



## ESCRITA E RESCRITA DA HISTÓRIA DO OMBUDSMAN DE IMPRENSA

### A luta pela legitimação e definição da função

**Kênia Beatriz Ferreira Maia**

Centre de Recherches sur les Médias (CREM) da Universidade de Metz  
e Faculdades Alves Faria

A história da ouvidoria de imprensa foi ultimamente rescrita pelos próprios ombudsmans e as modificações introduzem um novo agenciamento das circunstâncias de emergência da função. Modificações essas que foram também imediatamente assimiladas pelos observadores externos ao grupo profissional. Nossa perspectiva de análise será examinar especialmente o trabalho de construção e de manifestação da competência profissional elaborado e difundido pelo mais importante agente coletivo do espaço profissional da ouvidoria da imprensa, a Organization of News Ombudsman – ONO –, associação profissional dos ombudsmans de imprensa sediada nos Estados Unidos e que congrega titulares da função e similares de vários países.

As ferramentas teóricas da sociologia das profissões, e particularmente da abordagem interacionista da sociologia das profissões, possibilitam tornar inteligível o novo agenciamento da rescrita da história do grupo, que será analisado em termos de processo de legitimação de um grupo profissional. Entre os cinco processos de legitimação enumerados por Anselm Strauss (1984) – *discovering and claiming worth ; distancing ; theorizing ; standard setting and boundary challenging in arenas*<sup>1</sup> –, este artigo se concentrará no *theorizing*, e, mais precisamente, em um dos seus aspectos, a (r)escrita da história do grupo. Na (r)escrita, pode-se discernir a lenda dos pais fundadores, o percurso dos primeiros “iniciados” e a definição de uma atividade profissional que são “teorizados” para legitimar um agrupamento profissional.

A análise da (r)escrita da história do grupo será igualmente assentada no conceito de armação da intriga tal como foi desenvolvido pela filosofia hermenêutica, especialmente por

---

<sup>1</sup> Strauss, A « Social words and legitimation processes » *Studies in symbolic interactions*, Free Press of Glencoe : New York (Citador por Baszanger, 1990 e Walter, 1995).

Paul Ricœur. Nos três volumes do *Tempo e narrativa*, P. Ricœur desdobra a articulação entre a temporalidade e a narrativa. Segundo o filósofo, “a composição da intriga está enraizada numa pré-compreensão do mundo da ação: de suas estruturas inteligíveis, de suas fontes simbólicas e do seu caráter temporal” (Ricœur, 1983, p. 108). A armação da intriga agencia os fatos e as pessoas, assim como os motivos, as finalidades, os agentes, as circunstâncias, a interação, o resultado, trazendo respostas às perguntas “que, por que, como, quem, com / contra quem” (Brès, 1994, pp. 53–54).

Além disso, a narrativa recorre a uma articulação do “espaço de experiência” e do “horizonte de espera”, conceitos que P. Ricœur toma emprestado de R. Koselleck. O interesse da noção de armação da intriga reside na possibilidade de juntar temporalidade e ação e de salientar o caráter de construção de uma obra a partir de diferentes agenciamentos e articulações entre os fatos, o que permite considerar que a narrativa da história da ouvidoria de imprensa é apenas uma entre as possíveis e que poderia ser construída diferentemente. De fato, as obras são prefiguradas por qualificações éticas, por julgamentos morais, enquanto que no momento da recepção, na reconfiguração, o verossímil e o aceitável se relacionam com a narratividade, mas também com as crenças e as expectativas exteriores ao texto.

De resto, segundo Ricœur, os textos são um compromisso entre o agir e o dizer, entre a experiência e a linguagem. Examinando as condições de justificação de erros profissionais, Francis Chateauraynaud (1991) mostra que a qualificação e a desqualificação de uma ação se fazem pela armação da intriga das situações que provocaram os desacordos, de modo que a aceitabilidade de um acontecimento está associada à faculdade de se fechar nele mesma, ou seja à faculdade “de não necessitar de informações complementares para que qualquer auditor possa compreender os sentidos das ações que estão sendo relatadas” (Chateauraynaud, 1991, p. 21). Em outras palavras, os detalhes inúteis à inteligibilidade da história podem ser excluídos.

A história de um agrupamento profissional não é escrita num único ímpeto nem definitivamente. Ela passa por sucessivas (r)escritas que se distendem no tempo e que são susceptíveis de sofrer revisões periodicamente. Agenciada e propagada pelos seus membros, a história revela as divergências e os conflitos de interesse de um agrupamento profissional pelo acesso às posições de influência no interior do grupo. Como os códigos de deontologia, os manuais e os procedimentos de certificação, a armação da narrativa da história do



agrupamento deve ser sempre encarada como “uma espécie de caução histórica depositada pelos segmentos poderosos” (Bucher et Strauss, 1992, p. 80) para consolidar sua posição no seio do grupo.

A inversão das relações de poder no interior do grupo e a ascensão de uma fração do agrupamento profissional podem provocar a modificação da sua história. Assim, as sucessivas modificações da armação da narrativa da história do grupo permitem “traçar os contornos de uma ‘ordem legitimada de um submundo social’ elaborando ‘conceptualizações legitimantes’ que serviram nos argumentos em relação ao exterior e como justificações e indicações (*guidance*)” (Baszanger, 1990, p. 274) para os integrantes do grupo profissional.

### **Uma história em construção**

Para compreender a dinâmica da escrita e da rescrita da história dos ombudsmans de imprensa, nós nos debruçamos na leitura e na análise de dois textos considerados os inspiradores da função e de documentos que provocaram a revisão da versão anterior. Nestes últimos, os pontos de conflitos são o país no qual a ouvidoria surgiu e, por conseguinte, a definição do ombudsman de imprensa. Vários episódios da história da função de ombudsman de imprensa se cristalizaram e outros passam por sucessivas rescritas. A cristalização significa que o processo de escrita da história do agrupamento não está totalmente encerrado, mas que ele foi começado e que certos traços estão se estabilizando (Walter, 1995, p. 69). Segundo os textos estadunidenses que reconstituem a história da ouvidoria de imprensa, a emergência dessa função se fez nos Estados Unidos no fim dos anos 60 graças à vontade de alguns jornalistas, diretores e donos de jornais.

Inspirando-se no conceito de ombudsman enquanto pessoa ou instituição encarregada de receber e tratar queixas, o jornalismo impresso dos Estados Unidos teria adotado uma nova função designada com essa mesma qualificação. Assim, alguns diários propõem uma pessoa, ordinariamente um jornalista, para receber e tratar as queixas e as reclamações dos leitores. Publicados em 1967, os artigos « The american newspaper is neither record, mirror, journal, ledger, bulletin, telegram, examiner, register, chronicle, gazette, observer, monitor, transcript nor herald of the day’s events. It’s just bad news », de B. H. Bagdikian, na edição de março da revista *Esquire Magazine*, e « What’s wrong with American newspapers? », de A. H. Raskin,



na edição de 11 de junho do *New York Times Magazine*, sugeriam a introdução de um ombudsman nas redações da imprensa escrita estadunidense.

Nesses relatos, conta-se que com três meses de intervalo, B. H. Bagdikian e A. H. Raskin solicitaram a instalação de uma instância crítica nos jornais que se empregaria na defesa e na investigação dos erros cometidos pelos jornalistas. Entretanto, nos seus textos, A. H. Raskin e B. H. Bagdikian fazem mais do que solicitar a criação dessa instância crítica interna que eles denominam ombudsman. Eles traçam a radiografia da imprensa e terminam a argumentação prescrevendo alguns remédios para os males da imprensa, entre eles a instauração de uma crítica interna. Na reconstituição da história da ouvidoria elaborada pelos membros do agrupamento, faz-se porém economia dessa radiografia. A citação dos textos de Bagdikian e Raskin se restringe essencialmente aos parágrafos que fazem referência à instituição da função de ombudsman e à necessidade de uma autocrítica na imprensa:

“Um dia, alguns corajosos proprietários sustentaram um ombudsman comunitário no seu conselho de administração do jornal, talvez não eleito, para estar presente, para falar, para suprir um símbolo e, com sorte, exercer o interesse público na última chance do jornal estadunidense” (Bagdikian, 1967, p. 146);

“A questão da minha proposta é que os jornais estabeleçam seus próprios Departamentos de Crítica Interna para checar a imparcialidade e a adequação no tratamento da informação e dos comentários. A direção do departamento deveria ter suficientemente independência no jornal para servir como um ombudsman para os leitores, armado de autoridade para fazer algo das queixas válidas e para propor métodos mais eficazes para melhorar a performance de todos os serviços do jornal para a comunidade, particularmente o patrulhamento da manutenção das fronteiras entre o pensamento e a ação” (Raskin, 1967, p. 84).

Ao curso dos anos, nos relatos sobre as origens do ombudsman de imprensa, as propostas desses dois jornalistas foram simplificadas e os detalhes ‘inúteis’, que não ajudam na compreensão da história, puderam ser eclipsados ou mesmo eliminados. Por exemplo, além do ombudsman, B. H. Bagdikian sugere a publicação dos nomes dos proprietários dos jornais, o fim do segredo financeiro e gerencial, a instituição de conselhos de imprensa locais. No mais, o cavalo de batalha dos defensores da representação paradigmática no ombudsman de imprensa – a publicação de colunas nas páginas dos jornais – não figurava nas sugestões dos dois jornalistas.



Despojados dos elementos inúteis à inteligibilidade da narrativa sobre as origens da ouvidoria de imprensa, os textos sobre a história da função enfatizam apenas as passagens sobre o ombudsman e o percurso profissional de A. H. Raskin e B. H. Bagdikian. As narrativas da função de ombudsman também realçam os percursos profissionais dos pais fundadores da função e as suas preocupações em relação ao aperfeiçoamento das práticas profissionais dos jornalistas. Seus estilos primorosos de redação jornalística, o sucesso de suas trajetórias profissionais, seus conhecimentos da mídia e suas competências como chefes de redações fazem deles, nas narrativas, os instigadores desinteressados, e bem qualificados, da função. Aspectos esses que valorizam a defesa do ombudsman de imprensa. Pode-se, então, ler nos textos nos agentes do grupo profissional:

“Num artigo do *NWT Magazine*, Raskin took to task o que ele considerava como a ‘inabalável arrogância’ da maioria dos *publishers* e dos editores e a auto-retidão, auto-satisfação e autofelicitação que tanto caracterizam a imprensa estadunidense. A solução que Raskin propunha era de criar em cada jornal um ‘Departamento de Crítica Interna para colocar todos os seus padrões sob reexame e para servir como uma proteção do público nas operações diárias’” (Ettema et Glasser, 1987, p. 3);

“Foi um editor do *Washington Post* que soou o primeiro apelo por um ombudsman de imprensa na América do Norte. Em março de 1967, Ben Bagdikian escreveu na revista *Esquire* que a imprensa estava experimentando uma crise de confiança do público que muitas vezes tinha razões válidas. Ele acreditava que um ombudsman poderia ser um caminho para evitar o aprofundamento do desencantamento do público. [...] Apenas alguns meses depois, A. H. Raskin, respeitado repórter do *The New York Times*, explorou ainda mais o conceito de ombudsman num artigo que ele escreveu na revista dominical de seu jornal. Ele defendia que a imprensa era complacente com ela própria e que ela não se criticava suficientemente” (Nauman, 1994).

Nos históricos da ouvidoria de imprensa, a narrativa prossegue com o estabelecimento do primeiro cargo de ombudsman. Alguns dias depois da publicação do segundo artigo, um cargo tendo essa apelação foi criado no Kentucky pela direção de um diário local e se torna o acontecimento fundador da ouvidoria de imprensa. Assim, durante quase três décadas, os textos sobre o ombudsman de imprensa, da brochura da ONO aos artigos acadêmicos, passando pelas colunas dos ombudsmans, contavam que o primeiro ombudsman da imprensa apareceu nos Estados Unidos, em junho 1967, quando o editor N. Isaacs nomeou J.

Hershenroeder<sup>2</sup> como ombudsman do *Louisville Courier Journal* e do *Louisville Times*, diários locais do Kentucky, pertencentes ao mesmo grupo de imprensa.

Três aspectos desse acontecimento são enfatizados: a publicação dos artigos de B. H. Bagdikian e A. H. Raskin que inspiraram a introdução da função na redação do *Courier Journal*, a presteza com a qual o diretor desse jornal criou o cargo de ombudsman e as qualidades profissionais e humanas do primeiro ombudsman. Portanto, as narrativas escritas e propagadas pelos próprios ombudsmans acordam importância aos oito dias que separaram a publicação do artigo de A. H. Raskin e a decisão de N. Isaacs de criar um cargo de ombudsman, dando-lhe a denominação idêntica e características parecidas com aquelas sugeridas no artigo.

O primeiro ombudsman da *Folha de S. Paulo* conta que N. Isaacs “ficou tão impressionado com as palavras de Raskin que, oito dias depois da publicação do artigo, nomeou Herchenroeder para o cargo” (Costa, 1991, p. 17). Outro ex-ombudsman, Alfred Jacoby também narra a presteza de editor do *Courier Journal*: “Em Louisville, no Kentucky, um editor chamado Norman Isaacs leu e agiu. Quase imediatamente o *Courier Journal* e o *Times* possuíam o primeiro ombudsman de jornal da América, em junho 1967” (Jacoby, sem data). Numa entrevista, J. Herchenroeder lembra a criação do cargo de ombudsman um início bem fortuito: “Isaacs lançou esse artigo do *New York Times* na minha mesa e disse ‘Leia isso. Tive uma idéia’. Ele não me disse o que era. Quando li, deduzi que ele se referia à parte sobre um ombudsman” (Mogavero, 1982, p. 549).

A publicação dos artigos de Bagdikian e Raskin e criação da ouvidoria de imprensa dos diários de Louisville se somam às características profissionais da pessoa nomeada ao cargo. Os autores dos textos sobre a história da ouvidoria de imprensa tardam nos méritos do primeiro ombudsman nos Estados Unidos: J. Herchenroeder era um jornalista com quarenta anos de experiência profissional e tendo sido repórter e editor de cidades, de maneira que, na armação da narrativa da ouvidoria, “ele encarou o trabalho com a vivacidade e a perspicácia que garantiam seu sucesso. [...] Ele parecia conhecer cada canto e cada fenda da cidade” (Jacoby, sem data).

Nos textos sobre a história do grupo, porém, J. Herchenroeder aparece, sobretudo, como um ombudsman que atendia os leitores, resolvia os conflitos entre leitores e redação e

---

<sup>2</sup> Duas grafias diversas – Hershenroeder e Herchenroeder – foram encontradas nos textos pesquisados.

1 Trabalho apresentado no Núcleo de **Jornalismo**, XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Belo Horizonte/MG, 02 a 06 de setembro de 2003.

produzia relatórios à direção da redação, de modo que ele não tinha a atribuição de publicar colunas nas páginas no jornal (Jacoby, sem data). A ênfase dos três aspectos dos acontecimentos fundadores da ouvidoria de imprensa nos Estados Unidos serve para contrabalançar o caráter restrito do fenômeno de emergência da função. Segundo L. Boltanski e L. Thévenot (1991), como a grandeza dos seres e das coisas não é definitivamente solidificada, a qualificação da ação, das pessoas e dos objetos de uma situação participa da definição do valor e da fixação do estado de grandeza da situação.

Assim, existe uma desproporção entre o fato de os artigos de B. H. Bagdikian e A. H. Raskin, jornalistas renomados, terem sido publicados em revistas de circulação nacional e o fato de sua proposta ter sido retida por um diário local – certo considerado de qualidade. O *Courier Journal* é citado por Bagdikian (1967) como “um jornal de qualidade numa cidadezinha de um estado pobre” e integrava a lista dos grandes jornais elaborada por J. Merrill, em 1968. Nesse ângulo, o caráter restrito do lugar ocupado pelo jornal no espaço jornalístico é compensado por outras grandezas, como a prontidão com a qual o diário criou a função e as competências profissionais do primeiro ombudsman de imprensa.

### **O deslocamento para a imprensa nacional**

O episódio seguinte na narrativa das origens da ouvidoria de imprensa relata o momento no qual o segundo cargo foi implantado no *Washington Post*, em 1970, quando R. Harwood, integrante da redação do jornal, torna-se o primeiro ombudsman de jornal. Desde então, a função ganha novos contornos e começa a adquirir notoriedade. De um lado, o ombudsman sai do encerramento da imprensa local para se instalar na imprensa diária de circulação nacional. De outro lado, a conformação do ombudsman forjada pelo *Post* concorre para construir a visibilidade e a grandeza da função. O segundo ombudsman é modelado de maneira a se diferenciar do instituído pelo *Courier Journal*, que, nas apreciações da direção do jornal de Washington, não era “verdadeiramente nada mais do que um esforço promocional um pouco maior. Ele não é cortante para penetrar no coração do problema da credibilidade” (Foisie, 1969).

Além de receber as reclamações e responder aos leitores, tarefas realizadas pelo ombudsman do Louisville *Courier Journal*, R. Harwood passa a realizar uma análise crítica



do tratamento da informação e a publicar uma coluna semanal nas páginas de opinião da edição dominical. Estabelecida no *Washington Post*, a função de ombudsman consegue preencher dois critérios de grandeza que estavam ausentes na configuração do *Courier Journal*. A ouvidoria de imprensa se encontra engrandecida pela posição do *Post* no espaço jornalístico estadunidense e, em seguida, internacional, em virtude da repercussão do Watergate, e pela publicação de colunas, atribuição que constitui o dispositivo principal da retórica de legitimação da função de ombudsman.

Desde que a ouvidoria de imprensa entrou da redação do diário, o *Washington Post* aparece rapidamente como o modelo a ser seguido no momento da criação de cargos de ombudsman. Em dezembro 1970, ano da instituição da função no *Post*, os diários *St. Petersburg Times* e *St. Petersburg Independent* introduzem um ombudsman na redação sob impulsão do jornal de Washington (Nelsen et Starck, 1974, p. 454). Fora das fronteiras dos Estados Unidos, o halo do ombudsman do *Washington Post* também se ilumina, e outras mídias passaram a se interessar pela função, adotando-a ou descrevendo-a para seu público. No Canadá, o diário *Toronto Star* inaugura a ouvidoria de imprensa, em 1972, confiando a Mark Harrison essa função. Em 1986, a função chega à Europa, com a instituição do cargo de *defensor del lector* do *El País*. O Brasil é o primeiro país da América do Sul a contar com a ouvidoria de imprensa, quando, em setembro de 1989, a *Folha de S. Paulo* nomeia Caio Túlio Costa como ombudsman. O *Le Monde* publica em 9/5/1982, doze anos depois da nomeação do primeiro ombudsman do *Washington Post* e doze anos antes da introdução do *médiateur* na sua redação, um artigo sobre « Le Médiateur du *Washington Post* », assinado por Robert Solé, que será, a partir de 1998, *médiateur* do diário francês<sup>3</sup>.

## A revisão da história

Entretanto, trinta anos após o que era considerado o acontecimento fundador da ouvidoria de imprensa, as circunstâncias da emergência dessa função foram corrigidas. Em setembro 1999, a ONO reedita sua brochura sobre o ombudsman, cuja primeira versão foi publicada em 1993, e opera importantes revisões na história do grupo. Alguns acontecimentos

---

<sup>3</sup> Para uma análise comparativa da ouvidoria de imprensa praticada em jornais diferentes, ver Maia (2003), Mata (2002) e Mendes (2002)





precedem e sucedem a elaboração da brochura. Em julho 1999, Osami Okuya, *senior staff for the ombudsman committee* do diário japonês *Yomiuri Shimbun*, remete a Arthur C. Nauman, então secretário executivo da ONO, a reprodução de um artigo sobre a criação do comitê de ombudsmans do *Asahi Shimbun*, datado de 21/10/1922, fato que entra prontamente na narrativa das origens da ouvidoria da imprensa. No capítulo consagrado à história da função da brochura da ONO, que esteve em circulação de julho 1993 a setembro 1999, podia-se ler:

“O primeiro ombudsman de imprensa foi designado em junho de 1967, em Louisville, Kentucky, para agir em nome dos leitores do *The Courier Journal* e do *The Louisville Times*. A primeira nomeação canadense – no *The Toronto Star* – foi em 1972” (Organization of News Ombudsmen, 1993)

Essa narrativa da emergência da ouvidoria de imprensa situa peremptoriamente os acontecimentos e concentra os fatos na América do Norte – Estados Unidos e Canadá. Na brochura que foi difundida entre os membros da ONO, em setembro 1999, foi adicionado:

“O conceito geral provém do ‘Bureau of Accuracy and Fair Play’ estabelecido em 1913 no *New York World*. Nove anos mais tarde o *Asahi Shimbun*, em Tóquio, estabelece um comitê para receber e investigar as queixas dos leitores. Ele foi inspirado no bureau do *World*. Um outro grande jornal de Tóquio, *The Yomiuri Shimbun*, institui um comitê de redação em 1938 para monitorar a qualidade do jornal. Em 1951, esse grupo se tornou em comitê de ombudsman composto de 28 membros que hoje escuta as queixas do leitor sobre o jornal e se reúne diariamente com os editores<sup>4</sup>”

Ora, esse agenciamento dos fatos proposto pela brochura da ONO expedida em setembro sofre modificações antes do final de 1999. Em dezembro desse ano, a brochura da ONO emprega uma outra versão da história do grupo. Uma pequena frase escorrega no início do parágrafo para diferenciar o alcance da narrativa e para separar geograficamente os acontecimentos e não se faz mais referência ao *New York World*. De fato, a nova versão da brochura da ONO que está disponível no site da associação fornece a seguinte narrativa das origens da função:

---

<sup>4</sup> Citado por Maezama (1999).



“[O ombudsman de imprensa] é uma idéia nova?

Relativamente falando, sim – pelo menos nos Estados Unidos e Canadá. O primeiro ombudsman de imprensa dos Estados Unidos foi designado em junho de 1967, em Louisville, Kentucky, para servir os leitores do *Courier Journal* e do *Louisville Times*. A primeira nomeação canadense – no *Toronto Star* – foi em 1972. O conceito estava em funcionamento bem antes no Japão. Em 1922, o *Asahi Shimbun*, em Tóquio, estabeleceu um comitê para receber e investigar as queixas dos leitores. Um outro grande jornal de Tóquio, *The Yomiuri Shimbun*, instituiu um comitê de redação em 1938 para monitorar a qualidade do jornal. Em 1951, esse grupo se tornou em comitê de ombudsman composto de 28 membros que hoje escuta as queixas do leitor sobre o jornal e se reúne diariamente com os editores. Atualmente, os ombudsmans de imprensa estão estabelecidos na América do Norte e do Sul, na Europa, e em algumas partes do Oriente Médio e da Ásia” (Organization of News Ombudsmen, 1999).

A delimitação geográfica significa a confrontação de dois pólos de legitimação da ouvidoria de imprensa: de um lado, “nos Estados Unidos, o primeiro ombudsman de jornal”; do outro lado, é localizado no Japão o início de um “conceito que existia há muito tempo” antes mesmo de ser adotado na América do Norte. A admissão da anterioridade da introdução do conceito no Japão se faz pela sua depreciação em filigrana, pois não se reconhece explicitamente essa experiência como uma instância de ouvidoria de imprensa e sim como o início do “conceito” de ombudsman de imprensa. A dificuldade de aceitar o ombudsman japonês como um verdadeiro ombudsman reside do fato de ele não produzir colunas nos jornais. Na representação paradigmática difundida pela ONO, se o ombudsman não publica colunas, ele arrisca ser apenas um simulacro da função e tomar a forma de um serviço de atendimento ao cliente.

Analisando a dinâmica do posicionamento dos agentes à luz da abordagem interacionista da sociologia das profissões, pode-se restituir as lutas internas nos agrupamentos enquanto posicionamentos visando a garantir a influência no agrupamento (Bucher et Strauss, 1992). Assim, as modificações nas origens da ouvidoria de imprensa ecoam no interior da ONO e marcam o posicionamento dos agentes para se assegurar um lugar de influência. A entrega da brochura aos associados da ONO, no início de setembro 1999, provocou rapidamente reações a propósito da definição e das características da ouvidoria de imprensa. Em 05/09/1999, Linda Raymond, então ombudsman do *Courier Journal*, escreve uma coluna na qual ela retifica o início da ouvidoria de imprensa:

“O *Courier Journal* pensava que ele tinha criado o primeiro ombudsman de imprensa em 1967. De fato, os japoneses inventaram a idéia em 1922. [...] Durante 32 anos, o *Courier Journal* se orgulhava na crença de ter nomeado o primeiro ombudsman de imprensa e de ter lançado o movimento internacional do ombudsman de imprensa. Nós estávamos enganados. Nós não sabíamos que o conceito estava funcionando há vários anos no Japão. [...]. Nosso erro veio à luz quando Art Nauman, secretário executivo da ONO, revisou a brochura” (Raymond, 1999).

O retificativo de Raymond não tarda a repercutir entre os membros da ONO e vários agentes tomam posição sobre o assunto, o que causa uma troca substancial de correspondências entre os membros da ONO. Se Linda Raymond confessa prontamente o erro e atribui aos jornais japoneses a introdução do ombudsman de imprensa, outros agentes serão muito mais reticentes e remeterão o ombudsman japonês numa posição de interioridade em relação ao ombudsman estadunidense. Essa confrontação é uma “provação” que exige o reposicionamento dos agentes (Walter, 1996, p. 89) na defesa de uma definição da ouvidoria de imprensa.

Esse episódio é rico em subtilidade e em confrontação simbólica pela demarcação do território, pela legitimação de uma representação da ouvidoria de imprensa e pela reivindicação de merecer o título mais do que outras frações do grupo. Por conseguinte, a modificação na brochura da ONO não é anódina. Membros do grupo que acolheram e aceitaram a revisão da história do grupo arriscam perder suas posições e desbastar seus interesses no espaço profissional. O que está em risco desse debate é a definição da ouvidoria de imprensa, uma definição que não faz abstração das origens e das atribuições do ombudsman. Decidir sobre as origens da função é igualmente arbitrar as atribuições e as competências profissionais do ombudsman de imprensa. As discussões sobre a determinação do local de emergência da função se fazem, então, acompanhar da caracterização do ombudsman da imprensa mais digno que os outros, o que se produz pela fixação de atribuições, o repertório das tarefas realizadas pelos titulares da função e o local ocupado pelo ombudsman numa empresa jornalística.

No seu artigo « The controversy over the origins and functions of ombudsmanship » que traz fragmentos dos posicionamentos de outros ombudsmans, T. Maezawa expõe o que, na sua opinião, constitui o risco da discussão sobre as origens da função:

“Apesar da explicação honesta [de Linda Raymond], eu diria que a pergunta ‘Qual é a origem da ouvidoria de imprensa?’ nunca foi respondida. De outra maneira, nós estamos encarando uma outra pergunta difícil, que é ‘Podemos considerar o sistema de checagem do conteúdo dos jornais do Japão como o equivalente da ouvidoria de imprensa estadunidense?’ [...] Minha resposta é que nós não podemos essencialmente. Eu hesito em considerar que o ‘sistema de checagem do conteúdo dos jornais’ do Japão possa ser visto como digno da ouvidoria de imprensa. Entretanto, nós não podemos ignorar algumas características e funções comuns que eles têm nos trabalhos internos” (Maezawa, 1999).

Diante dessa provação, o posicionamento dos agentes pode, à primeira vista, ser paradoxal: aqueles que poderiam ser depreciados pelas modificações, como a *ombudsman* do *Courier Journal*, reconhecem prontamente a anterioridade dos japoneses; enquanto que aqueles que poderiam ser favorecidos pelas modificações, como T. Maezawa, ex- diretor do comitê de ombudsman de um diário japonês, hesitam em tomar uma atitude categórica. Ele tenta “argumentar contra” o fato de que a ouvidoria de imprensa “provém ou no mínimo foi inventado no Japão”, ainda que ele acredite que a ouvidoria de imprensa estadunidense e os comitês de ombudsmans japoneses possuam similaridades na apreciação do tratamento da informação voltada para o público interno dos jornais.

No Japão, as empresas jornalísticas designam os programas de ouvidoria de forma variada. A mais adotada é de “comitê de checagem de Jornais”, mas também “conselho de inspeção de reportagens jornalísticas, departamento de avaliação do conteúdo das notícias, seção de checagem de artigos”. Por conseguinte, os membros desses comitês não são oficialmente chamados ombudsmans; eles se autodesignam “representantes dos leitores” (Maezawa, 1992, p. 134), uma denominação que a ONO reconhece como similar a de ombudsman.

Segundo T. Maezawa (1999), as causas dessa terminologia são: o peso etimológico e histórico da palavra escandinava ombudsman, que deveria ser apenas empregada nos casos em que existe uma representação de todos os públicos e de interesse público. Mas, diferentemente dos outros países, nos quais são poucos ou inexistentes os ombudsmans, a maioria dos jornais japoneses possui um comitê interno de verificação da exatidão, da credibilidade e da deontologia e esses comitês estão funcionando há muito tempo – a maioria tem mais de trinta anos, sendo que alguns são anteriores à Segunda Guerra Mundial. Em abril de 1997, segundo uma enquête da Associação de Editores e Redatores de Jornais – Nihon

Shinbun Koykai – 56 dos 94 diários japoneses pesquisados, de um universo total de 116 diários, tinham um comitê de verificação de reclamações de leitores.

Os japoneses consideram que eles têm uma fraqueza em comparação com o modelo adotado pela ONO. Seria uma “falta de investigação e de independência” (Maezawa, 1999) e o fato de a ouvidoria de imprensa japonesa ter sido instituída para encorajar o controle de qualidade. Assim, ela distancia-se do discurso de justificação e de legitimação do grupo difundido pelos agentes estadunidenses, segundo o qual o ombudsman deve responder ao direito de saber do público e permitir o acesso dos leitores à mídia. Tocamos, então, no ponto nodal da representação da ouvidoria: o ombudsman de imprensa deve ser independente, e essa independência terá como prova o *go public*, o tornar público, práticas jornalísticas admitindo erros, de maneira que “existe uma espécie de consenso, nos EUA, de que a prática do ‘ombudsmanato’ de imprensa só tem valor se o profissional ombudsman tornar público em sua coluna os erros do jornal (ou rádio, TV, veículo para o qual trabalha) [e] [...] as informações que poderiam colocar em risco o conceito, a estabilidade interna e a imagem do produto nas mídias” (Xavier, 1997). Assim, o que entravaria a equivalência dos ombudsmans de imprensa japoneses e a representação paradigmática dos titulares da função seria a falta de *go public*, o pouco de disposição de “divulgar informações sobre eles mesmos e de convidar os leitores a participar de discussões” (Maezawa, 1999) deontológicas.

### **Narrowing ou expansion**

Entretanto, a análise da situação do grupo profissional mostra que a ouvidoria de imprensa só tem a ganhar com a incorporação do ombudsman japonês como similar aos outros ombudsmans. Arthur C. Nauman apóia a reivindicação da anterioridade da ouvidoria de imprensa japonesa que, na sua opinião, fundou “a base sólida do que se tornou mais tarde o ombudsman independente nos Estados Unidos e alhures, funcionamento sozinho e independente”. Esse posicionamento é uma manifestação dos obstáculos aos quais a ouvidoria de imprensa japonesa está exposta. A estrita valorização da ouvidoria de imprensa japonesa implica na aceitação da anterioridade, do diferencial e do isolamento do modelo adotado nesse país.

De fato, os agentes do espaço profissional admitem a anterioridade das atividades de ouvidoria japonesas em relação à introdução da função de ombudsman no *Louisville Courier Journal*, mas insistem sobre as particularidades da ouvidoria de imprensa implantada no Japão, que teria “a finalidade e as atividades [...] muito diferentes daquelas dos conselhos de imprensa ou da ouvidoria de imprensa inventados nos outros países” (Maezama, 1999). A especificidade japonesa não foi, entretanto, uma razão para repelir e não aceitar os representantes desse grupo no seio da associação de ombudsmans. Como a função de ombudsman de imprensa permanece em dificuldade de progressão numérica – nos Estados Unidos, num universo de 1500 diários, 44 ombudsmans são associados à ONO, sendo que três desses cargos estão vagos – a associação de ombudsmans de imprensa não pode se autorizar a rejeição de candidaturas de pessoas exercendo funções que não correspondem à representação paradigmática.

Entre o “narrowing”, o estreitamento, e a “expansão” do grupo profissional, os ombudsmans preferiram este último. Para admitir os ombudsmans japoneses entre os membros da ONO, seus diretores executam um “trabalho de deslocamento” descrito por Jean-Yves Trépos (1992). A fim de sustentar a expansão do grupo, o trabalho de deslocamento realizado pela organização profissional procura aproximar situações de trabalhos, o que pode ser feito em três níveis: “o deslocamento dos aparelhos de enquadramento permitindo a intervenção de novos agentes; o deslocamento dos limites do reivindicável, permitindo redefinir o terreno de intervenção; o deslocamento das técnicas de manifestação, permitindo novos modos de intervenção” (Trépos, 1992, p. 45). No caso estudado, nós estamos em face de um novo agenciamento dos aparelhos de enquadramento, o que torna possível incluir os ombudsmans de imprensa japoneses na ONO, que fazem parte da associação desde 1985.

A dinâmica desses movimentos tem sentido se forem analisados pelo viés do discurso de justificação e de legitimação da ouvidoria de imprensa. Sob esse ângulo, discernem-se vários estratos do discurso, cujas diferenciações concernem os públicos aos quais ele é dirigido. De um lado, temos um discurso que os agentes do espaço profissional endereçam ao público interno, ou seja, aos próprios ombudsmans, cuja peça mestra é a independência do titular da função. Do outro lado, temos o discurso destinado aos públicos externos, que são preferencialmente a direção de empresas jornalísticas mas também os jornalistas e os leitores.

Nesse último caso, acentuam-se a qualidade, a credibilidade, a regulação das práticas profissionais e a preocupação com o público.

Desta maneira, mesmo se destoando da figura paradigmática veiculada para o público interno, o ombudsman de imprensa japonês corresponde ao nível de discurso destinado aos públicos externos. Os militantes da ONO podem tranquilamente reconhecer que “ainda que as mídias japonesas não pudessem chamar a função de ‘ouvidoria de imprensa’, eles agiam (e agem) certamente no espírito clássico do ombudsman dando passos eficazes para melhorar sua qualidade e, logo, sua credibilidade” (Nauman, citado por Maezawa, 1999). A ouvidoria de imprensa japonesa cumpre, assim, alguns dos objetivos declarados da ONO – melhorar a exatidão e a imparcialidade – e suas atividades profissionais – reuniões diárias com os editores para avaliar o tratamento da informação, relatórios internos duas vezes por semana, colunas e relatórios nos jornais, participação dos júris de concursos organizados pelo jornal – fazem parte das atribuições do ombudsman de imprensa.

Essa situação paradoxal pode ser explicada como um movimento duplo de legitimação do grupo e de formação de uma identidade coletiva. O trabalho de convicção dirigido ao público externo se articula com a constituição da identidade profissional do grupo (Baszanger, 1990, 268), de maneira que as ações de desqualificação do ombudsman de imprensa japonês sejam um modo de agir sobre a circulação de uma representação paradigmática da função. No fundo, a admissão da anterioridade dos comitês de ombudsman de imprensa japoneses se produz conjuntamente a uma definição do seu valor, que é mostrado como inferior ao da ouvidoria de imprensa estadunidense. O conceito lançado nos Estados Unidos, que são designados como “o país mais experimentado na matéria” (Sole, 2000), é assim assimilado à “adoção mais contemporânea [...] da terminologia específica de ‘ombudsman de imprensa’ ” (Xavier, 1996).



## BIBLIOGRAPHIE

BAGDIKIAN, Ben H. « The american newspaper is neither record, mirror, journal, ledger, bulletin, telegram, examiner, register, chronicle, gazette, observer, monitor, transcript nor herald of the day's events. It's just bad news », *Esquire Magazine*, março 1967, pp. 124–130, 138–146.

BAILEY, Charles W. « Newspapers need ombudsmen: an editor's view », *Washington Journalism Review*, novembro 1990, pp. 31–34. <http://www.newsombudsmen.org/bailey.html>

BASZANGER, Isabelle. « Emergence d'un groupe professionnel et travail de légitimation. Le cas des médecins de la douleur », *Revue française de Sociologie*, n. 31, 1990, pp. 257–282.

BOLTANSKI, Luc & THÉVENOT, Laurent. *De la justification. Les économies de la grandeur*. Gallimard, Paris, 1991.

BRÈS, Jacques. *La narrativité*. Duculot, Louvain-la-Neuve, 1994.

BUCHER, Rue & STRAUSS, Anselm. « La dynamique des professions », in STRAUSS Anselm. *La trame de la négociation. Sociologie qualitative et interactionnisme*. L'Harmattan, Paris, 1992.

CHATEAURAYNAUD, Francis. *La faute professionnelle. Une sociologie des conflits de responsabilité*. Métailié, Paris, 1991.

COSTA, Caio T. *O relógio de Pascal. A experiência do primeiro ombudsman da imprensa brasileira*. Siciliano, São Paulo, 1991.

ETTEMA, James S. & GLASSER, Theodore L. « Public accountability or public relations ? Newspaper ombudsmen define their role », *Journalism Quarterly*, 64/1, 1987, pp. 3–12.

JACOBY, Alfred. *The newspaper ombudsman: A personal memoir of the early days*, sem data. <http://www.newsombudsmen.org/jacoby.html> (15/04/2003).

MAEZAWA, Takeshi. « O ombudsman de 9 milhões de leitores », in PIOLLI, Gabriel (dir.) *Terceiro Encontro Internacional de Jornalismo, 1991. Conferências e Debates*. IBM Brasil, São Paulo, 1992.

MAEZAWA, Takeshi. « The controversy over the origins and functions of ombudsmanship », *Communication Science*, 11/5, 1999. <http://www.newsombudsmen.org/maezawa.html> (15/04/2003)

MAIA, Kênia B. F. *Approche comparative de la fonction de médiateur de presse dans les quotidiens brésiliens Folha de S. Paulo et français Le Monde*, tese de doutorado, Universidade de Metz, Metz. 2003

MATA, Maria José. *A autocrítica no jornalismo*. Minerva Coimbra, Coimbra, 2002.





- MCKENNA, Kate « The loneliest job in the newsroom », *American Journalism Review* março 1993. <http://www.newsombudsmen.org/mckenna.html> (15/04/2003)
- MENDES, Jairo F. *O ombudsman e o leitor*. O Lutador, Belo Horizonte, 2002.
- MERRILL, John C. *The Elite Press. Great Newspapers of the World*. Pitman, New York, 1968.
- MOGAVERO, Donald T. « The American press ombudsman », *Journalism Quarterly*, 59/4, 1982, pp. 548–553.
- NAUMAN, Arthur C. « News Ombudsmanship: Its History and Rationale », alocação na conferência *Press Regulation: How far has it come*, Seul, junho 1994. <http://www.newsombudsmen.org/nauman2.html> (15/04/2003)
- NELSEN, David R. & STARCK, Kenneth. « The newspaper ombudsman as viewed by the rest of the staff », *Journalism Quarterly*, 51/3, 1974, pp. 453 - 457.
- Philip M. Foisie's memos to the management of The Washington Post*. <http://www.newsombudsmen.org/foisie.html> (15/04/2003)
- ORGANIZATION OF NEWS OMBUDSMEN. *What is ONO?*, 1993.
- ORGANIZATION OF NEWS OMBUDSMEN. *What is ONO?*, 1999. <http://www.newsombudsmen.org/what.htm> (15/04/2003)
- RASKIN, Abe H. « What's wrong with American newspapers? », *The New York Times Magazine*, 11 junho 1967, pp. 28, 77 – 84.
- RAYMOND, Linda. « We were wrong », *Louisville Courier-Journal*, 05/09/1999
- RICÉUR, Paul. *Tempo e narrativa*. Papyrus, São Paulo, 1994.
- SOLE, Robert, « Médiateurs de tous pays... », *Le Monde*, 04/06/2000.
- WALTER, Jacques. *Directeur de communication. Les avatars d'un modèle professionnel*. L'Harmattan, Paris, 1995.
- WALTER, Jacques. « Pouvoir, régulation du secret et espace public. Le cas des journalistes et des magistrats », *Sciences de la société*, 38, 1996, pp. 75 – 92.
- TATE, Cassandra. « What do ombudsman do ? », *Columbia Journalism Review*, maio–junho, 1984, pp. 37 – 41. <http://www.newsombudsmen.org/tate.html> (15/04/2003)
- TRÉPOS, Jean-Yves. *Sociologie de la compétence professionnelle*. Presses Universitaires de Nancy, Nancy, 1992
- XAVIER, Mário. « Anotações de um ombudsman em final de mandato », *Boletim do Instituto Gutenberg*, 16, 1997. <http://www.igutenberg.org/xavier16.html> (15/04/2003)
- XAVIER, Mário. « Ombudsmen de imprensa são necessários ? Por quê ? », *Chasqui*, 54, 1996.