

# TRANSPARÊNCIA E PARTICIPAÇÃO DAS AUDIÊNCIAS: UMA PERSPETIVA DOS DIRETORES E EDITORES DE MÉDIA NO CHILE

**Constanza Hormazábal**

Facultad de Comunicación, Universidad de los Andes, Santiago do Chile, Chile

## RESUMO

Atualmente, as audiências dispõem de diversas plataformas para debater sobre jornalismo, onde a responsabilização dos média se inicia com a avaliação pública por parte dos cidadãos. A transparência emerge como uma construção normativa, intimamente ligada à responsabilidade social e à validação do jornalismo. Para alcançar esse objetivo, foram desenvolvidos instrumentos de participação das audiências que visam mostrar e explicar as normas e valores subjacentes à cobertura jornalística.

A participação das audiências desempenha um papel fundamental no processo de responsabilização dos média, ouvindo e dando voz aos cidadãos. Contudo, essa participação tem implicações no contexto da transparência, do imediatismo, do acesso global e da interatividade, apresentando desafios significativos para os média na sua responsabilidade para com o público.

Este artigo visa revelar a percepção dos diretores e editores de média no Chile sobre os instrumentos de responsabilização dos média, para descrever e caracterizar a transparência e a participação das audiências no país. Com base num estudo exploratório de metodologia qualitativa, foram realizadas 11 entrevistas semiestruturadas com diretores de televisão, jornais, rádio e média digitais.

Estes temas têm sido pouco explorados como objetos de estudo no Chile, e a investigação neste campo é limitada, coincidindo com uma diminuição da confiança dos cidadãos nos média. Assim, investigar e analisar os instrumentos de transparência e participação das audiências no contexto da responsabilização dos média pode abrir novas perspectivas de análise para compreender a situação atual dos média no Chile e a sua relação com o público.

## PALAVRAS-CHAVE

responsabilização dos média, transparência dos média, participação das audiências, ética, jornalismo

# TRANSPARENCY AND AUDIENCE PARTICIPATION: A VIEW FROM MEDIA DIRECTORS AND EDITORS IN CHILE

## ABSTRACT

Today, audiences have different platforms to debate about journalism, in which media accountability begins with citizens publicly assessing it. Transparency becomes relevant as a normative construct that is linked to social responsibility and journalism's social validation. Instruments for audience participation have been established to show and explain the norms and values that underpin journalistic coverage.

Audience participation plays a key role in the process of media accountability in listening and giving voice to citizens. However, it has implications in the context of transparency, immediacy, global access, and interactivity, presenting significant challenges for the media in fulfilling their accountability to the public.

This research seeks to show, from the standpoint of media directors and editors in Chile, how they perceive media accountability instruments in order to describe and characterize transparency as well as audience participation in the country. Based on an exploratory study of qualitative methodology, 11 semi-structured interviews were conducted with directors from television, newspaper, radio, and digital media.

These issues have been little explored as objects of study in Chile, and there is limited research in this field, coinciding with a decline in citizens' trust in the media. For this reason, investigating and analyzing the instruments of transparency and audience participation within the framework of media accountability can open new perspectives of analysis to understand the current situation of the media in Chile and its relationship with audiences.

#### KEYWORDS

media accountability, media transparency, audience participation, ethics, journalism

---

## 1. INTRODUÇÃO

Apesar da elevada concentração da sua propriedade, ligada a grupos de elite, os média chilenos eram reconhecidos como uma instituição confiável até à convulsão social de outubro de 2019 (Luna et al., 2022). Estas manifestações em massa revelaram uma perda de confiança nas instituições-chave de uma democracia (Morales Quiroga, 2020), à qual a imprensa não foi imune, sendo “escrutinada e abertamente questionada como instituição produtora de conhecimento” (Orchard & Fergnani, 2023, p. 1683).

Esta crise social teve repercussões negativas na perceção das audiências sobre os média, questionando a veracidade e fiabilidade das notícias, bem como o seu papel social e a sua capacidade de contribuir para a gestão da crise (Grassau et al., 2019).

Nesse contexto, torna-se relevante discutir o papel dos média, os seus direitos, liberdade e, sobretudo, as suas responsabilidades. Surge aqui o conceito de “responsabilização dos média” (*media accountability*), que acentua a responsabilidade dos média perante o público e os mecanismos e ferramentas destinados a assegurá-la (Bertrand, 2000).

Compreendendo o papel singular da imprensa nas sociedades democráticas, a literatura sobre responsabilização dos média identifica instrumentos que contribuem para revelar e explicar ao público as normas e os valores que sustentam a cobertura jornalística. Esses instrumentos visam aumentar a credibilidade e legitimidade da imprensa (Koliska, 2022), promovendo a transparência nos processos informativos como uma ferramenta para fortalecer e restaurar a confiança no jornalismo, face a comportamentos antiéticos (Bastian, 2019).

O exposto acima, aliado ao facto de que as audiências deixaram de ser as únicas receptoras de informações — também debatem, interagem, criam, comunicam e partilham

—, confere-lhes um papel influente na responsabilização dos média, caso estes não cumpram os padrões éticos (Pérez Díaz et al., 2020).

De acordo com López-López et al. (2019), no Chile, a televisão pública apresenta indicadores de transparência de maior qualidade para os cidadãos, especialmente no que diz respeito à produção de informações e ao acesso ao conteúdo. Em contrapartida, a televisão privada oferece pouca informação, focando-se sobretudo na programação e publicidade. No entanto, em ambos os casos, a informação disponibilizada não permite identificar o responsável no momento de responsabilização, nem gera “regras claras que permitam aos cidadãos envolverem-se nos processos para uma governação eficaz” (p. 73).

A responsabilização dos média no Chile tem sido pouco explorada na investigação académica, mas apresenta uma oportunidade desafiante para jornalistas e órgãos de comunicação, especialmente em períodos de convulsão social, marcados pela desinformação e pelo declínio da confiança do público nos média (Núñez-Mussa et al., 2024). Estes contextos de protestos e agitação social desafiam a autoridade e as práticas jornalísticas (Orchard & Fergnani, 2023).

Este estudo procura descrever o estado da responsabilização dos média no Chile a partir do ponto de vista de um dos seus atores: os próprios média.

Para este estudo, recolhemos as perspetivas dos diretores e editores de órgãos de comunicação sobre como percebem os instrumentos de responsabilização dos média no seu ambiente de trabalho, especificamente no que diz respeito à transparência e à participação das audiências. Assim, pretendemos caracterizar os elementos que influenciam a criação e o desenvolvimento desses instrumentos na imprensa local.

Trata-se de uma pesquisa exploratória, resultante da escassez de estudos sobre o tema, que estão mais desenvolvidos na Europa. Aqueles que se centram na América Latina destacam a necessidade de abordar esta questão a partir do contexto mediático chileno (Gutiérrez & Hormazábal, 2022) e sublinham a obrigação de gerar novas descobertas num campo amplamente inexplorado, especialmente no que diz respeito à confiança dos cidadãos nos média (Hormazábal, 2024).

Partindo do exposto, descrevem-se as perceções dos entrevistados relativamente à transparência e à participação das audiências, explorando-se a relação com a falta de confiança dos públicos nos média. Através de entrevistas confidenciais semiestruturadas, analisa-se as opiniões de 11 diretores e editores de órgãos de comunicação, reconhecendo que estes são os principais responsáveis pela transmissão da informação. O editor, em particular, desempenha um papel fundamental ao realizar avaliações epistemológicas que determinam a relação entre os acontecimentos e como são relatados, assegurando assim a validade do processo jornalístico (Duffy, 2021).

Os dados obtidos permitem concluir que, em termos de transparência, existe um amplo consenso sobre a necessidade de divulgação pública da propriedade dos média, para as audiências terem um conhecimento claro sobre quem está por detrás das notícias. No entanto, essa mesma ênfase não é evidente quando se trata de divulgar publicamente os processos editoriais. Relativamente à participação das audiências, são identificados vários desafios que devem ser superados para garantir um envolvimento efetivo, em vez de uma simples escuta.

Considerando o declínio nos níveis de confiança do público na imprensa no Chile desde 2019 (Centro de Estudios Públicos, 2023; Grassau et al., 2019; Newman et al., 2023), este estudo pode abrir novas avenidas de investigação sobre tópicos pouco explorados. As conclusões podem orientar e contribuir para estudos sobre o papel e as responsabilidades da imprensa numa sociedade democrática.

## 2. REVISÃO DA LITERATURA

### 2.1. RESPONSABILIZAÇÃO DOS MÉDIA: TRANSPARÊNCIA E PARTICIPAÇÃO DAS AUDIÊNCIAS

Bertrand (2000) refere que a responsabilização dos média consiste em “qualquer meio não estatal de tornar os média responsáveis perante o público” (p. 107). No entanto, McQuail (2003) expande este conceito, definindo-o como “qualquer processo voluntário ou involuntário através do qual os média são direta ou indiretamente responsáveis perante a sociedade e aqueles diretamente afetados pela qualidade e/ou consequências da publicação” (p. 206).

Fengler et al. (2021) afirmam que o conceito assenta em dois aspetos inter-relacionados: primeiro, a função do jornalismo de observar as ações nos sistemas sociais, para servir as audiências através da seleção e disseminação de notícias essenciais para a participação ativa na vida social; e segundo, a relação entre a democracia e as condições indispensáveis que permitem aos média desempenhar esse papel de forma responsável e sem constrangimentos externos. Assim, os autores sustentam ser indiscutível a necessidade de métodos eficazes para avaliar e salvaguardar a qualidade do desempenho jornalístico. No entanto, o tipo de instrumentos e mecanismos que podem garantir um impacto sustentável na concretização deste objetivo permanece incerto. Um deles é a autorregulação, considerada um pilar essencial para a responsabilização dos média (Bastian, 2019), cujo estudo antecede o próprio conceito de “responsabilização dos média”. A este último conceito, a literatura acrescenta a transparência e a participação das audiências.

Para Meier e Trappel (2022), “a transparência cria uma base sólida para a tomada de decisões ao acumular informação e controlar as elites aparentemente poderosas na sua tentativa de impor as suas próprias agendas em detrimento do público em geral” (p. 257). Por essa razão, a transparência na propriedade dos média torna-se fundamental neste debate, pois implica identificar e avaliar quem se expressa através dos média, como tomam as decisões, que interesses representam e como esses interesses afetam a sociedade. Ao tornar a propriedade visível, o público é capacitado para tomar decisões informadas sobre como reagir a esse conteúdo (Picard & Pickard, 2017). Conforme destacado por Bleyer-Simon et al. (2023), a transparência na propriedade “é essencial para avaliar e gerir os riscos decorrentes da concentração da propriedade” e “pode contribuir para a eficácia do pluralismo nos média, revelando as estruturas de propriedade subjacentes” (p. 59).

O conceito de “transparência dos média” suscitou interesse ao estabelecer uma série de instrumentos, especialmente no âmbito organizacional, no sentido de preservar

e recuperar a confiança no jornalismo através do relato dos seus processos de informação (Fengler et al., 2021). Neste sentido, Meier e Reimer (2011) defendem que a transparência é “uma construção normativa intrinsecamente ligada à responsabilização e à justificação pública da prática jornalística” (p. 135). Esta transparência ajuda a expor e explicar ao público as normas e valores que sustentam a cobertura jornalística, contribuindo assim para uma maior perceção de credibilidade, legitimidade e confiança das audiências na imprensa (Koliska, 2022).

Com base no exposto, Domingo e Heikkilä (2012) propõem diversas práticas que os média podem adotar, como a apresentação de perfis de jornalistas, a publicação de declarações de missão, blogues de redação e hiperligações para fontes primárias, entre outros. Estes recursos permitem demonstrar como os média desenvolvem o seu trabalho e promovem a participação ativa das audiências (Bastian, 2019).

A participação das audiências no contexto da responsabilização dos média tem sido vista como um meio de reforçar a consciência profissional dos jornalistas e uma oportunidade para aumentar a literacia das audiências para os média. Segundo van der Wurff e Schönbach (2014), que também exploram a relação entre transparência e audiência, à medida que os órgãos de comunicação declaram ou explicam os princípios orientadores nas suas redações e práticas diárias, as audiências compreendem melhor o jornalismo e escolhem os órgãos que consideram de maior qualidade. Diakopoulos e Koliska (2017) complementam esta perspetiva, defendendo que a transparência nos média permite que as audiências observem o processo de produção das notícias e os jornalistas responsáveis pelas mesmas.

Na relação entre transparência e audiência, Karlsson (2013) sugere que, embora os média sejam transparentes na divulgação das suas rotinas jornalísticas, permitindo que as audiências as conheçam, essa transparência não facilita a sua participação e é, na maioria, unidirecional. Por outro lado, existe uma transparência participativa que convida e envolve os públicos no processo de seleção e produção das notícias. Para Karlsson (2013), se esses rituais de divulgação e participação forem incorporados nas rotinas jornalísticas, podem funcionar “como um sistema de responsabilização e uma forma de aumentar a legitimidade junto dos cidadãos” (p. 537).

Pritchard (2000) destaca a participação das audiências no processo de responsabilização dos média, sublinhando que esse processo começa com os cidadãos. Se estes não forem críticos relativamente aos média, os média nunca conseguirão identificar a raiz do problema. Além disso, o contexto de imediatismo, transparência, acesso global e interatividade apresenta desafios em relação aos padrões profissionais e aos interesses das audiências em geral (Ward & Wasserman, 2010). Nesse sentido, a crítica no jornalismo é um instrumento fundamental de responsabilização, não apenas para cumprir os princípios e valores das suas culturas jornalísticas, mas também como um espaço essencial para a contribuição do público na melhoria da qualidade da informação (Rodríguez-Martínez et al., 2017).

Nesse sentido, as redações têm implementado novos e variados instrumentos que criam oportunidades para os públicos poderem contribuir, criar ou rever conteúdos.

Esses mecanismos ajudam a esclarecer como um órgão de comunicação exerce a sua responsabilização, incluindo, por exemplo, os comentários dos utilizadores, a avaliação das notícias online, os botões para correção de erros, os encontros digitais com os leitores e as contribuições dos utilizadores na criação e revisão de conteúdos (Mauri-Rios et al., 2022).

Para o público, a prioridade e a responsabilidade da imprensa em relação aos cidadãos residem na percepção de que os jornalistas são responsáveis perante eles, uma vez que “sem informação verdadeira, independente e de interesse público, a própria essência da democracia é posta em causa” (Chaparro-Domínguez et al., 2020, p. 822).

## 2.2. O PANORAMA DOS MÉDIA NO CHILE

O sistema dos média no Chile apresenta características que refletem tendências comuns em toda a América Latina. Com a democratização dos sistemas políticos da região, consolidou-se um modelo de mercado livre, resultando num fenómeno de concentração dos média na dinâmica de operação dos órgãos de comunicação (Guerrero & Ramírez, 2015; Hallin & Mancini, 2004/2008; Waisbord, 2010). Este contexto levanta questões importantes sobre o pluralismo informativo (Monckeberg, 2011; Montt, 2017; Orellana & González-Bustamante, 2018).

De acordo com Gronemeyer et al. (2020), as críticas ao sistema dos média no Chile não se restringem apenas à concentração nas mãos de poucos proprietários, “mas também porque é acusado de servir interesses relacionados a direitos políticos” (p. 955). Essa situação enfraquece a contribuição do jornalismo para o debate público e deslegitima o seu papel em questões de interesse geral, prejudicando o desenvolvimento democrático.

Embora, com o restabelecimento da democracia, principalmente na primeira década, tenha havido avanços em termos de restrições do Estado à liberdade de expressão e à concentração dos média, em especial na imprensa, segundo Couso (2011), a excessiva vinculação ao setor empresarial teria excluído do debate democrático questões significativas que emergem “em eventos violentos [que] acabam geralmente por estigmatizar grupos — sobretudo desfavorecidos — que durante anos sofreram um silenciamento das suas reivindicações e preocupações” (p. 3).

Uma parte desse cenário foi evidenciada pela convulsão social de outubro de 2019, que desencadeou protestos massivos em resposta ao crescente descontentamento social em relação a casos de conluio empresarial e financiamento político irregular envolvendo as elites. Essa convulsão também refletiu uma crise de confiança nas instituições de aplicação da lei e uma crise de representação, manifestando-se na diminuição da adesão aos partidos políticos e na perda de confiança em instituições fundamentais da democracia, como o Governo, os tribunais e o Congresso (Morales Quiroga, 2020).

A crise política e social que desencadeou uma série de protestos em massa expôs um descontentamento não apenas em relação às elites políticas e económicas, mas também em relação às elites mediáticas representadas pelos média tradicionais, predominantemente conservadores, que apoiavam as políticas neoliberais contestadas pelos manifestantes (Luna et al., 2022).

Um aspecto significativo do panorama mediático no Chile nos últimos anos diz respeito à baixa classificação e à perda de confiança do público nos média após a convulsão social de 2019. A televisão foi a mais mal avaliada, recebendo uma pontuação de 3 (numa escala de 1 a 7), apesar de ser o meio mais utilizado, enquanto as rádios e os jornais obtiveram classificações de 4,7 e 4,5, respetivamente (Grassau et al., 2019).

No que diz respeito à confiança nos média, o Centro de Estudios Públicos (2023) classifica a televisão como uma das instituições menos confiáveis, em contraste com os jornais (posição 6 em 20) e a rádio (posição 5). Além disso, o *Reuters Digital News Report* que monitoriza a confiança nas notícias desde 2017, revela que este indicador não recuperou os níveis verificados antes da convulsão social de 2019. Pelo contrário, os 32% registados em 2024 estão próximos do valor mais baixo observado nos últimos sete anos (Newman et al., 2024).

Uma dinâmica distinta foi observada com os média alternativos, que ganharam relevância e ampliaram a sua interação após a convulsão social, ao produzirem notícias politicamente desfavoráveis e disseminar evidências de que não receberam atenção dos média tradicionais (Luna et al., 2022).

Esses fatores são significativos no contexto chileno, uma vez que os média têm enfrentado desafios decorrentes de uma série de eventos políticos, incluindo a convulsão social de 2019, o subsequente referendo para a elaboração de uma nova Constituição Política, eleições presidenciais e desastres naturais. Essas circunstâncias colocaram a imprensa sob intenso escrutínio público, levando os cidadãos a expressarem as suas perceções sobre os média, especialmente através das redes sociais (Fernández Medina & Núñez-Mussa, 2023).

### 3. METODOLOGIA

Do ponto de vista dos diretores e editores dos órgãos de comunicação, o estudo propõe as seguintes questões de investigação (Q1):

- Q1: de que forma os diretores e editores dos órgãos de comunicação no Chile descrevem e caracterizam os instrumentos de transparência e os mecanismos de participação do público em relação à responsabilização dos média?
- Q12: quais são as perceções sobre a transparência e os instrumentos de participação do público nos órgãos de comunicação onde os diretores e editores atuam?
- Q13: existem condições estruturais ou organizacionais que influenciem a criação e o desenvolvimento desses instrumentos de responsabilização dos média nos órgãos de comunicação chilenos?

O método escolhido é qualitativo, uma vez que permite compreender o significado que os indivíduos atribuem às questões sociais, enfatizando as palavras em detrimento da quantificação (Bryman, 2012; Creswell, 2017). Esta abordagem é essencial para captar as perceções dos diretores e editores sobre o fenómeno em análise. Através de entrevistas semiestruturadas, os diretores e editores dos órgãos de comunicação foram convidados a partilhar as suas experiências, com base nas suas perceções e perspetivas.

A amostra é de natureza não probabilística, permitindo a seleção estratégica de participantes relevantes para as questões de investigação (Bryman, 2012). Este critério foi utilizado para estabelecer uma seleção intencional e diversificada de órgãos de

comunicação no Chile, considerando formato, trajetória, linha editorial e público-alvo. As entrevistas foram realizadas com indivíduos que ocupavam os cargos de diretor ou editor-chefe nestes órgãos de comunicação. Embora cada papel implique funções distintas, são considerados semelhantes nesta investigação devido ao nível de responsabilidade partilhado no fluxo de trabalho necessário para o cumprimento da função informativa da imprensa. Esses profissionais são também responsáveis pela contratação de jornalistas com competências pertinentes e alinhados com as políticas do órgão de comunicação (Hollifield et al., 2001).

A amostra considerou, em primeiro lugar, os órgãos de comunicação chilenos da região metropolitana, com base na cobertura nacional, associados da Federação de Meios de Comunicação Social do Chile (Asociación de Radiodifusores de Chile, Asociación Nacional de la Prensa e Asociación Nacional de Televisión de Chile) dotados de um departamento de imprensa e, como segundo fator, o índice Reuters de consumo de notícias digitais no Chile (Newman et al., 2023).

Desenvolver a análise a partir da perspectiva dos diretores e editores dos órgãos de comunicação revelou-se um desafio considerável, devido à complexidade envolvida nas questões propostas, que exigiam não só um exame profundo da prática diária numa redação, mas também dos pormenores das discussões quotidianas e dos processos de tomada de decisão — aspetos frequentemente não tornados públicos, mesmo quando sujeitos a regulação ou autorregulação. Para garantir uma comunicação livre e aberta, as entrevistas foram conduzidas de forma anónima, proporcionando aos participantes um ambiente confortável para se expressarem sem reservas.

A Tabela 1 apresenta os participantes, identificando as suas características gerais. A seleção incluiu órgãos de comunicação privados, públicos, de propriedade nacional, de grupos estrangeiros e sem fins lucrativos, abrangendo jornais de distribuição nacional, jornais gratuitos e emissoras de rádio predominantemente informativas. Foram considerados o tempo de serviço no cargo atual e a experiência profissional global, para evidenciar que os entrevistados são profissionais dedicados, com vasta experiência na indústria dos média.

IDENTIFICAÇÃO	CARGO	PLATAFORMA	TEMPO DE SERVIÇO NOS MÉDIA	TEMPO DE SERVIÇO NO CARGO	NÚMERO DE JORNALISTAS SOB A SUA ALÇADA
Entrevistado 1	Editor	Televisão	15	2	40
Entrevistado 2	Diretor	Rádio	13	3	27
Entrevistado 3	Editor	Jornal	27	8	30
Entrevistado 4	Diretor	Rádio	25	1	22
Entrevistado 5	Diretor	Digital	35	3	10
Entrevistado 6	Diretor	Rádio - digital	30	5	23
Entrevistado 7	Editor	Jornal - digital	28	2	10
Entrevistado 8	Editor	Televisão	17	3	150
Entrevistado 9	Diretor	Jornal	27	4	167
Entrevistado 10	Diretor	Digital	20	8	45
Entrevistado 11	Diretor	Jornal - digital	14	4	70

Tabela 1. Diretores e editores entrevistados



As entrevistas foram realizadas presencialmente (oito) e remotamente (três), sobretudo em função do regime de teletrabalho ainda em vigor em alguns órgãos de comunicação ou a pedido específico dos entrevistados.

Respeitando as considerações éticas da investigação, cada participante assinou um formulário de consentimento informado. O trabalho de campo foi realizado entre 27 de julho e 15 de novembro de 2022, com as entrevistas durando entre 28 minutos e 1 hora e 26 minutos. Entre os entrevistados, nove são homens e duas são mulheres.

A análise dos dados seguiu as diretrizes de Creswell (2017) para interpretar o significado dos dados, passando de observações específicas para conclusões mais gerais. O foco da análise assentou nos diversos instrumentos de responsabilização dos média previamente definidos, para extrair conclusões sobre as dimensões estabelecidas e garantir a consistência com a bibliografia.

Mais concretamente, foi utilizada a abordagem de análise de conversação proposta por Bryman (2012), que privilegia a análise das interações tal como elas ocorrem naturalmente. Todas as entrevistas foram transcritas por um sociólogo e a análise dos dados foi realizada manualmente, permitindo a identificação de experiências, declarações ou exemplos nos relatos dos entrevistados sobre cada questão do guião. Este processo permitiu a categorização dos temas discutidos e a identificação de áreas emergentes. As áreas desenvolvidas no questionário, que fundamentam os resultados apresentados, são as seguintes:

- percepção da informação pública de um órgão de comunicação
- existência e avaliação de instrumentos de transparência (como a propriedade, perfis de jornalistas, declarações de missão publicadas, blogues de redação e hiperligações para fontes primárias) nos órgãos de comunicação onde trabalha atualmente
- existência e avaliação de instrumentos de participação das audiências (como comentários dos utilizadores, avaliação das notícias online, botões de correção de erros, encontros digitais com os leitores e contribuições dos utilizadores para a criação e revisão de conteúdos)
- participação e percepção das audiências nos processos de produção de notícias
- avaliação da relação entre as audiências e os média no que diz respeito à confiança na imprensa.

## 4. RESULTADOS

### 4.1. INFORMAÇÃO PÚBLICA DOS MÉDIA

Há tanto concordância quanto discordância sobre a informação que deve ser divulgada publicamente, variando consoante o tópico específico a ser tornado transparente. No que diz respeito à propriedade dos média, existe um forte consenso sobre a necessidade de informar quem são os proprietários dos órgãos de comunicação, considerando especialmente o papel social que a imprensa desempenha (I3, jornal; I5, digital; I7, jornal - digital; e I8, televisão). Além disso, há uma ênfase na identificação dos fornecedores da informação (I1, televisão; I2, rádio; I3, jornal; I6, rádio - digital; I9, jornal; e I11, jornal - digital).

Por exemplo, alguns entrevistados referem que esta transparência é necessária: “dado o papel público que os média desempenham, seria saudável que tivessem este tipo de transparência” (13, jornal). Outras razões que apontam prendem-se com o direito legítimo dos proprietários dos média a terem agendas de interesses. Contudo, reconhecem “que devido à responsabilidade e ao papel que os média desempenham na sociedade para o desenvolvimento da democracia de um país, é fundamental serem transparentes” (18, televisão). Além disso, salientam a importância de conhecer a fonte de financiamento, uma vez que “as pessoas tendem a pensar que quem dá o dinheiro dita as regras, e isso também acontece no jornalismo” (15, digital).

De outra perspectiva, a transparência sobre a propriedade e a linha editorial dos média é vista como crucial, reconhecendo-se a responsabilidade que estes têm perante a opinião pública (17, jornal - digital; e 18, televisão) e a audiência, “porque essa pessoa tem de ter o direito de saber que essa informação é tratada com uma visão editorial” (18, televisão).

Quanto à propriedade dos órgãos de comunicação, alguns entrevistados sublinham a necessidade de esclarecer as ligações com empresas associadas aos mesmos proprietários (11, televisão; 14, rádio; e 15, digital). Assinalam que essa relação entre proprietários de órgãos de comunicação que são também proprietários de empresas é significativa, como um entrevistado expressou: “Acho justo que o público saiba que existe uma ligação entre as partes” (13, jornal).

#### 4.2. EXISTÊNCIA E AVALIAÇÃO DOS INSTRUMENTOS DE TRANSPARÊNCIA

Os instrumentos de transparência dos média, segundo os entrevistados, diferem quanto ao tipo de informação que comunicam publicamente, independentemente do formato dos média.

A propriedade dos média e a sua origem são geralmente reconhecidas como informações acessíveis (11, televisão; 12, rádio; 15, digital; 16, rádio - digital; 17, jornal - digital; 18, televisão; e 111, jornal - digital). Contudo, alguns entrevistados referem uma maior transparência no que diz respeito aos detalhes sobre os proprietários e empresas associadas (16, rádio - digital; e 111, jornal - digital), às fórmulas de financiamento (15, digital) e aos grupos económicos dos quais dependem (12, rádio; e 17, jornal - digital).

No caso específico dos média cujo proprietário está relacionado com a cobertura de eventos noticiosos, alguns entrevistados referem que a ligação à transparência é estabelecida como uma política (16, rádio - digital; e 111, jornal - digital). Por exemplo, quando é publicada uma notícia que envolve uma empresa associada ao proprietário do órgão de comunicação, a informação “tem sempre de ser inserida logo no primeiro parágrafo, não no quinto ou no último” (111, jornal - digital).

A transparência em relação aos perfis dos jornalistas e das redações varia entre os órgãos de comunicação, com alguns sendo mais abertos do que outros: “Acreditamos que qualquer pessoa deve poder, por exemplo, para comunicar com um jornalista, saber de onde é que esse jornalista é” (12, rádio). Em alguns casos, mais do que ser explicitamente divulgada num espaço específico, esta informação é disponibilizada pelo próprio órgão

de comunicação: “toda a equipa editorial, que é grande e que salvaguarda a informação, aparece diariamente, em todos os noticiários” (I1, televisão).

A divulgação pública dos processos de produção noticiosa revela percepções diversas entre os entrevistados, independentemente do tipo de órgão de comunicação. Enquanto alguns não desconsideram o interesse do público em conhecer esses processos (I1, televisão), outros alegam que a rotina diária do processo noticioso inviabiliza essa prática (I6, rádio - digital; e I9, jornal). Para alguns, a transparência nestes processos torna-se ainda mais difícil quando há necessidade de manter a confidencialidade das fontes (I2, rádio; e I6, rádio - digital), uma vez que “poderia pôr em causa o sigilo da fonte” (I5, digital). Além disso, destacam que “o que importa é a qualidade da peça jornalística oferecida ao público” e se esta “é feita de acordo com as normas técnicas e éticas” (I5, digital).

Os entrevistados apresentam outras razões para se oporem à divulgação dos processos de produção noticiosa, argumentando que isso pode comprometer a identidade única de cada órgão de comunicação, expressa na sua abordagem específica à cobertura jornalística: “Para uns, é o segredo do sucesso e, para outros, é a prova do falhanço, da forma como fazem as coisas” (I4, rádio). Além disso, indicam que expor esses processos pode ter implicações “devido ao conteúdo sensível que envolve relativamente à forma como, por exemplo, se filtra, verifica ou seleciona a informação” (I6, rádio - digital). A comunicação das decisões tomadas nesses processos exigiria um significativo envolvimento empresarial, especialmente considerando “os tempos atuais, de escrutínio instantâneo, teríamos de defender ou justificar as nossas decisões a toda a hora, e não sei se há tempo suficiente para isso” (I3, jornal).

Alguns entrevistados também sublinham as dificuldades em tornar os processos de produção noticiosa transparentes, dados os ritmos intensos que caracterizam os órgãos de comunicação, argumentando que “isso pode prejudicar o imediatismo e a rapidez de funcionamento que permitem que um órgão de comunicação como este trabalhe e vá para o ar sem interrupções todos os dias” (I8, televisão). Da mesma forma, outro entrevistado comentou que “estas coisas podem parecer benéficas, mas se trabalharmos nos média, percebemos que são impossíveis de implementar” (I9, jornal).

Apenas um dos entrevistados partilhou a sua experiência relativamente à divulgação pública dos seus processos de produção noticiosa, que descreveu como um espaço de diálogo e transparência com a audiência “porque muitas vezes as pessoas perguntam porque é que se inclui isto e não aquilo e por trás disso há uma decisão relacionada com o que consideramos importante” (I11, jornal - digital).

#### 4.3. EXISTÊNCIA E AVALIAÇÃO DOS INSTRUMENTOS DE PARTICIPAÇÃO DAS AUDIÊNCIAS

Observa-se uma incorporação ampla e transversal de instrumentos de participação das audiências, abrangendo a internet, as redes sociais e até as linhas telefónicas, em todos os formatos mediáticos. As rádios recorrem a redes sociais como Facebook, X, e Instagram, e algumas também utilizam YouTube e linhas telefónicas (I2, rádio; I4, rádio; e I6, rádio - digital).

Estes canais de participação das audiências são utilizados para permitir que os indivíduos expressem as suas opiniões, o que implica um processo de seleção e filtragem para determinar o que é transmitido (I4, rádio). Esta abordagem é percebida de forma positiva; como menciona um entrevistado, “na medida em que as pessoas têm mais possibilidades de se exprimir em relação àquilo que nós fazemos, é evidente que há um enriquecimento mútuo ( ... ). As pessoas vão sentir-se mais próximas dos média e vão perceber que as suas preocupações são acolhidas” (I4, rádio). No entanto, este tipo de instrumento poderia ser melhorado, uma vez que “a comunicação aqui é unilateral: nós ouvimos o público, mas não respondemos ao público” (I4, rádio).

Os espaços para comentários online funcionam como outro instrumento de recolha da participação das audiências (I5, digital; I6, rádio - digital; I7, jornal - digital; e I10, digital). A opinião do público pode auxiliar os média a corrigir erros: “no final, há sempre um botão que diz ‘se encontrar um erro, escreva-nos aqui’, e nós recebemos um e-mail” (I10, digital). Outras plataformas identificadas para a comunicação de erros, por exemplo, na televisão, são as redes sociais. Quando um erro é cometido em direto, “somos confrontados com o facto de ter de reagir ( ... ) e o público vai dizer-vos imediatamente” (I1, televisão).

Outro espaço de destaque para a participação do público são as cartas ao editor: “recebemos muito disso e, com muitas críticas em relação ao que publicamos, se erramos em algum dado ou alguma coisa, isso é apontado” (I3, jornal). As cartas ao editor são consideradas um espaço de participação porque “tentamos envolver-nos com essas pessoas, reconhecendo que formam uma comunidade, que é a nossa comunidade de leitores que temos de acolher, com a qual devemos ter empatia, por muito desafiantes que as cartas possam por vezes ser” (I9, jornal).

A capacidade de melhorar o processo de recolha de opiniões das audiências é entendida como uma área a melhorar, uma vez que seria benéfico ter “alguém exclusivamente dedicado a pedir comentários às audiências sobre o que fizemos e não fizemos, a canalizar essa informação e, de vez em quando, a dar-me retorno” (I9, jornal).

#### 4.4. PARTICIPAÇÃO DAS AUDIÊNCIAS NOS PROCESSOS DE PRODUÇÃO DAS NOTÍCIAS

Os entrevistados têm diferentes visões sobre a participação das audiências nos processos de produção de notícias. Para alguns, já faz parte das diretrizes dos média (I1, televisão; I7, jornal - digital; I11, jornal - digital). Outros consideram-na um elemento a avaliar conforme as circunstâncias (I8, televisão), enquanto alguns acreditam que a participação das audiências não deve ser considerada de todo (I3, jornal; e I4, rádio).

Os que indicam que a audiência já está integrada no processo argumentam que “quando olhamos para os índices de audiência do telejornal, vemos a audiência nos processos de decisão ( ... ) já participa na nossa tomada de decisão premiando ou criticando alguns dos nossos conteúdos” (I1, televisão). Além disso, os canais abertos nas redes sociais são vistos como uma plataforma “onde o público pode não só expressar as suas opiniões, mas também trazer à luz factos específicos que desejam ver abordados” durante as reuniões editoriais (I1, televisão). No caso da rádio, por exemplo, “seria impossível não

considerarmos as nossas audiências como a principal referência na tomada de decisões editoriais” (I2, rádio).

No entanto, alguns entrevistados consideram que esta participação não altera o papel das equipas editoriais. Como afirmou um deles, “continuamos a ser os especialistas, continuamos a ser os profissionais da comunicação. Temos de gerir e tratar essa informação adequadamente” (I7, jornal - digital), acrescentando ainda que “enquanto produzimos as notícias, recolhemos informação relevante sobre a visão e a opinião das audiências ( ... ). Em última análise, existe uma equipa editorial por uma razão” (I10, digital).

Entre os que não defendem o envolvimento direto das audiências nos processos de produção noticiosa, mantém-se, ainda assim, alguma abertura para as ouvir: “uma coisa é ouvir o público, outra coisa é deixar o público tomar decisões ( ... ) eu coloco sempre a responsabilidade de decisão do nosso lado” (I4, rádio). Esse cuidado em manter o controlo sobre as decisões editoriais não elimina o direito da audiência de ser ouvida: “mas conceder-lhes um espaço para influenciar as decisões editoriais, acho que não ( ... ) as audiências de hoje estão tão radicalizadas que abrir esse precedente pode ser bastante complexo” (I3, jornal).

Assim, cabe a cada órgão de comunicação decidir sobre o nível de envolvimento da audiência com base na sua estrutura organizacional “e nos objetivos que deseja alcançar. Claro que alguns órgãos de comunicação estão muito mais recetivos à interação com o público, o que é ótimo, muito positivo, mas outros não, não veem isso como necessário” (I5, digital).

#### 4.5. RELAÇÃO ENTRE AS AUDIÊNCIAS E OS MÉDIA: CONFIANÇA NA IMPRENSA

Na sequência do declínio da confiança dos cidadãos nos média após a convulsão social de 2019, os entrevistados discutem as razões que lhe estão subjacentes e refletem sobre o posicionamento da imprensa face às audiências.

Uma explicação para esta situação está relacionada com uma crise mais alargada de confiança nas instituições, incluindo a imprensa: “respondeu a uma perceção de um país em crise e, portanto, sendo uma dessas instituições — se assim posso dizer — a imprensa foi vítima dessa crise” (I1, televisão). Por conseguinte, constata-se que “quanto mais características institucionais tem um órgão de comunicação ou um setor, mais é afetado pela crise geral de confiança nas instituições” (I9, jornal).

A ligação entre a imprensa e a crise de confiança nas instituições revela certas características, considerando que “relatamos diariamente estes acontecimentos que fazem com que as pessoas percam a fé no sistema político, no sistema económico, no sistema judicial ( ... ) de alguma forma, pensamos que magicamente não nos afetaria” (I11, jornal - digital).

Sugere-se que as audiências considerem que os média fazem parte de uma elite, “os cidadãos têm uma grande desconfiança em relação à elite. ( ... ) As pessoas veem os jornalistas como membros de uma elite que fala para si própria em vez de abordar os problemas das pessoas comuns” (I5, digital). Além disso, foi referido que, na cobertura noticiosa, “forneceram uma plataforma e replicaram predominantemente as perspetivas das elites” (I6, rádio - digital).

A proximidade, a empatia e a sensibilidade acrescida são fatores críticos que contribuem para a erosão da confiança nos média. Esta não resulta apenas dos acontecimentos em si, mas também da cobertura de eventos passados: “erramos há muito ao acreditar sermos os donos da verdade, não compreendendo e talvez não sendo suficientemente rigorosos, o que também está relacionado com as capacidades do jornalismo” (I2, rádio). Além disso, alguns entrevistados referiram que, durante a convulsão social, a cobertura noticiosa “mostrou a falta ocasional de empatia dos órgãos de comunicação em relação à vida quotidiana dos chilenos ( ... ) penso que nos faltou, como órgãos de comunicação em geral, uma maior sensibilidade, e essa é a minha autocrítica” (I2, rádio).

Especificamente, em relação à falta de confiança e de proximidade com os cidadãos apontada por alguns entrevistados, são apresentadas razões para compreender as deficiências na construção de uma relação entre os média e os seus públicos:

todo o aparelho, e nós, os média, como parte dele, percebemos que estávamos todos desatualizados, a viver numa realidade que não é a realidade ( ... ) de facto, faz todo o sentido que as pessoas não confiem nos média porque não há proximidade, porque não há empatia ( ... ). Acreditamos que a confiança, a proximidade e a empatia com as pessoas são coisas que se têm de mostrar todos os dias. (I7, jornal - digital)

Do ponto de vista dos entrevistados, a disseminação de informações falsas nas redes sociais tornou necessária a clarificação das rotinas de trabalho jornalístico para explicar as informações que reportavam: “recebi muitas mensagens, de repente ‘ei, mas como é que o jornal não está a noticiar isto’, depois tem de se dizer ‘porque não é verdade porque não foi assim porque falta esta outra coisa’” (I9, jornal). Da mesma forma, alguns entrevistados referiram terem de explicar as rotinas jornalísticas sobre como uma notícia é construída e porque é que decidem que conteúdo noticioso é publicado: “não só eu, mas muitos outros colegas e amigos foram confrontados com as suas próprias realidades familiares e rotulados de inimigos porque eram mentirosos” (I4, rádio).

A abordagem da cobertura e a ausência de um espaço de reflexão para avaliar formas alternativas de relatar os factos são identificadas como motivos para avaliar o desempenho dos média:

acho que os média não lidaram bem com a situação ( ... ) o que estava a acontecer foi abordado como sempre foi feito: vandalismo, delinquência ( ... ) talvez não tenha havido tempo suficiente para parar, sentar e dizer “olha, está a acontecer aqui algo mais importante do que aquilo que estamos a transmitir” ( ... ) acho que a crítica aos média é apropriada, legítima e válida e acho que temos de tirar lições disso. (I8, televisão)

## 5. CONCLUSÕES

Este estudo investigou como diretores e editores de órgãos de comunicação no Chile percebem os mecanismos de responsabilização, com um foco particular na transparência e na participação das audiências. Por meio de um estudo exploratório, os

entrevistados descreveram e caracterizaram alguns instrumentos de formas que se alinham aos conceitos apresentados na literatura. A transparência da propriedade emergiu como o principal instrumento identificado, destacando o papel da imprensa em servir o público e as suas audiências (Picard & Pickard, 2017). Contudo, essa transparência não está necessariamente associada à concentração de propriedade e ao pluralismo (Bleyer-Simon et al., 2023), elementos fundamentais do atual sistema de mídia chileno (Monckeberg, 2011; Montt, 2017; Orellana & González-Bustamante, 2018).

A participação das audiências é caracterizada por instrumentos que permitem que sejam ouvidas, embora forneçam um retorno limitado e careçam geralmente de interatividade ou de uma reconexão efetiva com o público (Camaj, 2023; Ward & Wasserman, 2010), resultando numa participação predominantemente unidirecional (Karlsson, 2013). Não obstante, há uma intenção de integrar a crítica no jornalismo (Rodríguez-Martínez et al., 2017) quando um órgão de comunicação comete um erro que as audiências identificam e comunicam (Pritchard, 2000).

Os diretores e editores dos órgãos de comunicação tendem a ter uma percepção favorável sobre a transparência da propriedade, embora a considerem insuficiente no que diz respeito aos vínculos dos proprietários e à necessidade de maior transparência no conteúdo das notícias (Meier & Trappel, 2022). Esta última é vista como benéfica, mas não são claramente delineados métodos específicos para a sua implementação. Os instrumentos de transparência descritos na literatura, como blogs das redações e hiperligações para fontes primárias (Domingo & Heikkilä, 2012), não são identificados ou reconhecidos pelos entrevistados. Por outro lado, os perfis dos jornalistas são vistos, em alguns casos, como uma componente importante da transparência.

Os instrumentos de envolvimento das audiências, que visam mostrar e explicar as regras que regem a cobertura noticiosa e reforçar a confiança das audiências (Bastian, 2019; Koliska, 2022), estão notavelmente ausentes na prática e enfrentam até mesmo resistência por parte dos entrevistados. A falta de ferramentas, como encontros digitais com leitores, contribuições de utilizadores ou revisões de conteúdos (Mauri-Rios et al., 2022), acentua ainda mais a tendência para uma relação predominantemente unidirecional.

As condições que influenciam a criação e desenvolvimento de instrumentos, como os processos de produção de notícias, são vistas como inviáveis devido às dinâmicas operacionais, prazos e rotinas dos órgãos de comunicação. Além disso, os entrevistados não consideram esses instrumentos como formas eficazes para permitir que as audiências escolham conteúdos que considerem de maior qualidade (Diakopoulos & Koliska, 2017).

Perante o declínio da confiança nos média desde 2019, os entrevistados tendem a concordar com as razões discutidas na literatura (Luna et al., 2022; Morales Quiroga, 2020; Orchard & Fergnani, 2023). No entanto, não estabeleceram mecanismos ou ações concretas para abordar resolver esta situação.

Assim, investigar a relação entre a confiança nos média e a responsabilidade jornalística representa uma oportunidade para pesquisas futuras, sobretudo considerando o atual sistema de mídia no Chile e os desafios do pluralismo. Da mesma forma, explorar a relação entre as rotinas jornalísticas e os instrumentos de transparência e participação das audiências constitui outra área de possível contribuição para o campo.

**Tradução: Anabela Delgado**

## REFERÊNCIAS

- Bastian, M. (2019). *Media and accountability in Latin America*. Springer.
- Bertrand, C.-J. (Ed.). (2000). *Media ethics and accountability systems*. Routledge.
- Bleyer-Simon, K., Brogi, E., Carlini, R., da Costa Leite Borges, D., Nenadic, I., Palmer, M., Parcu, P. L., Trevisan, M., Verza, S., & Zuffová, M. (2023). *Monitoring media pluralism in the digital era: Application of the media pluralism monitor in the European Union, Albania, Montenegro, the Republic of North Macedonia, Serbia and Turkey in the year 2022*. European University Institute.
- Bryman, A. (2012). *Social research methods*. Oxford University Press.
- Camaj, L. (2023). The monitorial role of crowdsourced journalism: Audience engagement in corruption reporting in nonprofit newsrooms. *Journalism Practice*, 17(5), 911–929. <https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1960587>
- Centro de Estudios Públicos. (2023, 27 de junho). *Encuesta CEP n° 89, Junio-Julio 2023*. <https://www.cepchile.cl/encuesta/encuesta-cep-n-89/>
- Chaparro-Domínguez, M.-Á., Suárez-Villegas, J.-C., & Rodríguez-Martínez, R. (2020). Media accountability and journalists: To whom do Spanish professionals feel responsible? *Journalism Practice*, 14(7), 812–829. <https://doi.org/10.1080/17512786.2019.1655470>
- Couso, J. (2011). *El mercado como obstáculo a la libertad de expresión: La concentración de la prensa escrita en Chile en la era democrática* [Working paper n.º 23]. Konrad Adenauer Stiftung; Plataforma Democrática.
- Creswell, J. W. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. SAGE.
- Diakopoulos, N., & Koliska, M. (2017). Algorithmic transparency in the news media. *Digital Journalism*, 5(7), 809–828. <https://doi.org/10.1080/21670811.2016.1208053>
- Domingo, D., & Heikkilä, H. (2012). Media accountability practices in online news media. In E. Siapera & A. Veglis (Eds.), *The handbook of global online journalism* (pp. 272–289). John Wiley & Sons.
- Duffy, A. (2021). Out of the shadows: The editor as a defining characteristic of journalism. *Journalism*, 22(3), 634–649. <https://doi.org/10.1177/1464884919826818>
- Fengler, S., Eberwein, T., & Karmasin, M. (2021). *The global handbook of media accountability*. Routledge.
- Fernández Medina, F. J., & Núñez-Mussa, E. (2023). Chile. In N. Newman, R. Fletcher, K. Eddy, C. T. Robertson, & R. K. Nielsen (Eds.), *Reuters Institute digital news report 2023* (pp. 116–117). Reuters Institute.
- Grassau, D., Valenzuela, S., Bachmann, I., Labarca, C., Mujica, C., Halpern, D., & Puente, S. (2019). *Uso y evaluación de los medios de comunicación y las redes sociales durante el estallido social en Chile*. Pontificia Universidad Católica de Chile.
- Gronemeyer, M.-E., del Pino, M., & Porath, W. (2020). The use of generic frames in elite press: Between conflict, neutrality, and an empowered journalist. *Journalism Practice*, 14(8), 954–970. <https://doi.org/10.1080/17512786.2019.1665473>
- Guerrero, M. A., & Ramírez, M. M. (2015). El modelo “liberal capturado” de sistemas mediáticos, periodismo y comunicación en América Latina. *Temas de Comunicación*, (29), 135–170.
- Gutiérrez, F., & Hormazábal, C. H. (2022). Chile: Double system of self-regulation and a few union organizations. In S. Fengler, T. Eberwein, & M. Karmasin (Eds.), *The global handbook of media accountability* (pp. 481–490). Routledge.
- Hallin, D. C., & Mancini, P. (2008). *Sistemas mediáticos comparados: Tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política* (S. Waldeck, Trad.). Editorial Hacer. (Trabalho original publicado em 2004)



- Hollifield, C. A., Kosicki, G. M., & Becker, L. B. (2001). Organizational vs. professional culture in the newsroom: Television news directors' and newspaper editors' hiring decisions. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 45(1), 92–117. [https://doi.org/10.1207/s15506878jobem4501\\_7](https://doi.org/10.1207/s15506878jobem4501_7)
- Hormazabal, C. (2024). Media accountability en Chile: La 'tradición oral' como instrumento de autorregulación. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 17(2), 1–18. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.13219>
- Karlsson, M. (2013). Rituals of transparency: Evaluating online news outlets' uses of transparency rituals in the United States, United Kingdom and Sweden. In B. Franklin (Ed.), *The future of journalism* (pp. 100–110). Routledge.
- Koliska, M. (2022). Trust and journalistic transparency online. *Journalism Studies*, 23(12), 1488–1509. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2022.2102532>
- López-López, P. C., Fernández Medina, F. J., Granda Sánchez, E., López-Golán, M., & Puentes-Rivera, I. (2019). Indicadores de transparencia y gobierno abierto: Análisis de la información pública de las televisiones nacionales chilenas. *RISTI: Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*, 20(05), 63–75. <http://hdl.handle.net/2183/35367>
- Luna, J. P., Toro, S., & Valenzuela, S. (2022). Amplifying counter-public spheres on social media: News sharing of alternative versus traditional media after the 2019 Chilean uprising. *Social Media+ Society*, 8(1), 1–11. <https://doi.org/10.1177/20563051221077308>
- Mauri-Rios, M., Ramon-Vegas, X., Rodríguez-Martínez, R., & Díaz-Campo, J. (2022). Indicadores para evaluar la rendición de cuentas en los medios de comunicación. *Cuadernos.info*, (51), 1–27. <https://doi.org/10.7764/cdi.51.27331>
- McQuail, D. (2003). *Media accountability and freedom of publication*. Oxford University Press.
- Meier, K., & Reimer, J. (2011). Transparenz im Journalismus. *Publizistik*, 56(2), 133–155. <https://doi.org/10.1007/s11616-011-0116-7>
- Meier, W. A., & Trappel, J. (Eds.). (2022). *Success and failure in news media performance: Comparative analysis in the Media for Democracy Monitor 2021*. Nordicom.
- Monckeberg, M. O. (2011). *Los magnates de la prensa: Concentración de los medios de comunicación en Chile*. Debate.
- Montt, F. J. T. (2017). Alcances y obstáculos de la accountability mediática en América Latina tras la tercera ola de la democracia. *Anagramas-Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 16(31), 135–150. <https://doi.org/10.22395/angr.v16n31a5>
- Morales Quiroga, M. (2020). Estallido social en Chile 2019: Participación, representación, confianza institucional y escándalos públicos. *Análisis Político*, 33(98), 3–25. <https://doi.org/10.15446/anpol.v33n98.89407>
- Newman, N., Fletcher, R., Eddy, K., Robertson, C., & Nielsen, R. K. (2023). *Reuters Institute digital news report 2023*. Reuters Institute. [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2023-06/Digital\\_News\\_Report\\_2023.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2023-06/Digital_News_Report_2023.pdf)
- Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C., Ross Arguedas, A., & Nielsen, R. K. (2024). *Reuters Institute digital news report 2024*. Reuters Institute. [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2024-06/RISJ\\_DNR\\_2024\\_Digital\\_v10%20lr.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2024-06/RISJ_DNR_2024_Digital_v10%20lr.pdf)
- Núñez-Mussa, E., Riquelme, A., Valenzuela, S., Aldana, V., Padilla, F., Bassi, R., Campos, S., Providel, E., & Mendoza, M. (2024). The threat of misinformation on journalism's epistemology: Exploring the gap between journalist's and audience's expectations when facing fake content. *Digital Journalism*, 1–22. <https://doi.org/10.1080/21670811.2024.2320249>

- Orchard, X., & Fergnani, M. (2023). Journalistic knowledge production during a social crisis: How journalists claimed professional authority during the Chilean social uprising. *Journalism*, 24(8), 1679–1697. <https://doi.org/10.1177/14648849221142722>
- Orellana, N. D. V., & González-Bustamante, B. (2018). Agenda política, periodismo y medios digitales en Chile. Notas de investigación sobre pluralismo informativo. *Perspectivas de la Comunicación*, 11(1), 291–325.
- Pérez Díaz, P. L., Zamora Medina, R., & Arroyas Langa, E. (2020). Between self-regulation and participatory monitoring: Comparing digital news media accountability practices in Spain. *Media and Communication*, 8(2), 112–123.
- Picard, R., & Pickard, V. (2017). *Essential principles for contemporary media and communications policymaking*. Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Pritchard, D. H. (2000). *Holding the media accountable: Citizens, ethics, and the law*. Indiana University Press.
- Rodríguez-Martínez, R., Mauri-De los Ríos, M., & Fedele, M. (2017). Criticism in journalism as an accountability instrument: The opinion of Spanish journalists. *Communication & Society*, 30(1), 57–72. <https://doi.org/10.15581/003.30.35795>
- van der Wurff, R., & Schönbach, K. (2014). Audience expectations of media accountability in the Netherlands. *Journalism Studies*, 15(2), 121–137. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2013.801679>
- Waisbord, S. (2010). Latin America. In P. Norris (Ed.), *Public sentinel: News media and governance reform* (pp. 305–328). World Bank. <https://hdl.handle.net/10986/2687>
- Ward, S. J., & Wasserman, H. (2010). Towards an open ethics: Implications of new media platforms for global ethics discourse. *Journal of Mass Media Ethics*, 25(4), 275–292. <https://doi.org/10.1080/08900523.2010.512825>

## NOTA BIOGRÁFICA

Constanza Hormazábal é doutoranda na Universidad de los Andes, no Chile. Tem um mestrado em Comunicação pela mesma universidade, bem como um MBA em Comunicação Estratégica pela Universidad Diego Portales e pela ESERP Business School. É jornalista e licenciada em Comunicação Social pela Universidad Diego Portales. Atualmente é diretora da Escola de Jornalismo da Universidad UNIACC, no Chile. A sua investigação centra-se na responsabilização dos média, na ética jornalística e no direito à informação. Está filiada em várias associações de investigação, incluindo a Asociación Chilena de Investigadores en Comunicación, a Associação Latino-Americana de Investigadores em Comunicação e a International Association for Media and Communication Research.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2870-3333>

Email: [chormazabal@miuandes.cl](mailto:chormazabal@miuandes.cl)

Morada: Av. Monseñor Álvaro del Portillo 12.455, Las Condes, Santiago, Chile. 7620086

**Submetido: 15/03/2024 | Aceite: 25/10/2024**



Este trabalho encontra-se publicado com a Licença Internacional Creative Commons Atribuição 4.0.