próprio. A ética vende. Pode haver leitores que comecem a ler o *Público*, porque tem um Provedor e até começam a mandar coisas para ele<sup>29</sup>.

#### **a. Conclusão dos resultados obtidos**

O respeito que o Provedor do Leitor/Ouvinte/Telespectador demonstrar perante o seu público é que vai manter “o público a ler, a acreditar, a apoiar – e a comprar – um jornal” (Wemans, 1999, p. 18). É precisamente deste fator da compra que os meios de comunicação social precisam hoje em dia. Como foi referido por todos os antigos e atuais *ombudsmens* entrevistados, as razões económicas foram fundamentais para prescindirem da figura do Provedor. Apesar de a pessoa que assumir este cargo não trabalhar a tempo inteiro para o órgão de comunicação social, é sempre uma despesa, logo quando é necessário fazer cortes é precisamente este género de funções que começam a ser dispensadas.

Também foi enunciado por todos os entrevistados que este cargo é fundamental nos jornais, rádios ou televisão e, dessa forma, o meio que pretenda adotar esta figura do Provedor deve tentar arranjar alguma solução para isso. Os entrevistados apresentaram algumas opções para o regresso do cargo, entre elas uma intervenção do Estado na ajuda aos órgãos de comunicação.

O regresso do Provedor ao jornal de referência português, *Público*, foi visto com bons olhos por todos os entrevistados e mais meios de comunicação social deveriam optar por adotar esta figura.

---

<sup>29</sup> Entrevista a Joaquim Fidalgo no âmbito do estudo de casa da dissertação em questão.

## Conclusão

A presente dissertação teve como objetivo perceber a razão de a figura do Provedor do Leitor ter deixado de existir durante bastante tempo em Portugal, e ter voltado recentemente ao jornal *Público*, comparando com o diário espanhol *El País* que, desde a data da criação deste cargo no meio de comunicação, sempre teve Provedor.

O *ombudsman* não interessa exclusivamente à imprensa, também passou para rádio e televisão, mas são escassos os exemplos de *media* que adotaram esta figura. Atualmente, cada vez mais a credibilidade e a confiança nos meios de comunicação social são fundamentais, uma vez que as redes sociais estão cada vez mais em voga, e os leitores têm, por isso, mais espaços para expressarem a sua opinião seja de contentamento, de crítica.

A figura do Provedor do Leitor é, por isso, uma peça fundamental da autorregulação das entidades noticiosas, uma vez que é aquela que recebe as críticas, dúvidas e/ou queixas dos leitores, telespectadores ou ouvintes. E só a partir daí irá trabalhá-las e apresentá-las ao público. Contudo, como foi referido no IV capítulo, nas entrevistas realizadas a antigos e atuais Provedores, o fator económico foi o que levou a que esta figura fosse desaparecendo dos meios de comunicação social.

No que diz respeito a Portugal, a figura do Provedor não tem vindo a assumir uma tradição no setor dos *media*. Este cargo surgiu pela primeira vez num jornal desportivo, o *Record*, em 1992, e só em 1997 aparece num diário de referência, o *Diário de Notícias*, seguindo-se o *Público* ainda no mesmo ano. Para além destes, o Provedor surgiu também no *Jornal de Notícias* e no *Setúbal na rede*. Desta forma, menos de uma dezena de órgãos de comunicação social, entre jornais, televisões e rádios, adotaram a figura do Provedor.

Já em Espanha, desde que apareceu esta figura no jornal *El País*, em 1995, sempre esteve presente, sem nenhuma interrupção. Tal como acontece em Portugal, em Espanha também o serviço público de rádio e televisão têm esta figura adotada, sendo o mesmo Provedor para ambos os meios. À parte disso, o cargo também surgiu no jornal *La*

*Vanguardia*, no *Voz de Galicia* e no *El Correo Gallego*. Contudo, na pesquisa que fiz não consegui encontrar muita informação do *Defensor del Lector* nestes meios noticiosos espanhóis.

Para terminar, é sempre bom ressaltar que este instrumento de autorregulação da atividade jornalística não deve sobrepor-se a outros que já existem, nem impedir o desenvolvimento desses mesmos meios já existentes. É a conjugação de todos os mecanismos que ajudam a ter um jornalismo melhor para apresentar ao público.

## **Bibliografia**

Alvarez, M. (1995). La independencia del ombudsman español. *Comunicación y Sociedad*. VIII(2), pp. 185-195.

Amado, T. (2017). Uma profissão regulada. In: Amado, T. *Auto-regulação e o jornalismo online: o provedor do leitor no contexto digital*. Escola Superior de Comunicação Social, pp. 21-43.

Amado, T. (2017). O provedor do leitor. In: Amado, T. *Auto-regulação e o jornalismo online: o provedor do leitor no contexto digital*. Escola Superior de Comunicação Social. Pp. 44-59.

Barata-Feyo. J. (2021). Público. *Jornalismo e dinheiro*. [Em linha]. Disponível em <<https://www.publico.pt/2021/05/08/opiniaio/noticia/jornalismo-dinheiro-1961548>>. [Consultado em 26/07/2021].

Costa, P. (2017). De que vale a função de ombudsman?. Observatório de Imprensa. [Em Linha]. Disponível em <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/edicao-brasileira-da-columbia-journalism-review/de-que-vale-funcao-de-ombudsman/>>. [Consultado em 20/06/2021].

Diário de Notícias. (2012). Provedor do leitor do DN inicia funções no sábado. [Em Linha]. Disponível em <<https://www.dn.pt/tv-e-media/media/provedor-do-leitor-do-dn-inicia-funcoes-no-sabado-2219777.html>>. [Consultado em 26/07/2021].

El País. [Em Linha]. Disponível em <<https://elpais.com/noticias/defensor-lector/>>. [Consultado em 11/07/2021].

Ferro, H. (2016). Para que serve o Provedor?: a eficácia do Provedor do serviço público de rádio e televisão, *Mediapólis: Revista de comunicação, jornalismo e espaço público*, (2), pp. 85-97.

Fidalgo, J. (2001). *O provedor do leitor visto pelos jornalistas: resultados de um inquérito de opinião*. Universidade do Minho,

Fidalgo, J. (2004). *Em nome do leitor: as colunas do provedor do “Público”*. Coimbra. Minerva.

Fidalgo, J. (2006). *O lugar da ética e da auto-regulação na identidade profissional dos jornalistas*. Universidade do Minho.

Figueiredo, M. (2009). A regulação da actividade jornalística. In: Figueiredo, M. A (in) *definição e a regulação do jornalismo*. Faculdade de letras da Universidade de Coimbra, pp. 72-102.

Figueiredo, M. (2011). *Relatório de actividade do provedor do ouvinte 2011*. Lisboa.

Franzoni, S. (2013). Historicidade do ombudsman. In: Franzoni, S. *A função enunciativa do ombudsman da Folha de S. Paulo*. Universidade Federal do Rio grande do Sul, pp. 14-52.

Llodra, P. (2015). *El defensor del lector de El País*. Universidad de Málaga.

Ludec, N. (2019). *El defensor del lector: una comunicación responsable*. Pilar. Université Rennes 2.

Martins, J. (2008). *Relatório final de actividade do provedor do ouvinte do serviço público de radiodifusão sonora 2006/2008*. Lisboa.

Martins, R. (2020). O jornalismo devia continuar a ser o mesmo independentemente da evolução dos meios tecnológicos. [Em Linha]. Disponível em <<https://www.publico.pt/2020/11/13/sociedade/noticia/jornalismo-continuar-independentemente-evolucao-meios-tecnologicos-1938961>>. [Consultado em 15/11/2020].

Mata, J. (2002). *A autocrítica no jornalismo*. Coimbra. Minerva.

Mesquita, M. (1998). *O jornalismo em análise: a coluna do provedor dos leitores*. Coimbra. Minerva.

Minuzzi, M. (2007). O ombudsman de imprensa. In: Minuzzi, M. *Diálogo entre jornalistas e leitores: a participação do público através do ombudsman de imprensa e do conselho do leitor de Zero Horta*. Universidade do Vale do Rio dos Sinos, pp. 170-274.

Nogueira, R. (2021). Administração da RTP surpreendida com chumbo do provedor do espectador. *Jornal Público*. (11), pp. 30-31.

Observatório da Imprensa. (2013). “*Washington Post*” confirma fim do cargo de ombudsman. [Em linha]. Disponível em <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/monitor-da-imprensa/ed736-washington-post-confirma-fim-do-cargo-de-ombudsman/>>. [Consultado em 15/08/2021].

Oliveira, M. (2005). *Defensor del Telespectador: un reto meta-televisivo*. Universidade do Minho. XX Congresso Internacional de Comunicación – Los desafios de la televisión pública en Europa.

Oliveira, J. (2008). *Relatório do Provedor do Telespectador (2007)*. Lisboa.

Oliveira, J. (2010). *Relatório do Provedor do Telespectador (2009)*. Lisboa.

Oliveira, M., Paulino, F. (2012). O ombudsman nos meios públicos de comunicação em Portugal e no Brasil: da promessa de uma ética participada aos desafios cotidianos. *Anuário Internacional de Comunicação Lusófona*. Pp. 75-84.

Oliveira, M. (2017). Da figura do ombudsman de média às singularidades do Provedor Pacote de Oliveira. *Revista Comunicando*, 6(1), pp. 163-172.

Organization of News Ombudsman. [Em linha]. Disponível em <[www.newsombudsmen.org](http://www.newsombudsmen.org)>. [Consultado em 10/06/2021].

Rey, G. (2002). El defensor del lector: un ofício en construcción. [Em Linha]. Disponível em <[https://issuu.com/saladeprensa/docs/el\\_defensor\\_del\\_lector\\_un\\_oficio\\_en\\_construccion](https://issuu.com/saladeprensa/docs/el_defensor_del_lector_un_oficio_en_construccion)>. [Consultado em 19/06/2021].

RTP. [Em Linha]. Disponível em <<https://media.rtp.pt/empresa/provedores/provedor-do-ouvinte/>>. [Consultado em 12/06/2021].

RTP. [Em Linha]. Disponível em <<https://media.rtp.pt/empresa/provedores/provedor-do-telespetador-3/>>. [Consultado em 12/06/2021].

RTVE. [Em linha]. Disponível em <<https://www.rtve.es/play/videos/rtve-responde/>>. [Consultado em 26/07/2021].

Serrano, E. (2006). *Para compreender o jornalismo: o Diário de Notícias visto pela provedora dos leitores 2001-2004*. Coimbra. Minerva.

Silva, M. (2014). Novos desafios à responsabilidade social do jornalismo: mercado e tecnologias. In: Silva, M. *As cartas dos leitores na imprensa portuguesa*. Livros Labcom, pp. 155-163.

Wemans, J. (1999). *O público em público: as colunas do provedor do leitor*. Coimbra. Minerva.

## **Anexo A – Entrevistas realizadas a ex e atuais Provedores dos Leitores portugueses e espanhóis**

**Entrevista Carlos Yarnóz** – Atual Provedor do Leitor do jornal *El País* – realizada a 26 de maio de 2021

**Tiene idea por qué, durante mucho tiempo, esta figura dejó de existir en los diarios portugueses? Regresó em 2020 e dejó de existir em 2016.**

No, no lo sé. Sí sé que, a lo largo de los últimos años, la figura del Defensor del Lector (*Ombudsman* o *Ombudswoman*, *Public Editor*...) o similar fue eliminada en varios periódicos importantes, incluidos *The New York Times* y *The Washington Post*. En varios casos, se alegaron razones económicas, pero yo más bien creo que en la mayoría de los casos los periódicos prescindieron de una figura que en ocasiones resulta incómoda o molesta porque señala errores, fallos o incumplimientos profesionales o éticos del periodismo.

**Recientemente, el defensor del lector volvió al periódico *Público*, en Portugal, qual es su opinión acerca de esto?**

Me parece muy positivo. Un periódico capaz de atender las quejas y críticas de sus lectores y de explicarles los errores que comete gana mucha credibilidad y confianza.

**Con las redes sociales cada vez más en boga y siendo un espacio en el que no hay mediación de información, tiene más sentido tener esta figura en los medios ahora?**

Sí. El Defensor del Lector aporta unas amplias dosis de transparencia para conocer el funcionamiento de una redacción, de sus periodistas y de la empresa editora. En las redes, donde intervienen multitudes de anónimos y bots, la transparencia es mínima.

**Desde que apareció lo defensor en el diario *El País*, esta figura ha existido siempre hasta hoy sin ninguna interrupción?**

Sí, el Defensor del Lector se creó en 1985 y, desde entonces, nunca ha dejado de existir. Hemos sido ya 15 las personas que hemos ocupado ese puesto.

**Qué otros periódicos en su país o medios de comunicación tienen esta figura? Fue sempre así como *El País*, sin interrupciones o sucedió como en Portugal?**

*EL PAÍS* fue el primer periódico en España en tener Defensor del Lector. Después, se sumaron otros, como *La Vanguardia*, pero ahora *EL PAÍS* es de nuevo el único medio que lo mantiene. En la televisión pública (*RTVE*) sí hay un Defensor de la Audiencia,

**Entrevista José Barata-Feyo** – Atual Provedor do Leitor do jornal *Público* – realizada a 5 de maio de 2021

**Em 1997 surge a figura do Provedor do Leitor no jornal *Diário de Notícias* com Mário Mesquita a ser o primeiro Provedor do Leitor, e ainda no mesmo ano surge também no *Público* com Jorge Wemans a assumir esta função e que foi também provedor do telespectador na RTP até dezembro do ano passado. Por que razão deixou de existir nos jornais de referência em Portugal a figura do Provedor?**

O provedor tem dificuldade em responder porque é que não há provedor. O provedor não pode tomar a iniciativa de ir bater à porta de um jornal e pedir para ser provedor. Os provedores são provedores por um prazo, renovável ou não renovável, depois, quando acaba esse prazo o jornal fica sem provedor. O problema que se coloca não é porque deixou de existir, o problema é porque é que não arranjou logo outro provedor. E aí tem a explicação dada pelo Manuel Carvalho. Têm de procurar uma pessoa que eles considerem com o perfil adequado, e ao que parece isso nem sempre é fácil.

Por outro lado, a seguir ao Jorge Wemans estava previsto que começasse um outro provedor. O nome proposto pelo Conselho de Redação da RTP foi chumbado. Deixou de haver provedor e o novo provedor não foi aprovado pelo conselho.

**Já em conversa com outros provedores eles referiram o fator económico para esta “extinção” da figura durante alguns anos em Portugal. Concorda e partilha da mesma opinião?**

O fator económico pode ser uma razão. Sabemos que a imprensa tem vivido um momento muito crítico. Isto começou nos inícios dos anos 90, aliás a próxima coluna sobre o provedor será em grande parte do que aconteceu com as redações, os jornais, as tv's, as rádios. É muito natural que as razões económicas tenham também pesado no facto de não ter havido um provedor. Os provedores são pagos, uma miséria...é mais uma despesa.

**Como vê o regresso da figura do Provedor do Leitor ao jornal *Público*?**

Vejo muito bem porque, primeiramente, por o *Público* se ter lembrado de mim, eu fui eleito o que é simpático. É sempre gratificante para um jornalista saber que os seus camaradas reconhecem a competência e, de certo modo, estão prontos para aceitar as críticas que o provedor lhes tenha que fazer.

**Sendo a figura do Provedor uma escolha da direção existe a controvérsia de estar a representar o jornal, será que vai ser credível? Muitos autores colocam esta questão, qual a sua opinião sobre este assunto?**

Os provedores, normalmente, são pessoas com uma carreira feita, não estão propriamente à espera de um convite para o que quer que seja e o perfil deles ou são muito mal escolhidos ou escolheram alguém que se podia comprar ou vender. No meu caso concreto, desde que comecei as minhas funções, por duas ou três vezes, em que eu defendi o jornal contra alguns leitores, mas na maioria dos casos o que eu tenho feito é criticar o jornal e os jornalistas. Normalmente os textos dos Provedores são críticos, o que os jornais querem é que o Provedor seja crítico, senão para que serve o provedor? Se o Provedor não for alguém com credibilidade não lhes adianta para nada terem um Provedor. Se é alguém com credibilidade não é possível ser comprado.

**Com as redes sociais cada vez mais em voga, e sendo um espaço no qual não existe mediação da informação, faz ainda mais sentido ter esta figura nos órgãos de comunicação social, principalmente naqueles que são exclusivamente online?**

As redes sociais são um fenómeno marginal sobre a qual os provedores não têm nada que se pronunciar. Os jornalistas são os grandes responsáveis pela importância que as redes sociais têm. As redes sociais eram uma coisa clandestina que existia, e que os jornalistas foram buscar sem pensar duas vezes e promoveram a fonte de informação, então ficamos a saber que fulano pensa isto, pensa aquilo. Foram os jornalistas que as divulgaram e isso continua naqueles programas de hoje, os polígrafos. Se olharmos com atenção para isso, o que nós vemos é o autor do polígrafo diz “nas redes sociais disse...” e nós fomos ver se era verdade ou não. A maioria das pessoas não fazia ideia do que as redes sociais diziam sobre aquele assunto. Aquela assunto só se torna público porque esse autor pega nele e o torna público. Nós continuamos com esse processo de minimizar o jornalismo, aumentando a visibilidade das redes sociais.

**Durante muito tempo os jornais de referência em Portugal deixaram de ter esta figura. Agora recentemente o *Público* voltou a ter o provedor do leitor. Pergunto o que falta fazer, ou o que se tem que fazer para que esta figura volte a mais jornais de referência?**

O principal problema prende-se com as dificuldades financeiras que os jornais, e os órgãos de comunicação em geral, atravessam. Se essa for de facto a razão principal, para

resolver esse problema tínhamos que ir à causa do problema. Tinha que haver um reforço financeiro dos jornais. Aí poderia intervir uma outra coisa, mas era se nós tivéssemos uma política da cultura. Aí era através de uma secretaria de estado, colocarem à disposição dos jornais as verbas correspondentes ao pagamento de um provedor. Se realmente houvesse uma preocupação de puxar a imprensa para cima, a comunicação social em geral, a única solução que poderia haver era uma intervenção do Estado. Isto no orçamento geral do Estado não pesa. O Governo e o Estado não se estavam a meter no que quer que seja, no plano editorial, pura e simplesmente disponibilizavam uma verba limpa, clara e transparente. Pode parecer revolucionário, mas é tão simples quanto isso.

**Entrevista a Estrela Serrano** – Antiga Provedora dos Leitores do jornal – realizada a 11 de maio de 2021

**Em 1997 surge a figura do Provedor do Leitor no jornal *Diário de Notícias* com Mário Mesquita a ser o primeiro Provedor do Leitor, e ainda no mesmo ano surge também no *Público* com Jorge Wemans a assumir esta função e que foi também provedor do telespectador na RTP até dezembro do ano passado. Por que razão deixou de existir nos jornais de referência em Portugal a figura do Provedor?**

Primeiro de tudo há a questão económica. Os jornais estão em crise, aliás toda a área dos media. Portanto, as dificuldades económico-financeiras são determinantes, e o provedor é uma figura externa ao jornal e evidentemente que é remunerado. Muitas vezes em Portugal e não só, considera-se que essas questões da ética são dispensáveis e eles cortam logo naquilo que não é obrigatório, embora também despeçam pessoas. Mas, antes de começarem a despedir jornalistas que lhes fazem falta para poderem cobrir a atualidade, começam por despedir algumas despesas que consideram menos importantes ou não determinantes para a existência do jornal, da rádio e televisão. E como não há nenhuma lei que obrigue um órgão de comunicação social, a não ser o serviço público de televisão, a ter um provedor, é evidente que eles não têm. As razões são fundamentalmente de ordem económico-financeira e eles também percebem, no caso do Público, que conseguem suplementar essa dificuldade financeira, eles também percebem que o provedor é uma forma de dar credibilidade ao jornal, porque, isto é, como na política, se não houver contraditório, não há pluralismo. Portanto, o provedor é uma espécie de contraditório em relação àquilo que é publicado, isto é, o jornal evidentemente pode ter um órgão de deontologia, normalmente os conselhos de redação, mas é muito diferente fazer autocrítica, mas o provedor tem a vantagem, em termos de credibilidade, ser uma pessoa que já não está na redação. No caso dos americanos, eles vão buscar antigos membros de redações. Em Portugal, não era muito costume e lembro-me de quando eu fui provedora. Quando o Mário Bettencourt me convidou, apresentou-me à redação. E lembro-me de quando ele me convidou dizer, não é um cargo que seja eleito, portanto o diretor convida e a redação não pode contestar. Ele apresentou-me, eu tinha sido assessora do Mário Soares, já não era, e ele disse “não te admires se eles contestarem, se disserem alguma coisa, por causa de teres trabalho com um presidente da república”. Foi interessante, porque quando fui à redação, havia lá muitos jornalistas conhecidos meus, porque enquanto assessora durante 10 anos do presidente, é evidente que muitos jornalistas

contactaram comigo e até com alguma confidencialidade. Nesse tempo eu ouvia queixas dos jornalistas contra os diretores. Embora os jornalistas não admitam, eles criam laços de confiança com as fontes. Fui a primeira provedora que não vim da redação. Vim da universidade, porque durante aqueles 10 anos que estive com o presidente continuei a preparar o doutoramento, etc, apesar do pouco tempo que tinha. Na apresentação à redação Mário disse que eu trazia uma mais valia, que é um olhar, não só sobre regras e sobre o que é publicado, uma versão diferente dos outros dois que foram jornalistas. Fui bem recebida, porque praticamente todos me conheciam e sabia que tinha independência. Nunca andei atrás dos jornalistas para escreverem notícias favoráveis ao presidente, ou nunca lhes prometi coisas que não poderia dar. Pelo contrário sempre os apoiei, eu facilitava-lhes a vida, porque lhes dava acesso ao presidente. Foi uma das coisas que mais gostei de fazer na minha vida, em profissão. Tinha imensa correspondência, de leitores que me pediam para apreciar uma queixa, uma coisa mal feita, mas que percebendo o meu perfil, a maneira como eu abordava as questões. “Olhe gostava que escrevesse qualquer coisa sobre, por exemplo, futebol”.

Com as questões económico-financeiras os jornais tiveram que cortar muita coisa e o provedor foi uma delas. O Público, como sempre se afirmou um jornal de referência, quer através do perfil dos seus diretores quer, pelo próprio facto, de ser suportado por uma empresa privada, de um grande grupo económico, que percebeu na altura do Dr. Belmiro de Azevedo, era o grande acionista do grupo, lembro-me uma conversa que fui a um jantar com o presidente e onde estava o Dr. Belmiro, a dizer que o provedor era muito caro e temos de cortar. E o Mário Soares diz “você não percebe que lhe dá prestígio ter um provedor. Um provedor que nas páginas do seu jornal critica o próprio jornal. Isso é um sinal de prestígio. Pelo contrário ganha respeito e até deve ganhar mais leitores”. De facto, o provedor dá prestígio e credibilidade ao jornal, a não ser que seja um mau provedor, que não tenha coragem e não saiba enfrentar os problemas, e ser isento mesmo sendo o jornal que lhe paga, porque senão não vale a pena. O Barata-Feyo está a fazer uma coisa bastante interessante e, portanto, consegue fazer com isenção, faz análises, não apenas do caso. E o meu rumo como provedora foi esse, responder às queixas, mas ter sempre um olhar mais abrangente. Eu arranjei, também, uma parte do provedor que eram notas no final da coluna onde eu ia buscar exemplos e coisas dos provedores internacionais, regras, éticas deontológicas que merecessem a pena citar.

O papel do provedor é, tem uma queixa, a queixa é apreciada, vai à redação ao autor e diretor da notícia, se for caso disso, se pronunciarem e, depois, o provedor baseado no código deontológico dos jornalistas, do estatuto do jornalista, no livro de estilo se o jornal tiver, se houver também algum documento do conselho de redação que estipule e, ainda, com a legislação, portanto, eu tinha muita base jurídica e deontológica e ética onde me apoiar. O trabalho de provedora obrigava-me a uma pesquisa, como por exemplo a estudar o fenómeno desportivo e as touradas também, uma coisa interessantíssima. Quase o maior número de queixas era aquilo que é a paixão, a irracionalidade: o futebol, não há nenhuma racionalidade nos comportamentos públicos e às vezes nos próprios jornalistas, que têm uma grande cumplicidade com os treinadores, jogadores, por isso é que há um jornal do Benfica, do Sporting e do Porto. Os títulos que eles fazem nas capas é muito interessante analisar isso. Isto obrigou-me a mim fazer alguma pesquisa, ver e perceber o fenómeno.

As pessoas de uma forma geral, mesmo aquelas que são bastante culturais não sabem como funciona o campo jornalístico, então aproveitava a coluna semanal para explicar certos aspetos.

**Com as redes sociais cada vez mais em voga, e sendo um espaço no qual não existe mediação da informação, faz ainda mais sentido ter esta figura nos órgãos de comunicação social?**

Sempre fez e é cada vez mais difícil, mais trabalhosa, porque há fenómenos novos, depois há o ritmo das notícias. Os jornalistas têm cada vez menos tempo para pensar e para aprofundar os temas, porque a Internet obrigada a que acontece uma coisa e vai imediatamente para o site e isso leva, muitas vezes, os jornalistas a corrigir e cria fluxos diários, pressionam muito os jornalistas para dar primeiro a notícia e, portanto, é muito fácil hoje em dia passar fake news. Elas alimentam muito o jornalismo, aliás nem é jornalismo se não for verificado, sujeito a contraditório. Eu não percebo que os próprios jornalistas não percebiam que a sua profissão não se confunde com os produtores de fake news, inclusivamente com as agências de comunicação e com os assessores. Os jornalistas têm um código deontológico que é a sua garantia de ética, têm regras próprias. Se ele não respeita esse código, que é parte de contrato de credibilidade com os leitores. Os jornalistas muitas vezes parece que não conhecem as regras da sua profissão e querem ser internautas, querem escrever em todo o lado à vontade, sem nenhum respeito por regras.

**Durante muito tempo os jornais de referência em Portugal deixaram de ter esta figura. Agora recentemente o *Público* voltou a ter o provedor do leitor. Pergunto o que falta fazer, ou o que se tem que fazer para que esta figura volte a mais jornais de referência?**

Os próprios ouvintes leitores, não se importarem de pagar para ler jornais. A maioria das pessoas, em vez de comprarem os jornais em papel, leem notícias que são pirateadas. Por exemplo, eu assino edições digitais, porque nem sempre posso ir comprar. Isso é uma maneira de contribuir para eu o jornal possa ter financiamento. Portanto, se as pessoas leem notícias pirateadas, vão ter com alguém que tenha comprado e que depois lhe manda o pdf. Isso prejudica o jornal.

**Entrevista a Joaquim Fidalgo** – Antigo Provedor dos Leitores do jornal – realizada a 14 de maio de 2021

**Em 1997 surge a figura do Provedor do Leitor no jornal *Diário de Notícias* com Mário Mesquita a ser o primeiro Provedor do Leitor, e ainda no mesmo ano surge também no *Público* com Jorge Wemans a assumir esta função e que foi também provedor do telespectador na RTP até dezembro do ano passado. Por que razão deixou de existir nos jornais de referência em Portugal a figura do Provedor?**

O Provedor é uma pessoa que é paga para dizer mal nas próprias páginas do jornal. É uma coisa que é preciso ter algum estômago para isso, naturalmente. É fazer autocrítica. Nestes últimos anos o que aconteceu foi que os jornais têm diminuído e muito, o número do Provedor dos Leitores, em todo o mundo. Quando eu fui provedor nos anos 2000, havia até uma organização internacional, fazia-se um encontro anual com os provedores do mundo todo, que neste momento são muito poucos. Basicamente os jornais começaram a ter mais dificuldades económicas e começaram a prescindir de pessoas. Os jornais portugueses, nestes últimos anos, despediram muitas pessoas. Numa altura em que os jornais estão a prescindir de jornalistas, acabam também por prescindir de certo tipo de funções que considera que são menos essenciais. Um jornal pensa que precisa de mais um jornalista ou ter um provedor, o que escolhe? Se precisa de poupanças acaba por prescindir do provedor. Não é porque as pessoas não tenham deixado de dar importância, mas é uma poupança de uma pessoa.

Não é só pelos motivos económicos, mas aí há uma outra coisa. A TV e a rádio são as estações do serviço público e sendo do serviço público, na minha perspetiva, tem responsabilidades públicas maiores do que as outras. Além do mais, a existência de um provedor na TV e rádio pública estão previstas em lei. No caso dos jornais e das TV's privadas é uma coisa de autorregulação. Ninguém obrigava o *Público* a ter um provedor, ou o *Diário de Notícias* ou o *JN*. Já a TV e a rádio pública se quisessem hoje prescindir desta figura não podiam, porque por lei são obrigados a ter um provedor. Como o serviço público deve ter um serviço exemplar, acaba por ter mais responsabilidade. Aí faz todo o sentido, e espero que continue a existir. Somos nós, os portugueses, que pagamos para ter um serviço público. No caso das TV's privadas ou das rádios privadas é a mesma coisa, não são só os jornais que estão em dificuldades. No fundo, ter um provedor, por um lado, é preciso ter estomago. Alguns rádios ou jornais nunca na vida teriam um provedor, porque nunca poderiam ter alguém nas suas próprias páginas a criticarem o que eles

fazem. Não vamos ver uma CMTV, por exemplo, a ter um provedor. Nos jornais ingleses, por exemplo, não havia provedor nos tabloides. No fundo, não faz sentido. O tipo de relação que se estabelece com o público, é preciso ter noção de prestação de contas do serviço à comunidade. E lá está, eu estou a pagar a uma pessoa para criticar nas páginas do meu jornal?

**Recentemente o jornal *Público* voltou a adotar a figura do provedor do leitor, com José Manuel Barata-Feyo. Como vê o regresso de um provedor dos leitores a um jornal de referência no nosso país?**

Vejo muito bem e é uma coisa contra a corrente. Assim como a rádio e a TV pública são o exemplo em relação a isso, eu fico muito satisfeito. Fui provedor do Público e fui eu próprio do grupo fundador do Público, por isso fico muito satisfeito por ver o meu jornal, apesar das dificuldades económicas que atravessa, acha que é muito importante ter aquela figura. Eu concordo bastante. Para mim ter um provedor é uma função muito importante para manter uma relação de abertura e proximidade com o leitor. Os leitores saberem que têm ali uma pessoa a quem podem recorrer, onde podem protestar, onde podem fazer perguntas. Alguém que em nome deles vai depois refletir sobre o que se passou. Eu acho que deveria ser uma obrigação, que todos os meios de comunicação social. Os jornais e as televisões têm a obrigação de prestar contas ao público daquilo que fazem. Explicar porque deram aquilo. Dentro dessa obrigação de prestação de contas, o provedor acaba por melhorar essa relação de confiança. Quando eu era provedor, havia pessoas que mandavam para lá umas coisas e depois eles agradeciam imenso por eu lhes responder. Isto é uma maneira concreta de dizer que damos valor às pessoas e estamos disponíveis para nos criticarmos nas nossas próprias páginas. Tive pena que ele tivesse tanto tempo sem ter e gostava que os outros, nomeadamente os jornais mais de referência e aqueles que acham que deve haver provedor.

**Com as redes sociais cada vez mais em voga, e sendo um espaço no qual não existe mediação da informação, faz ainda mais sentido ter esta figura nos órgãos de comunicação social?**

Há precisamente quem diga que agora já não é tão preciso de haver provedor, porque os leitores têm muito mais meios, agora, para se expressarem, comentarem, criticarem. Eu acho que isso é enganador, porque o papel que faz o provedor na relação com os leitores não é o mesmo que fazem as pessoas nas redes sociais, nos blogues ou nos comentários

às notícias. Eu acho ótimo que seja possível os leitores comentarem as notícias, agora, o provedor vai um pouco para além disso. Não fica apenas nesse lado passivo. O provedor recebe as críticas, sugestões, dúvidas e depois vai trabalhar sobre elas e fazer um trabalho pedagógico sobre elas. Este trabalho pedagógico ajuda a perceber melhor o jornalismo, como funcionam os meios de comunicação social, quando um jornal fez uma certa coisa porque razão a fez, quais as motivações e quando fez mal porque fez mal, o que correu mal. Isso é desmontar como se passam as coisas nos meios de comunicação social. É muito útil. Literacia mediática. Antigamente os jornalistas estavam um bocado nas tintas para isso e se um leitor lhe perguntasse porque fez isso ele dizia que não tinha nada haver com isso, não faz ideia como funciona um jornal. A figura do provedor ajuda a desaparecer isso. Os leitores podem dizer o que pensam e comentarem e depois receberem resposta. É uma relação muito mais interativa.

**Durante muito tempo os jornais de referência em Portugal deixaram de ter esta figura. Agora recentemente o *Público* voltou a ter o provedor do leitor. Pergunto o que falta fazer, ou o que se tem que fazer para que esta figura volte a mais jornais de referência?**

No fundo, é as pessoas pensarem um pouco quais são as suas prioridades, porque o Público podia perfeitamente dizer que estava numa situação económica difícil, se tivéssemos mais dinheiro contratávamos mais jornalistas e mesmo assim porque fomos contratar mais um provedor? Tem haver com a definição das nossas prioridades. O que acontece é que os jornais de referência podem e devem valorizar mais certo tipo de funções, que não aquelas mais obvias. O provedor não faz notícias, mas faz uma coisa que é muito importante e que também tem valor económico, ou seja, ter um provedor prestigiado dá crédito ao jornal, dá boa imagem, e isso ajudar também a fazer publicidade de si próprio. Dizem que o provedor é maneira de fazer um bom marketing. A ética também vende. O Público não quer perder dinheiro, mas quando resolver retomar a figura do provedor é porque acha que ela é muito importante e acha também que não é deitar dinheiro ao lixo, mas sim investir em algo que acaba por dar algum retorno. Pode haver leitores que começam a ler o Público porque tem um provedor e até começam a mandar coisas.

## **Anexo B – Exemplos de queixas dos leitores aos vários Provedores dos Leitores, Ouvintes e Telespectadores**

19 de Maio de 2003

### **Ser notícia**

"Alguns leitores não compreendem porque é que certas ocorrências, que consideram relevantes, não são noticiadas. É o caso de Cristina Diales, que não encontrou no DN notícia de uma portuguesa ter ganho uma medalha de prata nas Olimpíadas Internacionais de Física. Trata-se, segundo a leitora, de 'um certame onde concorrem mais de 300 jovens e no qual Portugal tem participado desde 1995'. Também Vítor Costa estranha não ter encontrado no DN e noutros jornais 'qualquer referência à prova do Nacional de Velocidade de motociclismo, recentemente realizada no Estoril'. O leitor esperava que, 'tratando-se de um campeonato nacional de dimensão razoável', merecesse alguma atenção. Por seu turno, Néilson Henriques, em mensagem de Julho passado, questiona os critérios usados pelos jornalistas para noticiarem determinados acontecimentos e ignorarem outros. Partindo da sua experiência pessoal como um dos portugueses que, todos os dias, demoram cerca de 40 minutos para percorrer 800 metros até ao IC 19, pergunta: 'Isto é notícia? Não! (...) O IC 19 só é notícia Quando existe buzinao. (...) Depois, tudo volta ao normal. (...) Voltarão ao anonimato milhares de pessoas, a quem autoridades e meios de comunicação social continuarão a ignorar (...). Quais os verdadeiros critérios para ser notícia? Esses critérios são intocáveis, incriticáveis ou mesmo dogmas?', pergunta N. Henriques.

#### *Figura 3 - Crítica de um leitor à Provedora Estrela Serrano*

O leitor Gustavo Romão enviou à provedora uma interessante reflexão sobre o jornalismo onde afirma que, ultimamente, "a leitura dos jornais constitui, muitas vezes, um exercício de decifração" para o qual a maioria dos leitores "não está preparada". Em sua opinião, uma das funções dos provedores deveria ser, precisamente, "ajudar ao leitores a ler o jornal em profundidade" porque, a seu ver, um "leitor desprevenido", ou

118

---

"menos atento", nem sempre percebe "o que se esconde por detrás das notícias". Apesar de se considerar "uma pessoa atenta", o leitor tem consciência de que lhe escapam "certas subtilidades" usadas pelos jornalistas. Pergunta "como poderão os leitores defender-se de notícias eventualmente distorcidas, incompletas ou, simplesmente, falsas".

#### *Figura 4 - Crítica do leitor Gustavo Romão à Provedora Estrela Serrano*

### O relato antecipado

"O leitor Carlos Câmara não entende que os jornais 'noticiem 'factos' que vão acontecer' e considera que isso é 'uma inversão do conceito de notícia', que, em sua opinião, 'implica o relato de algo que aconteceu'. C. Câmara dá um exemplo: 'Na tarde do dia 16 de Maio, o Presidente da República visitou o Hospital Miguel Bombarda. Na manhã desse dia, o DN tinha, na primeira página, a notícia: 'Sampaio ataca política de saúde'.' Entre outras questões que coloca, Carlos Câmara pergunta se a 'antevisão dos

21

---

factos é jornalismo'. A pergunta remete para as práticas jornalísticas e as relações entre jornalistas e fontes de informação. Questões complexas, algumas das quais já aqui afloradas e que, naturalmente, não podem ser aprofundadas neste espaço.

#### *Figura 5 – Crítica do leitor Carlos Câmara à Provedora Estrela Serrano*

No passado dia 20 de Agosto o DN publicou um texto, na secção Ciência e Ambiente, com o título *Certas drogas atacam nervos*. O leitor Nelson Henriques critica alguns aspectos desse texto, nomeadamente, a conformidade do título com o conteúdo, o "rigor científico" e a "linguagem jornalística".

#### *Figura 6 – Crítica do leitor Nelson Henriques à Provedora Estrela Serrano*

## Sobre o jornalismo

Escreve o leitor Mário Orlando Moura Pinto: «Um dos temas que mais dúvidas me suscita tem a ver com a ética jornalística. Destrinçar o que é notícia do que não o é. Saber que, ao ler uma notícia, estamos a ler o que realmente se passou e não a opinião do jornalista. Saber o que é uma notícia de interesse público e se o interesse individual se deve sobrepor ao interesse colectivo (...). Dou-lhe um exemplo: Foi noticiado que os jornalistas que acompanharam a Selecção Nacional de Futebol à Coreia teriam conhecimento dos problemas que depois se vieram a tornar públicos. É certo que tal notícia foi desmentida pelos jornalistas. Mas se fosse verdade que teriam conhecimento, acha que o deveriam ter noticiado ainda que pudessem desestabilizar os jogadores e assim prejudicar o seu desempenho?».

### *Figura 7- Crítica do leitor Mário Orlando à Provedora Estrela Serrano*

11 de Fevereiro de 2002

#### Os saberes do jornalista

“Erros, erros e erros”, diz a leitora Margarida Pereira-Müller, a propósito da edição do DN do passado dia 27. “Não li exaustivamente (o jornal) como aliás nunca faço”, refere a leitora. “Leio somente as notícias que me interessam - e muitas vezes na diagonal. E mesmo assim, encontrei três erros”: «"centenas de milhares" - quando deveria estar "centenas de milhar"»; «"À margem da exposição" - quando deveria estar "À margem da exposição"»; «"a maioria das pessoas que fuma se encontram" - quando deveria estar "...a maioria das pessoas que fuma se encontra"». Pergunta, então, a leitora: “Não

11

---

seria uma boa ideia fazer pequenos cursos de reciclagem de Português aos jornalistas?” E acrescenta: “Os meios de comunicação têm uma grande responsabilidade na divulgação da utilização correcta da língua portuguesa. O DN, como jornal de referência, tem essa responsabilidade acrescida”. Lamenta, pois, “que se encontrem erros de Português constantemente no jornal”, especificando que não se trata de “gralhas”.

### *Figura 8 - Crítica da leitora Margarida à Provedora Estrela Serrano*

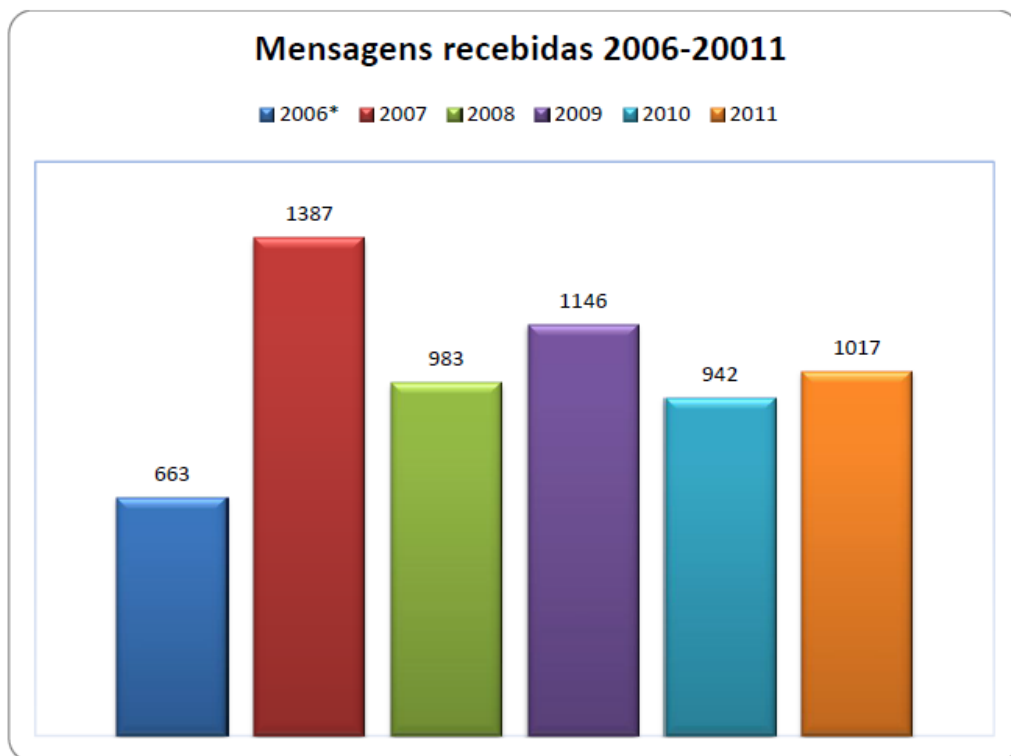
Volto a reclamar contra a forma como este Provedor exerce as suas funções. Em vez de atender os ouvintes, dialogar com eles e dar voz a sugestões e reclamações, enche o seu programa com repetições de outros programas que, embora muito bons, ficariam melhor numa rubrica tipo "Museu" ou "Antologia", como aconteceu hoje! (mensagem do Ouvinte António Gomes de Almeida, 77 anos, de Lisboa)

Figura 9 - Queixa ao Provedor do Ouvinte Mário Figueiredo

PROVEDOR DO OUVINTE						
MENSAGENS RECEBIDAS - JANEIRO a DEZEMBRO 2007			Apreciação dos Ouvintes			
TOTAL MENSAGENS RECEBIDAS (WEB + CORR. POSTAL)	1393		Positiva	Negativa	Neutra	
			196	958	233	
SubTOTAL Mensagens por Correo Web	1387	100%	14,07%	68,77%	16,73%	
<b>ANTENA 1</b>	Valores & Percentagens Absolutos	308	22%	3%	14%	4%
			100%	16%	64%	20%
Quantidade de transmissões desportivas		3%	22,2%	77,8%	-	
Opções musicais		42	14%	4,8%	83,3%	11,9%
Excesso de música estrangeira		24%	-	23,8%	-	
Discos ignorados pela RDP		26%	-	26,2%	-	
Crítérios musicais e play list		50%	4,8%	33,3%	11,9%	
Programas e Rubricas		166	54%	19%	67%	14%
Programa da Manhã		99	60%	17%	69%	14%
Meteorologia		12%	-	6,1%	6,1%	
Portugalax		10%	2,0%	8,1%	-	
Pano para Mangas		9%	4,0%	4,0%	1,0%	
O Amor É		12%	1,0%	10,1%	1,0%	
Cancelamento de O Amor É (IVG)		37%	7,1%	29,3%	1,0%	
Genéricas e outras Rubricas		19%	3,0%	11,1%	5,1%	
Informações de trânsito		4%	-	100%	-	
História devida		2%	-	33%	67%	
Lugar ao Sul		4%	71%	29%	-	
Artistas da Bola		6%	-	90%	10%	
Alma Nostra		11%	39%	44%	17%	
Dias do Avesso		4%	-	83%	17%	
Janela Indiscreta		1%	-	50%	50%	
Outras rubricas e programas		9%	13%	80%	7%	
Questões genéricas		54	18%	15%	50%	35%
Comentários, sugestões e propostas		29	9%	17%	31%	52%
Problemas de locução		8	3%	-	100%	-

Quadro 7

Figura 10 - Queixas da Programação da Antena 1 – 2007



*\*Os dados de 2006 referem-se apenas ao período entre Agosto e Dezembro*

***Figura 11 - Mensagens recebidas pelo Provedor do Ouvinte - 2006 a 2011***