

**A queda da reportagem e os contributos da Internet para o
sedentarismo da prática jornalística**

Rui Miguel Oliveira Gomes

**Tese de Doutoramento
em
Ciências da Comunicação - Jornalismo**

Janeiro, 2012

Modelo Formal de Apresentação de Teses
e Dissertações na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas

Nome Completo do Autor

**Dissertação/ Trabalho de Projecto/ Relatório de Estágio
de Mestrado em ...
Tese de Doutoramento em ...**

Data (Mês, Ano)

Tese apresentada para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Doutor em Ciências da Comunicação – Jornalismo, realizada sob a orientação científica do Professor Doutor Nelson Traquina, Professor Catedrático do Departamento de Ciências da Comunicação da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa

Para o Manuel, Alice e Susana

AGRADECIMENTOS

Ao Professor Nelson Traquina pela forma atenciosa e empenhada, atenta e perspicaz com que orientou o trabalho aqui exposto, fruto da sua paixão pelo ensino e jornalismo.

Aos jornalistas José Pedro Castanheira, Octávio Ribeiro, Bárbara Reis e Filomena Martins pela abertura revelada quando solicitados a dar o seu testemunho sobre a temática abordada na presente obra. Sem os respectivos contributos certamente que os objectivos pretendidos teriam ficado aquém do desejado.

Aos jornalistas dos jornais *Correio da Manhã*, *Diário de Notícias* e *Público* que acederam a participar no estudo realizado, contribuindo com o seu entendimento, percepção e opinião sobre algumas das problemáticas que desafiam o jornalismo e as práticas diárias. Sem eles, a presente obra não teria sido possível.

A QUEDA DA REPORTAGEM E OS CONTRIBUTOS DA INTERNET PARA O SEDENTARISMO DA PRÁTICA JORNALÍSTICA

RUI MIGUEL GOMES

RESUMO

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo, Internet, reportagem, sedentarismo, fontes de informação, fontes de contexto e notícias

O jornalismo enfrenta hoje dúvidas que pairam sobre os pilares em que assentou a sua evolução e consolidação como um bem público indispensável à compreensão de fenómenos, factos e actos. A reportagem que enquanto prática e género jornalístico deu substância, veracidade, diferenciação e objectividade aos jornais está ameaçada pela conjuntura económica que constrange os meios de comunicação social. Na Imprensa, foco escolhido para a constatação de um movimento cada vez mais inquestionável de sedentarização da prática jornalística, o cenário é avassalador.

A Internet surge aqui com um rol de virtudes para a sociedade quotidiana, nas acções e voz públicas das audiências, mas entre tantos benefícios e ferramentas conferidos aos utilizadores, que viram a velocidade da mesma valer dinheiro e comodidade – isto sem esquecer o poço sem fim de informações que alberga –, encontram-se igualmente consequências nocivas da sua utilização nas redacções. O denominado jornalismo de “secretária” ganhou volume pelas condicionantes económicas que levaram os jornais a abdicar do envio de um jornalista para o local dos acontecimentos, afinal boa parte da informação desejada estará na rede em minutos. Estes, os jornalistas, também viram a sua acção simplificada e o acesso a informações à distância de um par de toques no rato, dissuadindo, por um lado, o contacto com fontes de informação e, por outro, a procura de profundidade e fundamentação da notícia. A diferenciação de conteúdos também passou a ser cada vez mais uma miragem, dando lugar à

homogeneização dos mesmos, em muito fomentados pela acção simplista de rádios e televisões.

Neste enquadramento, entender a forma como a Internet tem contribuído para a queda da reportagem torna-se vital, isto traçando explicações para o crescente sedentarismo de uma prática que tem atravessado séculos. O próprio relacionamento entre jornalistas e fontes de informação, nos moldes até então utilizados, é ameaçado afectando a qualidade das notícias. No fundo, é o futuro do jornalismo e dos jornais que está em causa, ainda que ambos sejam e continuem a ser indispensáveis no quotidiano de todos nós, tal como a própria rede, um bem comum cheio de valores.

**THE FALL OF REPORT AND THE CONTRIBUTIONS OF INTERNET TO SEDENTARY LIFESTYLE IN
JOURNALISTIC PRACTICE**

ABSTRACT

RUI MIGUEL GOMES

KEYWORDS: Journalism, Internet, reporting, sedentary lifestyle, sources of information, sources of context and news

Journalism today faces doubts hanging over the pillars of its development and consolidation as a public good essential for the understanding of phenomena, facts and acts. The report that while the journalistic practice and gave substance, veracity, objectivity and differentiation to newspapers is threatened by the economic situation that constrains the *media*. In the Press, focus chosen for the observation of a movement increasingly unquestioned sedentarization of journalistic practice, the scenario is overpowering.

The Internet comes here with a list of virtues to everyday society, in actions and public voice to the audience, but among many benefits and tool conferred to users, who saw the speed value money and convenience – not to mention the bottomless pit which houses information – are also harmful consequences of its use in the newsroom. The so-called journalism “secretary” has gained volume by economic conditions that led the newspapers to give up sending a reporter to the location of events, after much of the information is desired on the network in minutes. These, journalists, also saw their action and the access to information simplified at a distance of a couple of mouse clicks, deterred, by a hand, contact with information sources, and secondly, the search for depth and reasoning in the news. Differentiation of content has also become increasingly a mirage, giving rise to the homogenization of the same, in very simplistic actions promoted by radio and television.

In this framework, understand how the Internet has contributed to the decrease of the story becomes vital, this mapping explanations for the increased sedentary lifestyle of a practice

that has crossed centuries. The very relationship between journalists and sources of information, similar to previously used, is threatened affecting the quality of news. In the background, is the future of journalism and newspapers is concerned, although both are and continue to be indispensable in everyday life of us all, as the network itself, full of a common good values.

ÍNDICE

Introdução	10
Capítulo I: Génese do jornalismo.....	19
I. 1. Os primeiros passos jornalísticos na antiguidade	19
I. 2. Sinais jornalísticos da Idade Média ao século XVI.....	23
I. 3. Do século XVII ao jornalismo moderno	28
I. 4. O papel da reportagem na evolução do jornalismo desde o século XIX	39
I. 5. Conclusões sumárias	49
Capítulo II: Marcos históricos do jornalismo e a preponderância das fontes na reportagem	52
II. 6. O jornalismo do século XX no atravessar para o novo milénio	52
II. 6.1. <i>Watergate</i> como paradigma da reportagem.....	58
II. 6.2. Caso “ <i>Rui Amara</i> ”: Uma marca do jornalismo português	68
II. 6.3. A reportagem e o caso “ <i>Abu Ghraib</i> ”	77
II. 7. A fonte de informação no cerne da reportagem	89
II. 7.1. Para e por onde se movem as fontes de informação	99
II. 7.2. As escolhas das fontes no alcance do campo jornalístico	103
II. 7.3. Contexto como fonte para construir a narração.....	107
II. 8. Conclusões sumárias	116
Capítulo III: Questões sociológicas do jornalismo.....	120
III. 9. Aspectos teóricos	120
III. 10. Outras perspectivas empíricas.....	138
III. 11. Estudos contemporâneos	152
III. 12. Conclusões sumárias	165

Capítulo IV: A era da Internet transversal a dois séculos com impactos e consequências no jornalismo	169
IV. 13. A Internet já não é novidade	169
IV. 14. Influências no jornalismo.....	176
IV. 15. Opção rumo à convergência.....	199
IV. 16. Dilemas no jornalismo em era digital.....	213
IV. 17. Conclusões sumárias.....	233
Capítulo V: Implicações reais e práticas da Internet sentidas pelos jornalistas no processo de queda gradual da reportagem e consequente aumento do sedentarismo.....	239
V. 18. Questões centrais	239
V. 19. Metodologia	242
V. 20. Resultados da inquirição a jornalistas do <i>Correio da Manhã, Diário de Notícias e Público</i>	244
V. 20.1. Caracterização dos inquiridos	244
V. 20.2. Projecção analítica sobre a queda da reportagem e aumento do sedentarismo	250
V. 21. Análise qualitativa aos jornais <i>Correio da Manhã, Diário de Notícias e Público</i>	279
V. 22. Perspectivas de quem tem de decidir no <i>Correio da Manhã, Diário de Notícias e Público</i>	288
V. 23. Conclusões sumárias.....	297
Conclusão	302
Bibliografia	310
Anexo: Dados da análise qualitativa	336

Introdução

Olhar para o jornalismo sem fugir de alguns traços marcantes que conduziram à realidade do nosso quotidiano é vital na compreensão de práticas e tendências que norteiam a profissão. O presente e o futuro são desafios suficientemente arrojados para que as questões, muitas delas dúbias e de difícil resposta, sejam colocadas atendendo à força ganha por agentes tecnológicos capazes de alterar procedimentos historicamente determinantes no incremento de poder que o jornalismo foi adquirindo ao longo de séculos. Na era digital, os fundamentos da profissão são confrontados e desafiados pela Internet, decorrente da flutuação comportamental dos seus utilizadores, no fundo responsáveis pela consolidação da mesma como de ar se tratasse na vida de hoje. A rede é indispensável para todos, liga pessoas, instituições, lugares, serviços, enfim, o mundo, tornando tudo o que o envolve mais rápido, objectivo e maleável. Essa premência impositiva acarreta consequências inevitáveis na sociedade, as quais sobressaem no campo jornalístico como nunca se viu.

São anos de profundas alterações que o jornalismo atravessa, mutações transversais entre aquilo que é a sua essência final de informar e a missão social que desempenha nas sociedades, como poder vigilante e de escrutínio dos agentes, seres ou actores públicos. As próprias técnicas usadas diariamente pelos jornalistas sofreram incrementos técnicos, alguns deles de tal forma brutais que relegaram para um plano secundário primados nunca questionados ou confrontados. O relacionamento entre jornalistas e fontes de informação (Gomes, 2009) foi e é um desses casos. A própria forma de alimento de um ciclo noticioso sagaz, veloz e de elevado caudal, muitas vezes pouco profundo ou com escassa abertura para que a opção pela profundidade seja adoptada pelos meios de comunicação social, viu na entrada abrupta da rede na profissão um modo compreensivo de exponenciar a preponderância desse mesmo ciclo na vida de cada um de nós. Nas redacções viu-se igualmente um facilitismo que a rápida acessibilidade a informação, a velocidade dos processos, a troca e procura de novos dados ausentes de exclusividade, fomentou. A investigação jornalística foi sofrendo paulatinamente contratempos opcionais por parte dos meios de comunicação, sobretudo pelos custos inerentes a tal prática, mas não só. Os espaços mediáticos, as audiências, cada vez mais saturadas pela abundância de informação, à distância de alguns toques no rato, foram afastando a profundidade de abordagens e perspectivas. O discurso dos *media*, esse, também se foi ressentindo por força da necessidade de imediatismo em detrimento da adequada fundamentação ou exploração noticiosa. Falta tempo e esse é muitas vezes dinheiro. A crise financeira global é igualmente aliado de peso nas opções editoriais, como veremos, notando-se a já vista como natural míngua das redacções, dos

corpos redactoriais, levando a opções cada vez mais restritas. Aqui, a diminuição de recursos jornalísticos, ou melhor, jornalistas, encontrou refúgio na facilidade de acesso a informações partilhadas em rede, aspecto que, como abordaremos, vai de encontro ao cerne da questão subjacente a este trabalho.

É precisamente na reportagem que nos vamos centrar. Na sua queda, na menor profundidade jornalística que as peças jornalísticas apresentam, no papel que a Internet desempenha no meio dessa simbiose negativista, sem esquecer os benefícios e malefícios associados. Falaremos e dedicaremos particular atenção à reportagem nas duas dimensões que nos parecem adequadas: por um lado, observaremos a reportagem enquanto um relato de factos actuais, que não apenas notícias, e a procura de contar o essencial dos referidos pressupostos bem como as circunstâncias explicativas em que cada um deles é explorado; por outro, olhamos para o ocasional, o que não se repete, para o que carece de continuidade muitas vezes explorado com um estilo narrativo e criativo num género jornalístico explorado por um repórter. Em qualquer um dos casos sublinharemos a saída ou não de jornalistas para reportagem nos locais dos acontecimentos como um dos barómetros de queda da mesma.

Colocamos este ponto em cima da mesa precisamente pelo facto de o sedentarismo da prática jornalística ganhar força nas redacções da Imprensa, objecto de estudo necessariamente contemplado pela especificidade do mesmo e resultante do efeito charneira que representa nas sociedades actuais, onde marcam a agenda mediática cativando a atenção de televisões e rádios, isto num cenário normal, cíclico e progressivo. Daí que nos importe entender se verdadeiramente a queda da reportagem, evidência comprovada no estudo apresentado, se tem acentuado e quais os contributos que a Internet deu para que o jornalista se transformasse num ser progressivamente sedentário no que à prática da profissão diz respeito.

E partimos desse pressuposto recordando a preponderância da rede nas redacções dos meios de comunicação, concretamente nos jornais. “A introdução da Internet nas redacções teve um importante impacto nas práticas jornalísticas em geral e nas técnicas de recolha de informação em particular” (Lugo-Ocando e Cañizález, 2011:76). É precisamente na forma de recolha que a metamorfose se agravou, com os tempos de hoje a cimentarem os sinais claros de uma continuidade que não será estancada, mas que urge ser ponderada. Falaremos concretamente nas distintas ferramentas de captura de informação que hoje estão ao alcance dos jornalistas, por exemplo as simples aplicações inerentes à troca de informações via *mail*, redes sociais ou *blogs*, cuja utilização é, pelo que poderemos observar de um modo geral, conduzida apenas como um ponto de chegada para muitas das peças elaboradas e não

enquanto ponto de partida e complemento de dados recolhidos de formas tão tradicionais como o contacto directo com fontes de informação no terreno, nos locais de acontecimentos. É aqui que encontramos boa parte das acções conflituosas entre o ter acesso quase ilimitado a informações via Internet, os condicionantes económicos dos meios de comunicação social, a pressão dos ciclos noticiosos sobre os jornalistas e a incapacidade destes irem mais além no testemunho de factos ou contacto com fontes por motivos de índole diversa. Debateremos esses aspectos difusos entre a indispensabilidade da Internet e do jornalismo, focando a Imprensa, na sociedade. “Os meios noticiosos têm a capacidade para dar um importante contributo no equilíbrio do poder nas sociedades democráticas pela virtude da função de *watchdog*. As organizações noticiosas podem ajudar a controlar outros actores poderosos conseguindo informação sobre possíveis aspectos efectuados incorrectamente por esses actores – informação que naturalmente requer um esforço considerável para obter – e comunicar ao público em geral” (Boczkowski, 2010:180).

Sem esquecer este pressuposto, questionaremos de que forma é que esse papel fiscalizador pode ser levado a cabo numa era informatizada e mediatizada, em que os recursos humanos e financeiros são limitados. Mais, importa igualmente percepcionar os efeitos nocivos do excesso de informação que a rede disponibiliza, os quais muitas vezes, quando indevidamente utilizada, pode ser nefasta para o desiderato principal do jornalista, isto é, o relato dos factos e a veracidade dos mesmos. Hoje, são redes sociais como o *Facebook* ou *Twitter*, os *blogs*, os sítios de informações especializadas em determinadas temáticas, os sítios de meios de comunicação concorrentes do mesmo mercado ou de mercados de outros países que alimentam ciclos imparáveis de informações que necessitam de filtros. Não é que nos anos e séculos pré-Internet a selecção da informação não fosse efectuada, com o cruzamento de fontes de informação, como os casos utilizados na presente obra traduzem – “*Watergate*” e “*Rui Amaral*” nomeadamente e “*Abu Ghraib*”, *a posteriori* –, mas a exigência é agora maior face à quantidade e qualidade que emerge. O papel de *gatekeeper* do jornalista também não é o clássico que o termo impõe, pois essa mesma informação está paralelamente acessível à audiência. O jornalista não deve esquecer essa premissa, nem o refinar da função. Quer isto dizer que a verificação e a filtragem das informações passam a ser as primeiras tarefas impostas aos jornalistas, em idêntica similitude comportamental face à recolha das mesmas. “A noção da Imprensa como *gatekeeper* – decidindo que informação o público deve saber e o que não deve conhecer – já não define apenas uma regra jornalística. [...] A tecnologia transformou os cidadãos em consumidores passivos de notícias produzidas por profissionais em participantes activos que conseguem criar o seu próprio jornalismo a partir de elementos

dispersos. [...] O novo jornalista já não decide o que o público deve saber – esta era a regra clássica da função *gatekeeper*. Ele ou ela têm de ajudar as audiências a colocar ordem fora disso. Isto não significa que basta adicionar simplesmente a interpretação ou a análise às notícias reportadas. A primeira tarefa de senso comum do novo jornalista, antes de mais, é verificar que informação é fidedigna e depois disponibilizá-la para que as pessoas possam agarrar eficientemente” (Kovach e Rosenstiel, 2001:19).

Boa parte do problema que os jornalistas enfrentam perante a abundante informação resulta parcialmente da capacidade da audiência ter valências para entrar no ciclo noticioso, fazendo até, por vezes, parte dele através de produções próprias de conteúdos capazes de dar azo à cativação de atenções maiores. Esse é outro dos desafios que se impõem ao jornalista que iremos mencionar e relacionar com a própria reportagem, mas não só. Efectivamente, o jornalismo enquanto forma de negócio viu-se abalado pelas potencialidades da rede, em particular o facilitismo de acesso a notícias veiculadas pela mesma, indo de encontro a perda de valor económico de algumas publicações, que subitamente tiveram de reconfigurar algumas formas de proceder, de abordar e noticiar. E não falta quem associe o declínio da leitura dos jornais com a abundante informação disponível na rede para a audiência agora global. “A revolução da Internet ajudou a acelerar o declínio da leitura nas versões impressas e os jornais responderam oferecendo os seus conteúdos sem custos nos seus novos *web sites*” (Downie jr. e Schudson, 2011:61).

Quiçá um dos grandes perigos que o jornalismo, em particular a Imprensa, enfrenta como profissão e área será não apenas a crescente perda de interesse dos leitores pelo papel, paralelamente o aumento de oferta na rede, isto associado à quebra das receitas publicitárias, cada vez mais fragmentadas ao nível da partilha pela densidade de meios de comunicação presentes no mercado, mas a própria visão de redução indiscriminada de custos fixos associados à produção jornalística por parte das administrações das empresas de comunicação social. “A Internet pareceu inicialmente ser aditiva, alargou de forma vasta as oportunidades para a livre expressão e o debate público, enquanto os jornais e os outros meios de comunicação mais antigos continuaram a oferecer as suas velhas funções. Essa assumpção de uma feliz complementaridade já não existe. [...] A Internet cortou com as fundações económicas da Imprensa. [...] Há um custo também para os valores democráticos, pois os jornais perderam a sua capacidade para efectuarem um jornalismo de serviço público. A luxúria pelos lucros impediu que a produção de notícias como um bem público fosse desaparecendo. As notícias distribuídas para a audiência são um bem público em dois aspectos; primeiro, do ponto de vista político, as notícias contribuem para um bom

funcionamento da sociedade e permite ao público que mantenha o governo e as instituições públicas responsáveis pelos seus desempenhos; segundo, as notícias enquanto bem público no sentido económico. Quando alguém consome uma caixa de chocolates mais ninguém a poderá ter, mas isso não é verdade com as notícias. As notícias por si só nunca são realmente ‘consumidas’, por isso é que qualquer um pode passar notícias a quem não pagou nada por elas – e no ambiente digital, a informação é tão fácil de passar de forma instantânea que, deste modo, é ainda mais um bem público do que alguma vez foi” (Sarr, 2011:31).

Estas preocupações têm reflexos díspares e encontram igualmente refúgio na constatação que pretendemos provar de que a reportagem, enquanto género jornalístico e prática, tem vindo a perder espaço e preponderância também pelos contributos resultantes da exploração perversa de algumas ferramentas presentes na Internet, nomeadamente no que à cobertura jornalística nos locais de acontecimentos e eventos diz respeito. Quem decide, a nível editorial e financeiro, questiona a relação custo benefício da mobilização de recursos para o terreno quando estes mesmos recursos, centrando-nos apenas nos humanos, podem, quando sitiados na redacção, ter acesso à informação tida como essencial para a elaboração do conteúdo jornalístico. Mas será que a qualidade do jornalismo é afectada? Será este pensamento quando colocado em prática nocivo para a relação profícua entre jornalistas e fontes ou para a fidedignidade da notícia descrita? Estará ou não o jornalista privado de dar a adequada profundidade à notícia por não ter experienciado determinado tipo de factos ocorridos, captados e seleccionados jornalisticamente para a descrição desejada?

Estas dúvidas preocupam e a excessiva dependência que uma prática sedentária dos jornalistas nas redacções que parece estar em crescimento, contactando somente com assessores de Imprensa ou fontes oficiais acessíveis em momentos de interesse próprio decorrentes da sua agenda mediática, sem capacidade de observar ou encontrar agentes em locais para executar o contraditório também. É certo que os jornalistas “ganham entrada nos lugares de poder, mas frequentemente têm de pagar o preço da cobertura que procuram fazer com os interesses das suas fontes” (Usher, 2011:271), o que se tornou mais evidente quando a incapacidade de saída das redacções é maior, ficando estes privados do seu olhar.

Para complicar o chorrilho de dúvidas que pairam sobre a profissão e a forma como a mesma é executada, como iremos abordar, temos a força dos ciclos noticiosos, uma espécie de ditadores da velocidade de execução, que colocam os seus ingredientes na enorme confusão que chega a ser a gestão editorial de um jornal onde os recursos são cada vez mais escassos. “O ritmo do ciclo noticioso foi acelerado para perto do ritmo real, com múltiplos e interligados *inputs* que agora sentem e dão forma aos discursos nacionais. No *online*, as dinâmicas de

legitimação continuam a mudar, com as fontes de informação presentes só na *web* a ganharem espaço na tradicional *agenda-setting* das redacções em termos de tráfego e influência perceptível” (Clark e Slyke, 2011: 238-239).

Ora, se na idade da Internet verificamos que as exigências impostas pelo mercado são superiores para jornalistas e meios de comunicação, importou-nos estabelecer como objectivo do presente trabalho aprofundar alguns desses aspectos que elevam a farsa da sobrevivência de uma profissão entre parâmetros semelhantes aos que fizeram dela uma causa indispensável nas sociedades. Assim, olhamos para a queda da reportagem como uma marca significativa daquilo que pode representar a diminuta capacidade jornalística para compreender, recolher, narrar, transmitir a sua visão dos factos. É igualmente a modificação de hábitos que afronta um jornalismo de qualidade, fidedigno, exacto e capaz de provocar a reflexão. O ócio ligado a algumas práticas vai também crescendo entre os jornalistas, como veremos, tornando-se mais um factor de perda de escrutínio público.

Assim, sendo o objectivo desta obra constatar e comprovar que a reportagem enquanto prática e género vive um período de perigoso declínio, tendo na Internet um aliado para fomentar algumas práticas sedentárias entre os jornalistas, começámos por identificar os pressupostos que estiveram na génese do jornalismo. É no primeiro capítulo que identificamos as distintas correntes de opinião sobre o aparecimento do jornalismo, onde efectuamos um enquadramento histórico do mesmo, desde aos primeiros passos dados ainda na antiguidade. Da Grécia a Roma, passando pela Idade Média e o período do Renascimento, verificaremos que o papel de informar foi determinante, nas suas variadas formas, no desenvolvimento das sociedades, levando-as até à explosão que Gutenberg e a tipografia provocaram. A liberdade de expressão finalmente adquiriu peso e um pouco por toda a Europa se viu esse toque de desenvolvimento. A revolução americana e francesa tornaram sagrado o primado da liberdade de pensamentos, que foram prevalecendo no jornalismo. As guerras mundiais, já no século XX são recordadas pelas crónicas que emprestaram força jornalística. Os relatos, muitas vezes empolados, suscitaram maior interesse da audiência, levando à progressiva massificação, até então, do papel como veículo condutor de notícias. A retrospectiva que efectuamos não termina sem identificar a massificação do telégrafo como um marco histórico na formatação de notícias e o modo como as mesmas passaram a ser transmitidas, sempre assentes nos factos ocorridos.

No segundo capítulo recordamos o modo como a Primeira e Segunda Guerra Mundial influenciaram o jornalismo, não apenas pelo incremento de uma corrente de propaganda constante que teve inicialmente no papel um veículo decisivo, mas também pela expansão da

rádio e televisão como meios que levaram progressivamente à diminuição dos leitores da Imprensa, que, como consequência, conduziram a que os jornais procurassem caminhos distintos daqueles que eram apenas os de reproduzir notícias ou histórias. Para além destes factos, lembramos igualmente a força e velocidade dada pelas agências noticiosas aos ciclos noticiosos, controlando-os em termos internacionais e nacionais. Incontornável ao olhar para a evolução do jornalismo é o caso *Watergate*, como ponto paradigmático e fio condutor de inúmeras práticas jornalísticas daí em diante. Um exemplo de reportagem em todas as suas dimensões que evocamos para dar conta da preponderância que as deslocações de jornalistas aos locais, o contacto com fontes de informação de forma presencial, a perseverança e o cruzamento de informações provenientes de fontes distintas, são vitais para a prática jornalística e, em última instância, um jornalismo de qualidade. Se o caso *Watergate* foi um ícone na profissão e na vigilância sobre os agentes públicos, em Portugal encontramos no caso *Rui Amaral*, em que José Pedro Castanheira foi o jornalista protagonista, um exemplo de menor dimensão, mas igualmente relevante da função que o jornalismo pode desempenhar na vida quotidiana. José Pedro Castanheira conta-nos alguns factos que levaram à denúncia de um esquema de distribuição de verbas públicas a empresas que mantinham os postos de trabalho dos funcionários de forma fictícia, algumas delas nem apresentavam qualquer actividade. Neste contexto, após abordarmos os dois casos citados, relembremos outro caso de natureza algo distinta para elucidativo, o caso *Abu Ghraib*. Aqui verificaremos as limitações que as empresas jornalísticas detêm na cobertura dos acontecimentos, as condicionantes que estão subjacentes à divulgação de notícias, mas também a influência das fontes oficiais no condicionamento dos conteúdos divulgados. Seguindo uma linha condutora, é vital enquadrar e rever os aspectos comportamentais das fontes de informação, a acção marcada pelos próprios interesses que subtilmente ludibriam os jornalistas, mas também mencionamos o facto dos jornalistas estarem inseridos numa vasta comunidade interpretativa, na qual o contexto que observam confere novos e distintos dados às notícias produzidas, daí que deixemos a porta aberta a uma nova reclassificação de fontes de informação.

Por sua vez, no terceiro capítulo da presente obra focamos várias questões sociológicas do jornalismo, em que revemos um conjunto de aspectos teóricos e perspectivas empíricas marcantes, isto sem esquecer os mais recentes estudos sobre a área em questão. De James Curran (1977, 1991, 1996, 1997 e 2000a), com a distinção de correntes na sociologia do jornalismo, a *pluralista* e *funcionalista*, passando por Nelson Traquina (2002) e as cinco teorias explicativas que ajudam a clarificar a verdadeira essência das notícias ou pela teoria

gatekeeper de David Manning White (1999), entre outros, recordamos alguns dos fundamentos associados à prática jornalística.

No capítulo seguinte, o quarto, passamos em revista a era da Internet, transversal a dois séculos, e as consequências e impactos no jornalismo, em particular o novo mundo de oportunidades que se abriu. Observaremos ainda a opção dos jornais e dos meios de comunicação em geral pela convergência, mas também focaremos os dilemas que a profissão tem pela frente na nova era digital. Finalmente, no último capítulo, efectuamos um estudo sobre as implicações reais das práticas possíveis na rede que são sentidas pelos jornalistas no seu quotidiano, bem como a influência das mesmas na queda gradual da reportagem e o consequente aumento do sedentarismo na acção jornalística. Para o efeito, olhando para a realidade portuguesa, questionámos jornalistas de três jornais generalistas diários com maior peso no panorama mediático do país, concretamente o *Correio da Manhã*, o *Diário de Notícias* e o *Público*, e estabelecemos um quadro comportamental sobre as práticas que adoptam e o entendimento que possuem sobre aspectos directamente relacionados com a queda da reportagem no jornalismo nacional. Para além da consulta efectuada aos jornalistas, elaborámos uma análise qualitativa ao conteúdo dos três títulos em quatro semanas distintas entre Julho de 2010 e Abril de 2011, onde contemplámos mais de 34 mil itens, verificando o número de peças resultantes de reportagens enquanto género jornalístico, dado ser imperceptível com total exactidão enumerar quais é que resultaram de deslocações a locais do acontecimento ou não, por exemplo. Para finalizar o quadro de análise entrevistámos os responsáveis editoriais pelos três jornais, no caso Octávio Ribeiro, director do *Correio da Manhã*, Filomena Martins, directora-adjunta do *Diário de Notícias*, e Bárbara Reis, directora do *Público*. Tendo a terceira perspectiva em confronto, primeiro as percepções e entendimentos dos jornalistas, depois a análise qualitativa ao conteúdo dos jornais em períodos distintos, e finalmente a opinião dos decisores editoriais sobre as temáticas, teremos um quadro de observação complementar e muito aproximado da realidade jornalística, concretamente em Portugal, que não está longe do quadro global. “As possibilidades de o quarto poder desaparecer não podiam ser mais elevadas. Com poucos repórteres a andar nas ruas, o jornalismo de investigação é uma espécie que está a entrar em vias de extinção, os factos ficam escondidos, os oficiais públicos escapam ao escrutínio e as opiniões são apresentadas como factos. Vemos não só o declínio do jornalismo de qualidade, como um aumento de opiniões que são apresentadas como fidedignas ou notícias responsáveis” (Coops, 2011:290).

Capítulo I – Génese do jornalismo

1. Os primeiros passos jornalísticos na antiguidade

A existência de consenso em torno da génese do jornalismo é algo que historicamente tem rareado entre os investigadores do tema. A complexidade de uma definição temporal da mesma está directamente relacionada com a consideração, por parte de alguns autores, em primeiro lugar, do cariz amplo que é dado à comunicação resultante da fala e o seu entendimento como informação de actualidade, em segundo, pela correlação existente entre a impressão e a periodicidade como marco definidor de um começo de ciclo jornalístico, e, finalmente, o preconizar de que os primeiros anos do século XIX ficam marcados pelo aparecimento de jornais com todas as características próprias da função jornalística dos dias de hoje. Alejandro Pizarroso Quintero (1996) defende mesmo que a origem histórica do fenómeno jornalístico é “um dos problemas mais importantes que se coloca ao historiador da comunicação” (Quintero, 1996:8).

O autor sublinha que existem três correntes de opinião respeitantes à origem do fenómeno jornalístico. A primeira está precisamente centrada no pressuposto de que o jornalismo conheceu os primeiros passos, num sentido mais vasto, na Antiguidade, pois é nesse período que surgem os primeiros dispositivos que permitem a troca regular de informações de forma organizada, cujo entendimento das mesmas pressupõe a troca de notícias. “Na realidade, se existe uma identificação, mesmo que parcial, entre comunicação e informação, esta, entendida como comunicação social, é um fenómeno tão especificamente humano que a partir do momento em que podemos falar do homem sobre a Terra, das sociedades humanas, temos de concluir que existe um fenómeno de comunicação social, de informação, entendido inclusivamente como ‘informação de actualidade’ que, em sentido lato, não é senão o jornalismo (...) Se restringirmos o conceito de informação à questão da actualidade e ao facto de ela dar lugar a um fenómeno regular e organizado, não há dúvida que podemos identifica-la já nas primeiras organizações estatais que se conhecem, tanto nas

idades-estado mediterrâneas, como nos grandes impérios do próximo Oriente ou na antiga China” (Quintero, 1996:8).

A segunda perspectiva sobre a origem do jornalismo, defendida por vários autores, está relacionada com o nascimento e expansão da impressão na Europa, sendo esses factos ligados à Modernidade e, indubitavelmente, associados à aparição da tipografia e surgimento de uma periodicidade na Imprensa europeia - pese tal situação ter conhecido antecedentes graças às folhas noticiosas volantes manuscritas e impressas que surgiram entre a baixa Idade Média e o Renascimento. “Com a multiplicação das gazetas impressas de periodicidade semanal – a que se seguiram pouco depois os primeiros diários – não há dúvida que já se pode falar em jornalismo, embora ainda não estejamos perante um fenómeno de massas, já que primeiro será preciso atravessar um longo período de informação dirigida às elites” (Quintero, 1996:9).

A derradeira corrente pressupõe, como identifica Quintero (1996) e Sousa (2008), que o fenómeno jornalístico “nasce no século XIX devido, quer ao aparecimento de dispositivos técnicos, designadamente impressoras rotativas, que permitiram a massificação dos jornais, quer à invenção de dispositivos auxiliares que facultam a transmissão da informação à distância e a obtenção mecânica de imagens” (Sousa, 2008:13).

Neste âmbito, sem falsos radicalismos, é certo que o jornalismo que hoje conhecemos nas sociedades democráticas tem raízes no século XIX (Traquina, 2002), porém não devemos descurar as notícias manuscritas na baixa Idade Média (Quintero, 1996), nem os próprios dispositivos de troca regular e organizada de informações (Sousa, 2008), essencialmente potenciadas pelo papel fundamental que a linguagem assumiu, inevitavelmente, na comunicação social (Breton e Proux, 1997), ou seja, no jornalismo. A linguagem é, pois, um ponto de partida para todas as técnicas de expressão que se seguiram, como tal o remontar à Antiguidade, é, ainda que de forma breve, um modo de recordar aquilo que podemos considerar como os primeiros sinais jornalísticos ou, seguindo Jorge Pedro Sousa (2008), fenómenos pré-jornalísticos do mundo antigo. Contudo, como refere César Aguilera Castillo (1996:13), “se a primeira grande aquisição comunicativa do *Homo Sapiens* é a fala, isso não exclui que tenha havido ‘comunicação’ antes da sua aquisição”. No entanto, é a sua consolidação que permite ao homem transmitir informações, novidades e até contar histórias. É aí que o jornalismo, enquanto “representação discursiva de factos e ideias da vida do homem, construída para se contar ou mostrar a outrem” (Sousa, 2008:13), vai buscar a sua origem, ainda que seja a sinais embrionários que conduziram, de um modo geral, à efectivação de uma constatação de factos e recolha de informações, bem como a respectiva divulgação de

forma socialmente permanente e periódica. É igualmente evidente que a transmissão primária de informações pelo homem não pode ser afastada dos símbolos, enquanto formas que permitem a expressão e a comunicação de ideias (Schmandt-Besserat, 1990:17) tão antigas como a própria humanidade (Bruner, 1966), nem de signos como dispositivos que delimitam a acção (Langer, 1960).

Os fenómenos evolutivos ocorridos no decurso dos primeiros passos da humanidade, os quais devem ser lembrados, como são os casos da sedentarização das populações nómadas e a própria fundação das primeiras cidades, sendo Jericó, no início do Neolítico (Castillo, 1996), um exemplo do entrelaçar social potenciando as primeiras trocas comerciais de bens dentro das cidades, desbocaram num novo mundo, em que a comunicação entre homens se tornou uma constante. O advento da escrita, ultrapassados que foram os tempos do grafismo primitivo, “próprio das hordas nómadas e das tribos de caçadores” (Crato, 1989:13), permitiu o aparecimento da arte de transmitir informação, novidades e o preservar da memória em termos históricos (Sousa, 2008). “Ao fixar a escrita, o homem fixa duas dimensões básicas da sua consciência: o espaço e o tempo. Escreve para tornar presente o que se encontra distante; escreve também para aqueles que viverem depois dele” (Castillo, 1996:15).

Passada a fase em que os primeiros suportes para a escrita eram retirados da natureza, com o papiro e pergaminho, duas invenções provenientes do Egipto (Crato, 1989), a desempenharem um papel proeminente no mundo antigo, foi na Grécia, sem esquecer o indispensável contributo do império romano com os veículos de índole jornalística, as *Actas Diurnas*, também conhecidas como *Actas Públicas*, *Actas Urbanas* e *Diurnálias*, que surgiu a primeira matriz para o culminar do que hoje entendemos como jornalismo, como defende Jorge Pedro Sousa (2008). “A Grécia, enriquecida com o comércio, a agricultura e a pastorícia, ajudada pelo clima e por um modo de vida propiciador de vidas longas e saudáveis, gerou a Filosofia, viu surgir a democracia ateniense e o primeiro sistema jurídico digno deste nome, cultivou a Retórica, fez brotar do tronco comum da Filosofia as primeiras ciências, entre as quais a História e a Geografia, e cultivou artes. A Retórica, ligada à Política e ao Direito, a Literatura, a Historiografia e os relatos geográficos e etnográficos foram, assim, alguns dos contributos dos antigos gregos para a fixação, muitos séculos depois, dos valores e formas de agir dos jornalistas, bem como para a definição dos formatos e dos conteúdos jornalísticos, ou seja, para a fixação das estruturas típicas das matérias jornalísticas e dos temas abordados pelo jornalismo” (Sousa, 2008:13).

Porém, é a cultura romana que vai acrescentar e desenvolver o que os gregos iniciaram (Castillo, 1996). Breton e Proulx (1997:42) escrevem que “em Roma, tudo se

organizava em torno da vontade de transformar a comunicação social numa das pedras fundamentais da sociedade”, sublinhando a vontade que o povo romano sempre evidenciou na procura de informar e instruir. Assim, apesar da existência de registos sobre a vida das cortes no antigo Egipto ou dos cartazes utilizados pelos gregos para dar a conhecer leis, foi em Roma, como vimos, que surgiram os primeiros protótipos de meios com carácter jornalístico, nomeadamente as *Actas Diurnas*, *Actas Urbanas* ou *Diurnálias* (Cuadrado, 2007), nas quais o imperador divulgava os trabalhos do senado, festas a promover e outros factos diversos, como dá conta César Castillo (1996). “As primeiras [*Actas Diurnas*] saíram por vontade de Júlio César. Nelas se relata a vida da Urbe, dia a dia: um acusado famoso, traços do ‘*imperator*’, listas de processados, mortes, nascimentos, tudo breve e preciso [...] Tiveram grande êxito e uma popularidade duradoura as *Actas Diurnas*. Mas, na vontade do fundador, são acima de tudo um suporte para narrar as suas façanhas bélicas. [...] Além das *Actas Diurnas*, havia indivíduos ‘informados’ que eram pagos para revelar as notícias que sabiam. Instalavam-se sob as colunas ‘*rostratae*’, pelo que eram chamados ‘*subrostrani*’” (Castillo, 1996:22). Já Hernando Cuadrado (2007), citado por Jorge Pedro Sousa (2008), sublinha o carácter jornalístico das *Actas Diurnas*, que, presumivelmente, surgiram no século II A.C., eventualmente em 131 A.C. “O primeiro exemplo seguro de jornalismo na história da humanidade, ainda que, como é lógico, não reúna todas as características que se exigem actualmente, mas muitas mais do que sem os dados contrastados de uma investigação rigorosa se pudesse pensar, aparece em Roma. O enorme desenvolvimento político, social, económico, territorial e em numerosos aspectos logrado pelo mundo latino provoca o nascimento e a utilização dos meios de comunicação, dos quais uma comunidade organizada e evoluída não pode prescindir. Com os instrumentos que a técnica do momento podia oferecer, procurava-se satisfazer as necessidades dos governantes, dando a conhecer à população as suas decisões, mantendo informados os pro-cônsules que se encontravam nas províncias distantes da *Urbe* e alimentar a curiosidade de uma numerosa classe dominante que necessitava da notícia e incluso da bisbilhotice para estabelecer relações e equilibrar o poder” (Cuadrado, 2007:11).

A forma como as mesmas foram sendo elaboradas nunca foi demasiado explícita, nomeadamente no que diz respeito ao processo utilizado. Inicialmente, magistrados, escravos e funcionários públicos, tinham como missão a recolha de informações, redacção e afixação das *Actas Diurnas*, desempenhando assim funções que, à luz do jornalismo actual, podem ser entendidas como referentes às dos primeiros “jornalistas”. A existência, em Roma, de oficinas editoras de *Actas*, numa fase inicial do processo, não é de desconsiderar, entrando assim numa primeira espiral mercantilista, que viria a ganhar forma através dos escribas públicos das

oficinas do Estado e dos editores privados, que efectuavam cópias para, *a posteriori*, serem enviadas para outros locais do império, nos quais governadores de províncias, funcionários e até subscritores privados gostavam de receber notícias do que acontecia na cidade do império.

As *Actas Diurnas*, na sociedade romana, foram progressivamente conquistando e adquirindo, umas vezes de forma natural, outras devido a segundas intenções da cúpula do império, características que encontram paralelo naquilo que são os jornais da sociedade contemporânea. Começando pela periodicidade e respectiva frequência de publicação, os conteúdos diversos de carácter noticioso expressos pelo corpo de escribas, que se destinava exclusivamente à redacção das *Actas*, permitiu a difusão pública de informação, em particular à distância, com enorme fluidez. Esse desiderato assumiu, inclusive, uma componente quase maciça, apoiado por suportes distintos para a mesma mensagem, ora através de jornais de parede, ora por manuscritos, ambos por iniciativa editorial do império, mas, também, de particulares, facto decorrente da abertura da publicação das *Actas* à iniciativa privada como se tratasse de uma empresa jornalística.

2. Sinais jornalísticos da Idade Média ao século XVI

A Idade Média, período histórico compreendido entre o final do século IV e meados do século XVI, fica marcada por um conjunto de fenómenos que condicionaram de sobremaneira as sociedades europeias da época. Com o sistema feudal enraizado, no qual os nobres e elementos do clero detentores das terras deixavam vincado o seu poder face aos camponeses que as cultivavam, as sociedades europeias apresentavam uma estratificação – nobreza, clero e povo – castradora do conhecimento, à qual a própria ruralização das mesmas e os constantes conflitos de povos não eram alheios. O declínio das trocas comerciais e culturais, bem como o ensino com base escolástica e teocrática, assente na fé em detrimento da razão e do intelecto, acabou por se tornar um limitador do conhecimento racional, mas é neste período que surgem as crónicas de viagem, enquanto relatos de experiências, para a sociedade de então, de outros mundos.

São precisamente os relatos de viagens, crónicas medievais que interligam a História, com a Literatura e o cariz jornalístico, que dão alguma fundamentação a alguns sinais jornalísticos neste período temporal, uma vez que a “conjuntura medieval pouco incentivou o aparecimento ou desenvolvimento de fenómenos pré-jornalísticos” (Sousa, 2008:25). Na época, porém, deve ser destacada a importância que as cartas informativas, elaboradas por

monges, cronistas, diplomatas ou outros funcionários de mercadores, dado que estas tornaram-se numa forma de enviar notícias e comentários entre localizações distantes, facto que lhes conferiu, indubitavelmente, o estatuto de um dispositivo antecessor do jornalismo. É que tais instrumentos de comunicação tinham como característica principal a transmissão de uma novidade em forma narrativa. Neste contexto, em paralelo às crónicas e cartas, a abundância de relatos de viagem detêm, em si mesmos, alguns pormenores marcadamente próximos da reportagem propriamente dita.

Se a Idade Média teve o condão de se fechar em si mesma, baseando grande parte da aquisição de conhecimento na fé, foi no Renascimento que houve condições para um desabrochar cultural e social que viria a ser determinante para o desenvolvimento das técnicas de comunicação (Breton e Proulx, 1997). A consolidação das trocas comerciais, potenciando o lançamento dos fundamentos capitalistas, contribuiu substancialmente para a crescente concentração das populações em núcleos urbanos e daí até à instituição das primeiras universidades foi um curto passo. É dentro desta sociedade pré-capitalista que a mercadoria e a notícia surgem de braço dado na procura de uma complementaridade sugerida por Habermas (1981): “Os cálculos do comerciante orientado para o mercado necessitavam, como consequência da extensão do comércio, de informação mais actual e exacta sobre factos e antecedentes especialmente longínquos. Por isso, desde o século XIV a velha actividade epistolar do comerciante é substituída por uma espécie de sistema profissional, de correspondência. Os primeiros trajectos dos emissários, também designados por correios ordinários – que partiam em determinadas datas –, foram organizados pelos comerciantes de acordo com os seus próprios fins. As grandes cidades comerciais eram, ao mesmo tempo, centros de permuta de notícias, cuja estabilidade se tornava urgente na medida em que o tráfico de mercadorias e de papel-moeda era também cada vez mais permanente. Quase simultaneamente com o aparecimento das bolsas, os contactos e a comunicação tornaram-se permanentes através da institucionalização do correio e da Imprensa” (Habermas, 1981:53).

Curto foi, então, o passo, mas não de somenos importância, uma vez que a aquisição de conhecimento por essa via foi preterindo a fé face à razão. Então, o mundo e o humanismo emanam como o centro de novas questões prementes para a época, na qual não devem ser esquecidos aspectos como o desenvolvimento da indústria do papel, os desígnios dos descobrimentos e a própria atitude das sociedades na tentativa de promover o cultivo das artes e o reforço do conhecimento como vector chave e transversal para o progresso. E o livro impresso foi determinante para tal facto, abdicando do seu carácter, até então, erudito, em prol de novas orientações e utilizações (Boureau, 1998).

Como referem Breton e Proulx (1997), “a transformação do documento escrito em livro impresso é frequentemente apresentada como o símbolo das mutações intelectuais e sociais que caracterizam a saída da Idade Média e que transformaram o documento escrito num incomportável instrumento de comunicação [...] O livro impresso, suporte de novas práticas de comunicação intelectual, esteve verdadeiramente no ponto de convergência do novo espírito técnico, de desenvolvimento do espírito mercantil e da circulação das ideias avançadas pelos humanistas, cujas modalidades de troca intelectual prefiguram as formas modernas de comunicação social” (Breton e Proulx, 1997:52), projectando igualmente o homem como ser eminentemente social, até porque, numa primeira fase, a produção de livros foi essencialmente de carácter religioso, posteriormente de índole literária e de divulgação do pensamento (Castillo, 1996).

Na época, os exemplos de antepassados do jornalismo actual eram vários, nomeadamente as crónicas, cartas pessoais, institucionais, informativas e noticiosas ou os almanaques populares. As crónicas, no seu estilo próprio, foram importantes contributos para a fixação de alguns padrões de enunciação jornalística (Sousa, 2008), enquanto as cartas, essas, vincaram a sua importância como forma de transmissão de informações e novidades a outrem. Entre cartas pessoais, institucionais, informativas e noticiosas, muito em voga no processo de explosão das trocas comerciais, não pode ser esquecida, igualmente, a correspondência diplomática, como forma delimitadora do cariz reportório, informativo e funcional do conteúdo a transmitir. Já os almanaques populares – alguns deles com regime de periodicidade -, dada a natureza simples da escrita e apelativa para as pessoas, foram determinantes para semear a vontade em ler da escassa população alfabetizada na época.

Ainda neste contexto evolutivo, as folhas noticiosas, características do Renascimento, foram um dos dispositivos influenciadores do rumo pré-jornalístico da época. Uma simples folha de pequena dimensão era o suficiente para a introdução de uma notícia. Vários eram os temas abordados e não faltavam os assuntos mais populares e sensacionalistas escritos em forma de verso ou prosa. O acolhimento de tal meio de informar, aliado à intensificação do comércio e à riqueza que daí proveio, suscitou o desejo de um lucro fácil, que potenciava a vontade de investir. Afinal de contas, como refere Nuno Crato, “a autoridade central necessita de um instrumento de rápida difusão de mensagens e directivas, a burguesia precisa de uma difusão larga de conhecimentos e de uma troca de informações sobre os assuntos do comércio; ao Renascimento humanístico fazem falta universidades, debates, livros” (Crato, 1989: 21). No fundo, estavam criados os embriões dos futuros jornais, folhas informativas que foram gravitando num universo repartido com notícias manuscritas, antecedentes à impressão

e com publicações periódicas impressas, que se tornaram num fenómeno relevante a partir do século XVII (Castillo, 1996).

Porém, se a conjuntura do Renascimento contribuía intrinsecamente para o aparecimento de invenções, é certo que os seus autores ou candidatos a tal floresciam. E neste contexto comunicacional não pode ser esquecido Gutenberg, que deu indubitavelmente um passo essencial na sociedade de então: “reinventou a tipografia e aperfeiçoou-a no preciso momento em que a sociedade dela necessitava” (Crato, 1989:22). Na época, a procura de um método impressão que de alguma forma deitasse por terra as dificuldades ou desvantagens da impressão xilográfica, concretamente a morosidade e o rápido desgaste dos moldes utilizados, movia grande parte dos inventores. As técnicas de fabrico de papel provenientes da China, posteriormente introduzidas na Europa por via dos árabes, não constituíam inovação e Gutenberg apenas adaptou algumas técnicas que serviam de base à impressão xilográfica, desenvolvendo uma liga metálica para os caracteres, concebendo uma nova máquina impressora, com outros dispositivos de impressão. “Gutenberg produziu tipos móveis com uma letra, fundiu-os em série, agrupou-os de modo a formar palavras, linhas e páginas que, depois de tintadas, são comprimidas contra o papel com uma prensa de madeira. Em poucas horas se podiam então produzir centenas de páginas, que equivalem a meses de trabalho dos anteriores copistas” (Crato, 1989:23). Aliás, segundo Alejandro Pizarroso Quintero (1996), a inovação de Gutenberg deu dois contributos inestimáveis: “a fundição dos tipos num molde metálico que permitia dispor as centenas ou milhares de caracteres necessários para compor uma obra; e a criação de um braço suficientemente longo para cada carácter, de forma a poder ser manejado e colocado junto a outros para formar palavras e frases – braço ou corpo sempre das mesmas dimensões, independentemente da letra que representasse, para poder ser encaixado na matriz” (Quintero, 1996:37). Tal invenção acabou por perdurar até ao século XIX e teve o condão de se disseminar por todo o mundo, contribuindo decisivamente para a liberdade de pensamento e de expressão que a anterior cultura de autoridade escolástica e teocrática fazia questão de condicionar.

Contudo, a nova atracção pelo mundo material, negligenciada pela Idade Média e aproveitada pelo Renascimento, teve como forte aliado a emergência de valores como o realismo, utilitarismo e o empirismo na prossecução de uma nova ideologia claramente marcada pela transformação de uma “ideia” num verdadeiro objecto de comunicação (Breton e Proulx, 1997). Se as notícias manuscritas surgem esporadicamente na Alta Idade Média, consolidando-se entre os séculos XIV e XV, alcançando maior preponderância no século XVI, altura em que a convivência com as notícias impressas é um facto inquestionável (Quintero,

1996), é precisamente com o noticiário impresso que se verifica um *boom* na troca de informações, originando igualmente um conjunto de novos acontecimentos propícios à difusão de conteúdos na sociedade de então. Afinal de contas, “a edição de uma pequena história de um acontecimento recente não implicava uma impressão muito onerosa e era fácil vender depressa” (Quintero, 1996:43).

Assim, surgem as primeiras feiras bibliográficas, o sistema de correio à escala europeia e as folhas noticiosas começaram a transformar-se em jornais, com os diversos temas a servirem de pretexto para a publicação de aspectos relacionados com a vida colectiva e privada no espaço público que começa, aos poucos, a emergir. “O jornalismo configurava-se, assim, como a actividade de contar histórias sobre a vida quotidiana” (Sousa, 2008:33). Os livros noticiosos, antepassados dos actuais jornais, constituem igualmente um dos fenómenos pré-jornalísticos da época, divergindo, face às folhas noticiosas, no volume de páginas e diversidade de informações presentes, na própria periodicidade que poderia ser anual ou semestral, e na existência de um título presente em cada uma das edições, um pouco à semelhança do que se verifica hoje na Imprensa, maioritariamente diária. Os estilos, esses, eram distintos, abrangendo notícias de índole mais séria, passando por notícias sensacionalistas ou populares, incluindo igualmente informações de carácter histórico.

Com o aumento da frequência de publicação deste tipo de livros e a consequente diminuição de volume surgem as publicações mensais, que indiciam o sucesso e a vontade do mercado em absorver as notícias, aspecto decorrente das crescentes necessidades informativas da sociedade da época, marcada por largos períodos de mutação social e ideológica. Porém, como defende Jorge Pedro Sousa (2008), “o sucesso da Imprensa jornalística emergente foi também causa das dificuldades que conheceu para se implementar. As convulsões militares, políticas e religiosas da Europa quinhentista acentuaram as tentativas de controlo e censura das actividades pré-jornalísticas por parte das autoridades civis e religiosas. O sistema de licenciamento prévio foi o processo mais usado em toda a Europa: apenas os indivíduos bem vistos pelas autoridades obtinham a licença prévia que lhes dava o direito a instalarem tipografias e/ou exercerem o ofício de tipógrafo e editor. A censura prévia foi, igualmente, uma prática corrente nos estados europeus: as publicações tinham de passar pelo crivo do censor para poderem ter a licença de impressão” (Sousa, 2008:33).

3. Do século XVII ao jornalismo moderno

O século XVII é um marco decisivo para o arranque daquele que se pode considerar como o jornalismo moderno, momento em que predomina o “jornalismo de escritores” ou “jornalismo de opinião”, directamente relacionado com a emergência de uma opinião pública interventiva que dá azo às ideias progressistas das revoluções liberais europeias. “A importância da Imprensa na vida cultural e política pré-revolucionária e pré-constitucional da Europa é assim inegável. (...) Há que ter a noção de que os periódicos eram órgãos informativos de segunda ordem, enquanto a carta era ainda geralmente considerada, no século XVII como a fonte da notícia mais segura e mais rápida. O facto de as primeiras gazetas estarem associadas de forma muito estreita ao poder central do monarca e à censura mantinha a credibilidade das gazetas manuscritas, das ‘cartas de notícias’ e das ‘epístolas’” (Cádima, 2002:83). Este facto não pode evidentemente ser dissociado da intensificação das trocas comerciais e, claramente, do aumento de população alfabetizada, condição *sine qua non* para que a mesma tivesse acesso a determinado tipo de ofícios. Estas transformações sociais provocaram, num ápice, diga-se, a necessidade premente de consumo e informação. A receptividade para as notícias e consequentes temáticas a explorar, foram o alimento necessário para o aparecimento dos primeiros jornais com carácter vincadamente jornalístico. Como referem Breton e Proulx (1997:75), “o jornal enquanto fonte regular de informações, apareceu em princípios do século XVII. No plano técnico, o seu desenvolvimento foi possibilitado pela conjugação de três factores: o desenvolvimento da tipografia, que já estava em marcha desde o século XV, a melhoria dos transportes e das vias de comunicação físicas, uma maior rapidez de encaminhamento, e o desenvolvimento dos serviços postais que iam permitir fornecer à Imprensa a infra-estrutura ideal para uma difusão estável”.

Assim, surgiram as gazetas¹ que correspondem, essencialmente, à evolução que o livro noticioso acabou por ter ao longo dos tempos rumo a uma publicação mais frequente, com menor volume e, sobretudo, com um custo substancialmente inferior, sem que isso se reflectisse na desactualização noticiosa (Sousa, 2008). Estas, como foi referido anteriormente, traziam agregado um conjunto de novas características que as tornaram num fenómeno rapidamente aceite na sociedade da época. No fundo juntou-se a fome, entenda-se, a necessidade social no consumo de notícias, com a vontade de comer, isto é, de fornecer um novo produto mais actual e de forma massiva originando alguma rentabilidade. Para que tal se

¹ Em 1604, dá-se o lançamento, em França, da *La Gazette Française*, de Marcellin Allard e Pierre Chevalier. Um ano depois, em 1605, surge o *Nieuwe Antwersche Tijdinghe* publicado em francês e flamengo. Vários autores apontam a *La Gazette de France*, em 30 de Maio de 1631, de Théophraste Renaudot, com uma tiragem inicial de mil e duzentos exemplares, com doze páginas, como o primeiro jornal regular.

verificasse, a simplicidade dos textos constantes no seu interior, narrando acontecimentos de forma cronológica, e a periodicidade da distribuição foi fundamental e, claro está, um primeiro passo para um processo evolutivo suficientemente consistente para o que hoje se vê nas bancas. Já nas gazetas, a primeira página trazia data, local de impressão e edição, nome do editor ou director da publicação. A inclusão de notícias de diversos quadrantes e proveniências, devidamente paginadas, num formato habitualmente semanal – posteriormente transformado em bi-semanal e tri-semanal –, elaboradas, conseqüentemente, por profissionais dedicados a múltiplas tarefas, desde a redacção, paginação e impressão, os quais foram mostrando receptividade à introdução dos primeiros anúncios, como forma de sustentabilidade e redução do preço de capa, são exemplos claros de que um novo jornal tinha surgido. “O aparecimento das gazetas permite afirmar que o jornalismo noticioso é uma invenção europeia dos séculos XVI e XVII, com raízes remotas na antiguidade clássica e antecedentes imediatos na Idade Média e no Renascimento” (Sousa, 2008:35).

Diga-se, porém, que o forte controlo Estado, em alguns casos, era excessivo, tentando utilizar a nova fórmula comunicacional como instrumento de propaganda, o que, por vezes, não possibilitava que a Imprensa fosse um local de expressão do pluralismo e das novas ideias que, aos poucos, emergiam na sociedade da época (Breton e Proulx, 1997; Crato, 1989). Perante isto, as gazetas acabaram por conhecer um rumo evolutivo na Europa sob a égide de dois modelos distintos, no que diz respeito ao funcionalismo e às normas adjacentes à sua acção, isto é, um preconizando a liberdade de Imprensa, o inglês, o qual viria tornar-se uma fonte de inspiração para o jornalismo ocidental contemporâneo, e outro defensor do controlo sobre a Imprensa, o francês (Rebollo, 1996; Sousa, 2008), claramente ditatorial.

Começando precisamente por este último modelo, o autoritário, segundo Maria Antonia Paz Rebollo, “parte-se da ideia de que a verdade não é um produto da grande massa do povo e que ela radica no centro de poder. Os governantes da época utilizavam a Imprensa para informar as pessoas sobre o que consideravam que elas deviam saber. A informação funcionava de cima para baixo e estava ao serviço do Estado” (Rebollo, 1996: 153). Assim, os governos promulgaram leis que previam a instituição da censura prévia de forma a impedir a publicação de determinados conteúdos considerados como nefastos ao poder vigente. Este facto não pode ser dissociado do financiamento dado pelo Estado às primeiras gazetas, como foi o caso da *La Gazette*, em França. Neste sistema, no território francês, verificou-se igualmente a complementaridade dada pelo livro noticioso *Mercure Galant*², com cerca de 200

² Surgiu em 1672 por iniciativa de Donneau de Vizé com o apoio do Rei Luís XIV.

páginas, e que apresentava uma combinação literária e jornalística em prol, fundamentalmente, da propaganda em torno dos modos e comportamentos dos privilegiados na sociedade de então. O modelo francês viria mesmo a ter sucesso na Europa do século XVII, apesar dos problemas legais vigentes colocados pelo desenvolvimento da actividade jornalística que, aos poucos, ia emergindo.

No entanto, se o modelo francês tinha como base um autoritarismo excessivo, o inglês também teve alguns momentos em que o controlo da Imprensa era tremendo, particularmente através do sistema de licenças de impressão que eram emitidas, situação que já vinha do século XVI, limitando de sobremaneira os conteúdos das folhas noticiosas e os assuntos nelas abordados, nomeadamente se os mesmos fossem nefastos para os interesses do Regime. Contudo, pese as várias convulsões³ verificadas na sociedade britânica do século XVII (Donaire, 1996), o modelo de Imprensa era sustentado em dois aspectos fundamentais, que, diga-se, fomentaram o modelo ocidental de jornalismo (Sousa, 2008), concretamente: as liberdades formais fundamentadas no racionalismo, liberdade de pensamento, de expressão e de Imprensa; e a diversidade de géneros jornalísticos alicerçados pelos inúmeros jornais dedicados a temáticas específicas da sociedade, casos dos jornais noticiosos, generalistas, especializados, culturais, científicos, políticos ou até de sátira, que viriam a dar azo a um novo espaço mediático.

É certo que os jornais, enquanto meros lugares de publicação de notícias foram igualmente vítimas, ou melhor, um meio de lutas partidárias, tentando influenciar ideologias, guiando subliminarmente a opinião pública ou esfera pública⁴, conceito explanado por Habermas (1978, 1991). Habermas (1981), citando Bucher, aponta as implicações inerentes a tal facto, em particular na organização interna da empresa jornalística: “Verifica-se a inserção de uma nova instância entre a recolha de notícias e a sua publicação: a redacção. Isto significava que o editor deixava de ser um vendedor de notícias frescas e se tornava num

³ Por exemplo, em 1626 verifica-se o primeiro episódio (com a dissolução do parlamento por Carlos I) que viria a originar o conflito civil entre o parlamento e o Rei; Cromwell procura durante os anos de 1649-1658 repor alguns mecanismos de censuras relacionados com as licenças prévias de impressão; a restauração monárquica em 1659 foi igualmente determinante para o reforço do controlo da Imprensa; A destituição do Rei James II, em 1688, associada a coroação de Guilherme de Orange e a proclamação da declaração de direitos, que foi a base para um parlamentarismo democrático onde a liberdade de expressão surgir como direito inegável a cada um dos cidadãos, são alguns dos exemplos.

⁴ Segundo Habermas (1978), “a formação de uma opinião pública ou de uma esfera pública revoltada ou informada é portadora de significados ligados ao público, à publicidade, ao acto de publicar. (...) O sujeito dessa esfera pública é o público que suporta uma opinião em função da crítica referente à publicidade.”

comerciante da opinião pública.” A conquista da liberdade de Imprensa, em Inglaterra, primeiro, com abolição, em 1641, da *Star Chamber*, tribunal dedicado ao combate da calúnia e traição, depois em 1695, pela *Licensing Act*, que suprime a censura, potenciando uma avalanche de publicações devido à ausência de uma licença de publicação para imprimir e publicar um título, fundamental para aquela que é considerada como a primeira época dourada da informação (Donaire, 1996).

No século XVIII, a ideologia do barão de Montesquieu, expressa no seu livro, em 1748, *De l'esprit des lois*, assente no pressuposto de que a melhor forma de governar era permitir a cada cidadão a procura da riqueza e o poder com o mínimo constrangimento, acção para a qual a liberdade de expressão era fundamental. Para que tal fosse alcançado era necessário a divisão de dois factores considerados vitais, em concreto, a educação e a divisão do poder. As revoluções, americana (1776) e francesa (1789), foram contributos importantes para que a liberdade se transformasse num princípio sagrado, ou não tivesse sido considerado, na altura, que a livre circulação de pensamento e de opinião era um dos direitos mais preciosos do homem (Traquina, 2002).

É verdade que o panorama social da época no mundo ocidental era propício a tal aquisição libertária. O desenvolvimento acentuado de riqueza por força do aumento da produção e colonialismo; as crescentes trocas comerciais, nacionais e internacionais; a consolidação dos estados; o racionalismo e a experimentação verificados na sociedade, a qual conhecia amiúde descobertas científicas e avanços importantes em vários dos seus quadrantes; o aumento da alfabetização das populações e a urbanização social foram aliados de peso para uma maturação do fenómeno jornalístico. Criava-se um espaço público, conceito defendido por Habermas (1991). “A formação moderna da opinião pública ao longo do iluminismo⁵ ocorre inicialmente em espaços íntimos de discussão de ideias, com apresentação em primeira-mão das obras, para medir reacções, transferindo-se depois, para os debates mediatizados pelos meios impressos, por colaboração de uma intelectualidade crítica

⁵ No fundo, o iluminismo é um conceito referente a diversas tradições filosóficas, correntes intelectuais e atitudes religiosas. Os iluministas acreditavam que os seres humanos estavam em condição de tornar o mundo bem melhor, algo conseguido graças a uma introspecção e a um livre exercício das capacidades humanas. Immanuel Kant foi um dos expoentes desta corrente que o próprio define: “O iluminismo representa a saída dos seres humanos de uma tutela que estes mesmos se impuseram a si. Tutelados são aqueles que se encontram incapazes de fazer uso da própria razão independentemente da direcção de outrem. É-se culpado da própria tutela quando esta resulta não de uma deficiência do entendimento, mas da falta de resolução e coragem para se fazer uso do entendimento independentemente da direcção de outrem. *Sapere aude!* Tem coragem para fazer uso da tua própria razão! – Esse é o lema do iluminismo” Immanuel Kant (1784), *Beantwortung der Frage: Was ist Aufklärung*.

nascente. O princípio da publicidade, defendido pelos burgueses cultivados, opõe-se à prática do segredo (...). Ao fazê-lo, a burguesia cria um autêntico estado de mediação entre a sociedade civil e o Estado. O público forma-se quando os indivíduos se reúnem para falar. A palavra ‘público’ adquire o seu presente significado, referindo-se a uma área da vida social à margem do domínio familiar e dos amigos íntimos (...). Em tal espaço burguês utilizam-se instrumentos, como a Imprensa de opinião e as diferentes formas de representação política, que confluem na formação da opinião pública (...), espécie de árbitro entre opiniões e interesses particulares. A comunicação interpessoal sucede a comunicação dos meios de informação, que os séculos XIX e XX virão alargar. Ao mesmo tempo que cresce o número de leitores de jornais, a Imprensa de intervenção política, fundamental no período primitivo dos *media*, perde a sua influência” (Santos, 1998: 10-11).

Para a formação da opinião pública (Habermas, 1978, 1991) da época, a grande diversidade de publicações existentes no panorama periódico foi decisiva, alimentando nichos de interesses que paulatinamente foram vendo a sua curiosidade, ou melhor, os seus desejos satisfeitos. Assim, publicações estritamente noticiosas e político-noticiosas, eruditas e de difusão pública do conhecimento, económicas, partidárias e de opinião, morais e de crítica social encontraram espaço para crescer na esfera pública. Todavia, enquanto na Europa o jornalismo se caracterizava pela diversidade e permissão de jornais com distintas linhas editoriais, dando mostras de maturação, no século XVIII, assistiu-se igualmente ao emergir do jornalismo norte-americano, em boa medida, sustentado pelo modelo colonizador britânico. “As colónias americanas tinham uma origem muito heterogénea: puritanos, ingleses, holandeses, católicos ingleses, alemães, escoceses, suecos, irlandeses, distribuíram-se por distintas províncias reais (Massachusetts, Nova Iorque, Nova Jérquia, entre outras), colónias de proprietários (Pensilvânia, Marilândia, Delaware), ou colónias auto governadas (Rhode Island, Connecticut). [...] Eram colónias de povoamento cujos habitantes, em geral, romperam os seus laços com a metrópole e vêm para construir uma nova pátria. [...] O elevado grau de alfabetização destes colonos era muito acima da média inglesa e europeia dos séculos XVII e XVIII. [...] A independência dos Estados Unidos da América é um processo complexo de reacção de uma população colonial contra a sua metrópole. Pelo seu conteúdo ideológico e por ter criado um novo Estado assente em bases políticas originais, podemos referi-nos a ela como Revolução Americana. Desde as primeiras mobilizações dos colonos contra o governo britânico (1763-1765) começou a difundir-se uma propaganda de carácter liberal, independentista e revolucionário. Quando estalou definitivamente o conflito, que foi na realidade uma guerra civil, a propaganda política e de guerra foi uma arma fundamental dos dirigentes da revolução,

bem como dos seus exércitos. [...] A Imprensa periódica também teve um papel importante na difusão da informação propagandística nos prolegómenos da revolução. Acontecimentos, em si mesmo de importância relativa, foram empolgados pela Imprensa mais radical, acabando por se tornarem emblemáticos” (Quintero, 1996: 464-465).

A independência foi o mote para que o Congresso dos Estados Unidos aprovasse dez emendas à Constituição, sendo que a primeira estabelece precisamente o carácter constitucional e inviolável da liberdade de expressão dentro das fronteiras americanas, facto que foi decisivo no potenciar de conteúdos culturais e, conseqüentemente, o país pioneiro num conjunto de transformações que o jornalismo veio a conhecer até aos dias de hoje (Sousa, 2008).

Como refere Traquina (2002), o novo jornalismo assente na teoria democrática apontava precisamente no sentido da necessidade do mesmo cumprir um duplo papel. Por um lado, o de vigia do poder político e respectiva protecção dos cidadãos contra eventuais abusos dos governantes, por outro a capacidade de o mesmo fornecer aos cidadãos as informações necessárias para o desempenho das responsabilidades cívicas, dando à função informativa um cariz de serviço público. A crescente comercialização da Imprensa, por via dos dois factores mencionados, e não só, tornou o jornalismo independente do poder político e dotou-o de fundamentos que permitiram à actividade tornar-se numa indústria com um novo produto, isto é, tendo a venda de notícias como informação com o objectivo claro de atingir o lucro, levando os jornais a agir como se estivessem ao serviço dos leitores/consumidores e não dos políticos.

Neste sentido, o desenvolvimento do novo jornalismo está relacionado com um conjunto de factores que contribuíram substancialmente para o aumento das audiências, tornando-se num negócio lucrativo para quem o potenciou. O preço reduzido, numa fase inicial, foi o primeiro passo, ao qual os conteúdos multifacetados oferecidos aos consumidores/leitores foram capazes de potenciar a procura do papel. O crime, comércio, informação, serviços, política, sem olhar a estratos sociais ou a sexo, não escaparam ao olhar jornalístico de então, nomeadamente dos jornais populares norte-americanos (Schudson, 1978). A crescente promoção do interesse pelo ser humano na informação reflectiu-se amiúde nos conteúdos e, claro, na forma como eram transmitidos, onde a base emotiva era extremamente vincada, sempre com uma linguagem objectiva, clara e simples. Do ponto de vista económico, as condições para o florescimento da Imprensa norte-americana ficam indubitavelmente ligadas ao movimento dos anunciantes para o novo meio, algo que, como classifica Schudson (1978), provoca, em meados de 1830, uma revolução comercial. “A

revolução comercial não se refere a todos os jornais da época, apenas aos que, de forma mais radical, quebraram a tradição e estabeleceram um novo modelo do jornalismo americano viria a seguir. Estes eram os *'penny papers'*. Como a denominação sugere, o que é mais óbvio sobre eles é que os jornais eram vendidos por um *'penny'* e não por seis centavos” (Schudson, 1978:17).

Com a possibilidade de adquirir jornais a um centavo, em detrimento de seis, o aumento de circulação foi notório, permitindo às pessoas que não compravam qualquer Imprensa, por razões económicas, a faze-lo, alterando inclusive o próprio conceito de audiência. Socialmente, viviam-se tempos de mudança. A expansão e respectiva consolidação do capitalismo, a revolução industrial, o aumento do nível educacional das populações, a democratização da vida política nos principais países ocidentais e nos Estados Unidos, os processos coloniais e o inerente aumento dos fluxos comerciais, culturais e de informações, a formação de correntes ideológicas que viriam a despoletar conflitos armados e revoluções, foram traços caracterizadores de uma época que permitiu o aparecimento de uma Imprensa forte e pujante. “Com o aparecimento da Imprensa noticiosa *'de massas'*, o jornalismo retomará as suas origens simultaneamente noticiosas, quanto ao perfil editorial, e empresariais, quanto ao objectivo primordial das publicações – o lucro” (Sousa, 2008:43).

Assim, neste âmbito, como refere Schudson (1978, 2002), os *"penny papers"* foram uma resposta ao um interesse incessante das populações. “Os *'penny papers'* seguiram o seu caminho na procura de aumentar a sua circulação e atraíram publicidade, conseguindo igualmente taxas de subscrição e subsídios dos partidos políticos. Este facto racionalizou a estrutura económica da publicação dos jornais. As fontes de receitas dependentes dos laços sociais ou dos partidos políticos foram substituídas pelas receitas provenientes do mercado da publicidade e das vendas” (Schudson, 1978). Seria, porém, o advento do telégrafo⁶ a aumentar consideravelmente a ligação entre o jornalismo e a actualidade, dando a possibilidade única do jornalismo poder ser feito num tempo diferente, mais presente, mais instantâneo. Esta inovação viria a colocar os jornais a funcionar quase em tempo real, fomentando uma vasta rede de pessoas empregadas dedicando-se à produção de informação – que de forma progressiva levaria ao alargamento internacional da cobertura jornalística e à criação de

⁶ Por definição é um aparelho através do qual se efectua a transmissão ou recepção de mensagens à distância, por meio de sinais. O sistema telegráfico foi inventado pelo norte-americano Samuel F.B. Morse (1791-1872) e tem por base a utilização de um código formado por pontos e traços para a transmissão de mensagens. Este sistema permite a reprodução sob a forma de imagens fixas (fotográficas ou não), um documento original manuscrito, impresso ou constituído por imagens fixas, com ou sem variações visuais fixas, entre outras.

agências noticiosas – e a introduzir novas formas de transmissão de conteúdos, ou melhor, uma nova linguagem mais homogeneizada e rápida.

O aparecimento de agências noticiosas, dedicadas à produção de notícias e outras informações para comercialização aos órgãos de comunicação social e outras entidades interessadas nos referidos conteúdos, contribuiu para uma maior clareza de conteúdos, fortalecidos por uma linguagem mais objectiva, precisa e simples, reforçando assim o paradigma das notícias como informação. As primeiras agências noticiosas surgiram na Europa: a *Havas*⁷, em França; a *Reuter*⁸, em Inglaterra; e a *Wolff*⁹, na Alemanha, enquanto nos Estados Unidos emergia a *New York Associated Press*¹⁰. Todas elas foram controlando os fluxos noticiosos. Do domínio interno para a expansão internacional foi apenas um pequeno passo, em boa medida resultante da melhoria das comunicações, em particular o colocar do primeiro-cabo submarino, em 1886, entre o continente europeu e o americano, que complementou a preponderância dos correios, caminhos-de-ferro – no envio dos despachos – e telégrafos na difusão das notícias, função que as agências noticiosas desempenharam na plenitude no decurso do século XX, onde vincaram o seu poder no fluxo noticioso global. “A ideia base de Charles Havas, que conquistou definitivamente o jornalismo, é a de que nenhum jornal tem, por si só, possibilidades de manter a rede informativa em todos os locais importantes. Utilizando os serviços telegráficos uma agência especializada pode fazê-lo, vendendo depois os seus despachos informativos. As despesas de manutenção dessa gigantesca rede são assim suportadas indirectamente por um conjunto de jornais e por outros clientes. É fácil conceber o tremendo poder informativo ganho pela Imprensa” (Crato, 1989:42).

Pelo meio da tremenda expansão que a Imprensa viveu no decurso do século XIX, a cobertura das guerras, como iremos ver mais à frente no capítulo dedicado à reportagem, assumiu um papel fundamental, sobretudo devido à capacidade que teve para expor o

⁷ Em 1836, o escritor e jornalista francês Charles Louis Havas cria a sua própria empresa, inicialmente dedicada à tradução de conteúdos e, posteriormente, dedicada ao fornecimento de notícias sobre a França a clientes de outros países. A agência Havas deu origem à France Press.

⁸ Paul Julius Reuter, em 1851, no Reino Unido, em Londres, fundou aquela que é hoje considerada uma das maiores agências de notícias do mundo. Assente em valores como a rapidez, fidedignidade, integridade e imparcialidade, o emigrante alemão, graças ao contributo do telégrafo, criou uma rede de escritórios, por toda a Europa, em 1858, dedicada à elaboração de notícias.

⁹ Criada em 1848 por Bernhard Wolf, a agência Wolff efectuou a cobertura do império alemão, desde a Rússia, passando pela Áustria e Hungria, até à Escandinávia no final do século XIX.

¹⁰ A Associated Press surge na sequência (1848) da guerra civil americana, conflito para o qual seis jornais de Nova Iorque juntaram esforços no envio de jornalistas para o campo de batalha.

sofrimento, a dor, a realidade e uma visão mais próxima dos factos ocorridos. As epopeias jornalísticas tiveram implicações políticas e militares associadas à sua acção e isso foi, digamos, o rastilho para dois aspectos que ocorreram: por um lado deram azo à censura, por outro tiveram o condão de suscitar o interesse de leitores e conseqüentemente contribuíram para o aumento das vendas. Na segunda metade do século XIX emerge igualmente a Imprensa ilustrada, associando-se assim à tradicional e popular. A utilização da imagem como veículo comunicativo e ilustrativo altera os modelos até então existentes. Daí ao aparecimento das *news magazines* ilustradas foi um pequeno passo e as características das mesmas eram bem diferentes. “As revistas ilustradas tinham periodicidade mensal ou semanal e eram generalistas. Inicialmente, por serem caras (cerca de 25 cêntimos), não penetravam em todas as camadas sociais, mas esta situação veio a alterar-se, no último quarto de século, devido à aparição rotativa e do *halftone*, processo que permitia a impressão simultânea de imagens e textos, o que embarateceu o preço por exemplar” (Sousa, 2008:53).

A segunda geração da “*penny papers*”, já às portas do século XX, manteve alguns dos traços caracterizadores que tornou a primeira saga fundamental para o arranque de uma nova realidade no campo social e por inerência no campo mediático. Os preços baixos mantiveram-se, tal como a linguagem acessível, sempre marcada pelo carácter emotivo, e os formatos atractivos para os leitores. Estes, já habituados e interessados por temáticas associadas ao escândalo, violência, sexo e pobreza passaram a olhar para o desporto como uma nova área de interesse, que viria a ser explorada pela Imprensa como sendo mais um pólo de amplificação de rendimentos, por via da avultada circulação e das receitas provenientes da publicidade angariada. A publicidade, por sua vez, passou a ser cada vez mais sofisticada e atraente aos olhos do leitor, facto potenciado pela imagem e discurso apelativo. As entrevistas, reportagens e o jornalismo de investigação ou denúncia, deram outro poder aos jornais, que se viram obrigados a uma aposta efectiva em novas gestões comerciais, a inovar em termos tecnológicos e a profissionalizar os seus jornalistas. Tudo isto contribuiu para um desmesurado fluxo informativo, também amplificado pelas agências noticiosas, grandes fornecedores de informações para publicações de menores recursos.

Já na Europa, o desenvolvimento da actividade jornalística nos Estados Unidos não encontrou paralelo. A guerra, o autoritarismo francês, concretamente de Napoleão, foi eliminando as ténues tentativas de seguir a passada do outro lado do Atlântico. As publicações clandestinas, essas, foram as únicas que davam conta dos anseios de liberdade dos povos submetidos ao totalitarismo. Contudo, as classes médias europeias foram conquistando o seu espaço e a sua liberdade. O comércio, o novo espaço público, ganharam força no contexto

social da época e, em Inglaterra, assistiram-se aos primeiros fenómenos de concentração de propriedade da Imprensa; surgem assim as primeiras cadeias de jornais, casos do “*Daily News*”, em 1901. Antes, em 1881, na França seria publicada uma lei que revolucionou o direito de vários países europeus, defendendo a garantia de liberdade Imprensa, a supressão da licença prévia de jornais, a criação do direito de resposta e rectificação, e o julgamento de crimes de abuso da liberdade de Imprensa por parte dos tribunais comuns. Mas foi com a influência dos Estados Unidos, que a Imprensa europeia viria a arrancar para o século XX. Apesar da tradição e cultura específicas de cada nação, o *design*, conteúdos e formas de funcionamento organizativo importados foram determinantes para a mescla inicial no jornalismo europeu, que, objectivamente e com naturalidade, foi evoluindo em ritmos e rumos distintos, em função das especificidades de cada nação e dos regimes que prevaleciam.

4. O papel da reportagem na evolução do jornalismo desde o século XIX

Boa parte do sucesso do jornalismo, enquanto pólo de atracção social e área indispensável na formação de uma arena pública ou um espaço público, deve-se à sua capacidade de transcrever, exprimir, relatar e, claro, reportar acontecimentos, que nem sempre estão ao alcance de todos. Essas qualidades foram indispensáveis para a aquisição de algum prestígio, quando, no início do século XIX, tal fama era exígua e alvo de críticas constantes. Os jornalistas, então, eram vistos, como recorda Traquina (2002), ao evocar as palavras de Balzac, em 1843, enquanto publicistas ou meros críticos. O’Boyle (1968) lembra precisamente que a possibilidade de escrever na Imprensa foi uma espécie de dádiva para muitas pessoas da época, frustradas por não terem alcançado as competências necessárias para exercer outro tipo de profissões. “Homens que eram, segundo a frase de Girardin, vítimas de uma educação universitária, homens que não tinham conseguido ser advogados, médicos, professores, voltaram-se para o jornalismo” (O’Boyle, 1968:300). Porém, tudo mudou com a reportagem, sobretudo a grande reportagem, que se tornou num foco de cobiça, reputação e de prestígio, e aí, foram os correspondentes de guerra, aqueles que chamaram a si maior admiração social. Mas o caminho não foi fácil.

Phillip Knightley (2004) dá-nos precisamente a perspectiva evolutiva que os correspondentes de guerra tiveram no campo jornalístico, desde meio do século XIX até a tempos mais contemporâneos. O primeiro passo rumo à conquista de preponderância informativa dos correspondentes e repórteres de guerra no jornalismo, graças evidentemente

à sua capacidade de reportar, terá sido dado na sequência da carga de “*Light Brigade*” a 25 Outubro de 1854. William Howard Russell, então para o *The Times of London*, descreveu, a 14 de Novembro de 1854, o desenrolar dos acontecimentos no conflito que colocou frente-a-frente o império russo e as forças constituídas pelo Reino Unido, França, o reino da Sardenha, hoje onde está localizada a Itália, e o império otomano, a actual Turquia, naquela que ficou conhecida pela guerra da Crimeia¹¹. A cobertura de Russell, enquanto processo de *information gathering*, foi uma espécie de ponto de partida para uma cobertura e um esforço de reportar de forma organizada um facto para a população civil que se encontrava nas suas casas. Antes disso, do conflito da Crimeia, os editores britânicos retiravam informações de jornais estrangeiros ou contratavam oficiais juniores para enviarem cartas com informações da frente de batalha, opções que se revelavam sempre escassas e insatisfatórias no sentido de saciar a vontade do público em conhecer os derradeiros desenvolvimentos do conflito. A opção por soldados correspondentes apresentava, contudo, várias condicionantes, dado que, em primeiro lugar, os factos eram descritos por soldados, na sua visão mais heróica do acontecimento, logo mais deturpada e, substancialmente, subjectiva, e, em segundo lugar, a descrição dos mesmos factos ou acontecimentos denotava pouco conhecimento por parte dos seus autores do que era verdadeiramente notícia.

Assim, perante o trabalho de Russell, claramente condicionado por dificuldades de acesso a determinados locais, inerentes à própria época em questão, a figura do correspondente de guerra começou a ganhar forma no panorama jornalístico, de então, e a prova disso mesmo, como relembra Knightley (2004), ficou bem à vista de todos cinco anos depois, quando do despoletar da guerra civil americana. “O correspondente de guerra tinha chegado e quando a guerra civil americana eclodiu, cinco anos depois, 500 deles [correspondentes de guerra] relataram o conflito, isto apenas no lado Norte” (Knightley, 2004:17). Efectivamente, a guerra civil americana¹² é considerada por muitos como um

¹¹ O conflito decorreu entre 1853 e 1856 na península da Crimeia, localizada no mar Negro, no Sul da actual Ucrânia, tendo efectivamente começado em Março de 1854. Em causa estiveram as tentativas expansionistas do império russo, uma tendência que já vinha do século XVIII, na região dos balcãs e que levou a que este, sob o comando do Czar Nicolau I, investisse sobre os principados otomanos do Danúbio, a Moldávia e a Valáquia, actualmente a Roménia. O império otomano, com o apoio do Reino Unido e da França, entra em conflito com a Rússia.

¹² A guerra civil americana, ou guerra da secessão, ocorreu nos Estados Unidos entre 1861 e 1865, tendo causado inúmeras baixas, estimadas em cerca de 970 mil mortes. Um dos motivos do conflito foi a escravidão. Os Estados sulistas não eram a favor da escravidão e as tendências de abolição da escravidão por parte dos Estados do Norte do país estavam mais de acordo com os seus próprios interesses económicos do que por questões do foro humanitário. O Sul do país era caracterizado pela existência de economias agrárias e voltadas para as exportações, que se caracterizavam pela exploração de mão-de-obra

acontecimento único, quiçá o maior, na história do país e, como tal, era, já na época, vital a cobertura do mesmo. Esse mesmo conflito, “a guerra criou um tremendo fluxo de notícias e a circulação dos jornais disparou, crescendo imenso, os proprietários dos jornais investiram muito das suas riquezas no envio de mais correspondentes, para promover uma cobertura em larga escala do conflito” (Knightley, 2004: 19), alguns desses enviados deram azo a uma divisão entre os profissionais que, então, se limitavam a relatar feitos e os que, subjectivamente, tornavam os mesmos acontecimentos e o conflito em si numa espécie de guerra artística, com reportagens com conteúdos claramente exacerbados e exagerados face à veracidade do que tinha ocorrido. É que, como Knightley (2004) sublinha, “pela primeira vez na história americana, era possível, ao público, ler o que aconteceu ontem, e depois ter a opinião de alguém sobre o que se tinha passado na semana passada” (Knightley, 2004:20), indo ao encontro do sensacionalismo e ânsia do público em conhecer os relatos que lhes eram facultados facilmente.

Como tal, a idealização da figura de repórter beneficiou em boa parte da capacidade de atracção que foi apresentando junto do público, da sociedade, dos consumidores, entretanto envolvidos num paradigma comunicacional em que a *penny press* ainda deixava marcas. “Foi crescendo uma nova figura que iria ocupar um lugar mítico e mesmo romântico na profissão emergente – o repórter. E era em função desse mundo de factos que esta nova figura do campo jornalístico fazia um esforço supremo: a respiga e a montagem dos eventos. E tal esforço visava transformar o jornalismo numa máquina fotográfica da realidade, no seu espelho de acordo com a nova ideologia profissional. A caça hábil de factos dava ao repórter uma categoria comparável à do cientista, do explorador e do historiador” (Traquina, 2002:37).

O cenário de guerra em terras americanas viria, efectivamente, a fortalecer uma reconfiguração das práticas jornalísticas (Sousa, 2008) e, claro, atribuir ao jornalismo um cariz mais determinado em busca da informação, apesar da mesma ser norteadada por obstáculos

escrava, enquanto no Norte do país constavam economias baseadas na exploração de assalariados, onde a produção industrial era virada para consumo interno. A escravidão era, então, tal como em Inglaterra, condenada e a exploração da mesma era tida como um obstáculo aos interesses económicos desejados, uma vez que a utilização de um escravo fomentava a concorrência desleal e apresentava consequências reais nos preços da produção e venda de produtos em cada um dos eixos. Em 1860, Abraham Lincoln, republicano avesso à escravidão, vence as eleições presidenciais e caracterizou o país como sendo uma “casa dividida”. Em 1861, antes do conflito, o país era constituído por 19 Estados livres, nos quais a escravidão era proibida, e 15 Estados em que a escravidão era uma prática aceite e, claro, comum. A 4 de Março desse ano, antes de Lincoln assumir o cargo para o qual havia sido eleito, 11 desses Estados declararam a secessão da união, criando um novo país, denominado de Estados Confederados da América. A guerra teve o seu primeiro episódio com o ataque das forças confederadas ao Fort Summer, na Carolina do Sul, a 12 de Abril de 1861, tendo a mesma, terminado a 28 de Junho de 1865.

impostos por vários condicionantes sociais, militares e políticos. A Imprensa contribuiu com o seu quinhão para um conflito, cujo teor ideológico (Quintero, 1996) subjacente foi extremamente elevado, e daí, até que se tenha chegado à disputa de propaganda, foi um ápice. Aí, os dois lados utilizaram os jornais como disseminadores de conteúdos propagandistas, sendo que os condicionalismos ou limitações no acesso à informação foi sempre uma constante nos dois lados da barricada. Porém, isso não impediu, como sublinha Quintero (1996), que a própria Imprensa, para além do contributo na construção de novas realidades sociais, económicas, políticas e militares, se modificasse. “As tiragens aumentaram enormemente e as técnicas de impressão tiveram de melhorar para responderem a esta procura. A generalização do telégrafo modificou a redacção das notícias: desenvolveu-se assim o que hoje conhecemos como o *lead* ou entrada, onde a informação era resumida com a máxima economia de palavras” (Quintero, 1996:481). As mudanças na Imprensa e na prática jornalística não se ficaram por aqui. “A guerra teve, contudo, o efeito de tornar os correspondentes de guerra numa secção à parte da prática do jornalismo. Ficou, então, estabelecida uma nova raça ou tipo de repórter, e também de leitor, que justificava a sua dispendiosa existência. Então, o que interessava e o que era preciso eram maiores e mais guerras. Assim, até à alteração das circunstâncias decorrentes da Primeira Guerra Mundial, que matou a figura de correspondentes, era difícil não encontrá-los em qualquer canto do globo onde existisse um conflito, uma batalha ou campanha. Foi ingloriamente durante cinquenta anos catalogada, de forma cínica, como a ‘*idade de ouro*’ da profissão” (Knightley, 2004:41).

Nesses mesmos cinquenta anos, a Imprensa popular foi crescendo, a utilização do telégrafo aumentou drasticamente e, progressivamente, a censura organizada começou a ser implementada. A expansão dos jornais nos dois principais países do mundo, Estados Unidos e Inglaterra, foi explosiva. “Os avanços na rapidez de transmissão da informação, em particular o telégrafo em 1844 e o telégrafo por cabo em 1866, iriam ser o sinal de uma nova era do jornalismo, cada vez mais global, e cada vez mais ligado à actualidade, que continua ainda mais viva hoje, em que o tempo exerce um controlo tirânico, embora a obsessão com a rapidez já fosse bem visível nas anedotas dos jornalistas do início do século, em Inglaterra. A identificação do jornalismo com a actualidade seria irrepreensivelmente atingida, e a obsessão dos jornalistas com a obrigação de fornecer as últimas notícias, de preferência em primeira-mão e em exclusividade, tornar-se-ia um marco fundamental da identidade jornalística” (Traquina, 2002:24).

A “*idade de ouro*” do jornalismo contou, em boa medida, com a emergência das agências noticiosas, que colocaram ao alcance de todos os jornais uma informação pormenorizada e pontual de determinado acontecimento (Quintero, 1996). Tal assunção de preponderância, segundo Jorge Pedro Sousa (2008), surgiu, fundamentalmente, devido a seis factores: 1) Os jornais, graças ao seu crescimento, em termos de volume e diversidade noticiosa, necessitavam de maior quantidade e variedade de notícias para satisfazer as exigências do público; 2) A velocidade da mudança no mundo gerou um enorme fluxo informativo, que carecia de agentes disseminadores; 3) O entendimento empresarial no âmbito jornalístico, claramente sustentado pelo aumento das vendas e dos lucros provenientes da publicidade, potenciado pela nova tecnicidade presente no meio, gerou receitas que permitiram a aposta em fornecedores de informações externos ou correspondentes, que foram atenuando as dificuldades evidentes dos jornais em recolher dados sobre acontecimentos em determinados locais; 4) Os novos meios de transporte e tecnológicos facilitaram a recolha de informações e a propagação das mesmas por maior vastidão de território, tornando, assim, as pessoas mais receptivas às notícias, aspecto que, evidentemente, tinha reflexo nas tiragens, mas tal exigência esbatia na capacidade dos jornais cumprirem a missão, única e exclusivamente, com os seus próprios meios; 5) A melhoria dos meios de impressão teve impacto na qualidade gráfica dos jornais e revistas, tornando-os mais bem sucedidos junto do público e originando maiores receitas, que em nome de tal evolução necessitavam de mais e mais notícias; 6) O jornalismo, enquanto negócio, diversifica-se em termos de órgãos de informação e segmentos, o que se reflectiu na procura variada de notícias, tornando assim apelativo o negócio de fabrico e fornecimento de informações à Imprensa.

Contudo, os repórteres de guerra e a reportagem continuavam em alta, cativando o público e não só, obrigando os editores de então a adaptarem as suas organizações a esses pressupostos. “As notícias eram mais ou menos inventadas em 1830, o repórter, esse, foi uma invenção social dos anos de 1880 e 1890. [...] Os correspondentes do século XVIII e início do século XIX eram, de um modo geral, viajantes ou amigos do editor, no estrangeiro, que escreviam cartas para os jornais da sua terra. Durante o século XIX, os editores abdicaram deste tipo de captura através de fontes informais de informação e escritores em regime de *freelancer* e contrataram repórteres pagos para escrever. Os ‘*penny papers*’ foram os primeiros a empregar repórteres nos locais das notícias” (Schudson, 1978:65).

Com efeito, depois da guerra civil americana, a reportagem tornou-se apelativa e, conseqüentemente, uma das ocupações ou profissões mais escolhidas pelos indivíduos,

tornando-se igualmente uma das mais bem remuneradas. No final do século XIX, em meados de 1880 e 1890, o estereótipo de repórter sofre alterações, as quais, naturalmente, tiveram impacto na forma como as reportagens e os conteúdos eram apresentados. “O ‘antigo repórter’, de acordo com o *standard* mitológico, escrevia apenas para receber e nada mais. Ele era iletrado e tinha orgulho na sua ignorância; estava regularmente bêbado e tinha orgulho do seu alcoolismo. O jornalismo, para ele, era só um emprego. O ‘novo repórter’ era mais jovem, ingênuo, mais enérgico e ambicioso, com formação superior, e habitualmente sóbrio. Estava apaixonadamente agarrado ao seu trabalho e sentia que a sua experiência, enquanto repórter, iria prepara-lo para escrever” (Schudson, 1978:69). Estas características, aliadas à utilização massiva do telégrafo, como veículo de transmissão informativa, tiveram um impacto tremendo na formatação das notícias e no modo como estas chegavam ao público. É que se antes do novo meio os repórteres enviavam as suas reportagens por correio, com a adopção do telégrafo e a limitação de caracteres em cada mensagem um novo estilo emergiu. “Enviar um sumário de uma batalha por telégrafo significava a adopção de um novo estilo: directo, conciso, e com factos empacotados – foi o início do *quem, como, onde, quando e porquê*, pressupostos que permanecem como essenciais e inalterados nas notícias ou reportagens dos dias de hoje” (Knightley, 2004:49).

A passagem do jornalismo, dos repórteres de guerra e suas reportagens pelas guerras franco-prussiana¹³ e da hispano-americana¹⁴, acabou por ser marcada pelo sensacionalismo e alguma censura à descrição de factos, algo que foi potenciando uma nova forma de abordagem nos anos que se seguiram. O romantismo associado à função de repórter de guerra e às suas reportagens foi-se deturpando à medida que os países dos meios de informação mais poderosos, na altura, entravam em conflito. O público, esse, concretamente norte-americano e britânico foi, então, alvo da máquina propagandista que utilizava a Imprensa para despertar um sentimento patriótico. “Para os leitores de Londres ou Nova Iorque, distantes das batalhas

¹³ Este conflito, que decorreu entre 1870 e 1871, colocou frente a frente a França de Napoleão III e um conjunto de Estados germânicos liderados pela Prússia. A vontade expressa pelo líder prussiano Bismark, em expandir e por término à influência francófona sobre os povos situados junto às margens do Reno, esteve na base da disputa que viria a terminar com a rendição de Napoleão III. A 19 de Julho de 1870 a França declarou guerra, sendo que foi a batalha de Sedan, a 1 de Setembro de 1870 a determinar a queda das tropas francesas. Porém, só a 10 de Maio de 1871, com a assinatura do tratado de Frankfurt, é que terminou a disputa bélica entre a França e Alemanha.

¹⁴ No ano de 1898, o mundo conheceu mais um conflito armado entre duas potências, no caso os Estados Unidos e a Espanha, devido à disputa do controlo sobre as antigas colónias espanholas nas Caraíbas e no junto ao Oceano Pacífico. A recusa espanhola em ceder a independência a Cuba despoletou o conflito que viria a terminar com a vitória dos norte-americanos. A Espanha, através do tratado de Paris, cedeu Porto Rico, Guam e as Filipinas aos Estados Unidos, sendo que Cuba adquiriu a sua independência.

e de locais estranhos que sempre pareceram irrealis, a *'idade de ouro'* associada ao estilo da reportagem de guerra – onde raides de armas de fogo, canhões a disparar, lutas com raiva, os bravos generais e a forma galã dos soldados com as suas baionetas, tornaram curto o caminho do inimigo – era apenas uma ilusão que tornava a história numa excitante aventura. Certamente, quando o seu próprio país se encontrava envolvido, no caso a Inglaterra estava na África do Sul, a atitude dos correspondentes e dos seus leitores era claramente diferente. As primeiras experiências de propaganda interna, que se tornou uma arma poderosa na Primeira Guerra Mundial, contribuíram para a histeria patriótica e deu uma enorme força à Inglaterra na reportagem de guerra” (Knightley, 2004:66).

Contudo, nos derradeiros anos do século XIX, concretamente a partir de 1890, a reportagem, enquanto forma de retractar factos, sobretudo de recolha de notícias, tornou-se numa importante ferramenta para o exercício da actividade jornalística. Essa percepção teve naturais implicações no modo como a carreira de jornalista passou a ser entendida e apelativa aos olhos do público. A função de ser jornalista abandonou o papel de uma mera busca pela aventura e encontrou nas fronteiras do profissionalismo uma espécie de carreira, onde a competitividade entre pares foi recolhendo louros, troca, em boa medida, também fomentada por um público mais exigente e menos propenso a manobras propagandísticas. “Os repórteres começaram a partilhar o mundo comum do trabalho; também começaram a partilhar ideias sobre a forma como deviam conduzir o seu trabalho. A competir com os outros para aumentar a circulação, os jornais tentaram satisfazer o público e os seus *standards* de verdade, a sua ideia pública de decência e o gosto do público pelo entretenimento. Isto significava que, por um lado, os jornais tinham de ser actuar vivamente, de forma colorida, entretendo o seu público, por outro os repórteres acreditavam fortemente que o seu trabalho era retractar factos e apresenta-los de forma colorida. Na sua fidelidade aos factos, os repórteres da parte final do século XIX respiraram o mesmo ar que condicionou o aumento de *experts* em políticas, e que permitiram o desenvolvimento científico da gestão da indústria em que estavam inseridos, que impôs o triunfo do realismo sobre a literatura, o que potenciou a *'revolta contra o formalismo'* na filosofia, nas ciências sociais, História e no Direito. Mas o desejo de contar histórias fez com que os repórteres estivessem menos interessados nos factos do que a criar estilos pessoais de escrita popular. Isto parecia – e, às vezes, também para os repórteres – um contra-relógio na falta de zelo pelos factos. Eles experimentaram a contradição como conflito com os seus editores, mas não enquanto uma desarmonia ideológica. [...] O progressivo acreditar nos factos foi uma forma diferente de convicção na objectividade” (Schudson, 1978:70 e 71).

A necessidade que o repórter tinha no desempenho da sua função levou-o rapidamente a olhar para o mundo factual, em que os factos eram o Norte de um rumo que tinha de traçar diariamente no desempenho da sua tarefa diária. “Posteriormente, iria emergir uma nova forma, baseada na elaboração exaustiva dos factos: o jornalismo de investigação” (Traquina, 2002:37). Tal fúria obsessiva em busca dos factos acompanhou uma idêntica perseguição movida em torno dos acontecimentos. O impacto tecnológico, a que o jornalismo foi submetido ao longo do século XIX, foi determinante para a história do jornalismo e encontra reflexos na actividade profissional que é executada nos dias de hoje. As pressões associadas à hora de fecho de uma edição ou à pressão acentuada em torno da busca de um imediatismo visceral são exemplos disso mesmo e a transmissão de determinado acontecimento, em tempo real, como temos oportunidade de assistir nos nossos dias, é suficientemente exemplificativa.

Como sublinha Traquina (2002), “o advento do telégrafo no século XIX acelerou a ligação do jornalismo à actualidade e criou diversões e delimitações adicionais, tornando possível notícias a partir de mais lugares e, acima de tudo, permitindo ao jornalismo operar dentro de um novo tempo: o ‘presente instantâneo’. [...] O impacto do telégrafo no jornalismo foi significativo, porque consolidou tudo o que a *penny press* tinha posto em movimento: 1) Permitiu que os jornais funcionassem em tempo real; 2) Ajudou a fomentar a criação de uma rede mais vasta de pessoas empregadas a tempo inteiro no trabalho de produzir informação, nomeadamente as agências de notícias, que rapidamente alargaram internacionalmente a sua cobertura jornalística, num processo continuado até hoje na globalização do jornalismo; 3) Introduziu alterações fundamentais na escrita das notícias, nomeadamente utilização de uma linguagem homogeneizada, rápida, de factos escassos, numa palavra, telegráfica. As notícias tornaram-se mais orientadas para o acontecimento, o que não significa que o anterior jornalismo não noticiasse acontecimentos, mas foi nestes que se começou a processar uma maior concentração em detrimento do debate sobre questões políticas” (Traquina, 2002:38).

Como vimos anteriormente, no final do século XIX, os jornalistas, em claro processo aquisitivo de novas formas de abordagem a acontecimentos, centradas claramente em factos, achavam-se uma espécie de cientistas que procuravam descobrir novos focos e notícia na vida económica e política da altura. Observando os factos de forma cada vez mais realística (Schudson, 1978), repórteres entendiam que o público já não lhes exigia simples histórias, queria mais e pedia factos. O realismo foi, então, um valor defendido amplamente pela classe e evocado como condição *sine qua non* para uma prática correcta da profissão. “Independentemente de os repórteres pensarem que eram cientistas ou artistas, eles

acreditavam sempre que deveriam ser realistas” (Schudson, 1978:72). O enquadramento do jornalismo, por parte dos próprios intervenientes nas práticas profissionais, enquanto ciência serviu precisamente para o aumento incessante do realismo. As circunstâncias sociais da época promoviam e configuravam o repórter e a sua forma de se expressar, através das reportagens que produzia, como um captor de factos e conseqüentemente um reproduzidor dos mesmos, retirando-lhe a subjectividade inerente à condição humana. Aí, surgiram as seis questões já tradicionais decorrentes da constituição de um *lead* (*O Quê? Quem? Quando? Onde? Porquê? E Como?*), que conferiram maior objectividade ao produto apresentado. É esse cariz objectivo que tem estado, ao longo dos anos, de forma mais ou menos evidente, subjacente ao tratamento de factos relativos à realidade social. O evocar deste valor tem sido igualmente uma forma de defesa dos jornalistas/repórteres durante anos. “Para os jornalistas, como para os cientistas em ciências sociais, o termo objectividade funciona como um baluarte entre eles e os críticos. Atacados devido a uma controversa apresentação de factos, os jornalistas evocam a sua objectividade quase do mesmo modo que um camponês mediterrânico põe um colar de alhos à volta do pescoço para afastar os espíritos malignos” (Tuchman, 1999:75).

Porém, na viragem do século, os resquícios de um abandono da subjectividade na prática jornalística ainda eram visíveis, e seria a Primeira Guerra Mundial a contribuir de forma decisiva para o aproximar do verdadeiro conceito de objectividade, abrindo igualmente o caminho para outros rumos. O aumento da coerência corporativa dos jornalistas gerado pela coesão social e ocupação com o orgulho, facto ao qual não pode ser dissociada a percepção que os próprios jornalistas tiveram, sobre a forma como eram facilmente maleáveis e manipulados pela informação canalizada por campanhas de verdadeira propaganda, fez com que a sua integridade fosse colocada em cheque. Assim, “a partir de 1920, a objectividade tornou-se um ideal comum na formação das práticas, uma parte de um projecto profissional ou missão. Mais do que estabelecer regras para seguir ou estabelecer constrangimentos para ajudar os editores a manter as suas linhas editoriais, a objectividade tornou-se finalmente um código moral. Foi colocada em evidência nos livros e manuais usados nas escolas de jornalismo e nos códigos de ética das associações profissionais. Tornou-se um código de honra profissional e estabeleceu regras que serviram de guia e cobertura aos profissionais” (Schudson, 2003:83). Esta propensão para a procura incessante de objectividade viria a colocar uma dezena de anos depois a necessidade de apresentar algo mais que os simples factos. O jornalismo, o público, os leitores não queriam apenas os factos, apesar da importância que os mesmos continuaram a ter, enquanto *target* para os repórteres. No fundo, estava em causa a

necessidade de explicar esses mesmos factos. Dar a compreender ao público o que estava verdadeiramente em causa, dando assim azo a uma espécie de jornalismo interpretativo, que, no entanto, não viria a ofuscar a colocação do valor da objectividade como condição prévia para o captar e reproduzir de factos.

5. Conclusões sumárias

- O consenso em torno da génese do jornalismo tem rareado devido ao cariz amplo que é atribuído à comunicação que resulta do processo linguístico e ao entendimento que é dado à informação na actualidade, bem como pela correlação existente entre a impressão e a periodicidade. O facto de os primeiros anos do século XIX terem ficado marcados pelo aparecimento dos jornais tem igualmente contribuído para a disparidade de análises;
- Verifica-se a existência de três correntes de opinião quanto ao aparecimento do jornalismo: 1) Na Antiguidade; 2) Com o nascimento e expansão da impressão na Europa entre a Idade Média e o Renascimento; 3) No século XIX, com o aparecimento dos dispositivos técnicos que permitiram a massificação dos jornais. Partimos da primeira corrente;
- Foi na Grécia, isto sem deixar de mencionar o contributo dado pelo império romano com as suas *Actas Diurnas*, conhecidas igualmente como *Actas Públicas*, *Actas Urbanas*

ou *Diurnálias*, que surgiu a primeira matriz rumo ao que hoje entendemos como jornalismo;

- Na Idade Média, entre o final do século IV e meados do século XVI, com o sistema feudal implementado, estratificando a sociedade entre nobreza, clero e povo, o que limitava o conhecimento, é marcado pelo emergir das crónicas de viagem, como relatos de experiências, dotados de alguns pormenores próximos da reportagem. É, posteriormente, no Renascimento, que a abertura de novos horizontes culturais e sociais dá azo ao desenvolvimento das técnicas de comunicação;
- As folhas noticiosas, próprias do Renascimento, foram dispositivos que influenciaram um rumo jornalístico, uma espécie de embriões dos futuros jornais, antecedendo à impressão e publicações periódicas impressas, que se tornaram relevantes do século XVII em diante;
- A reinvenção da tipografia por Gutenberg, com a adaptação de algumas técnicas que estavam na base da impressão xilográfica, com o desenvolvimento de uma liga metálica para os caracteres, contribuiu decisivamente para a liberdade de pensamento e expressão um pouco por todo o mundo. Com o noticiário impresso verifica-se um aumento exponencial na troca de conteúdos, acabando por surgir as primeiras feiras bibliográficas, o sistema de correio à escala europeia e a transformação de folhas noticiosas em jornais;
- O século XVII marca o arranque o jornalismo moderno, dado que o “jornalismo de escritores” ou “jornalismo de opinião”, directamente relacionados com a emergência de uma opinião pública interventiva, originam ideias progressistas e revoluções liberais na Europa;
- No plano técnico, o desenvolvimento foi resultado: 1) Desenvolvimento da tipografia; 2) Melhoria dos transportes e vias de comunicação físicas; 3) Desenvolvimento dos serviços postais;
- As gazetas, na Europa, evoluíram sob dois modelos diferenciados: 1) O inglês assente na liberdade de Imprensa; 2) O francês defensor do controlo sobre a Imprensa assumindo-se como pro-ditatorial;
- A revolução americana (1776) e francesa (1789) foram determinantes para que a liberdade se transformasse num princípio sagrado, entendendo-se, a partir de então,

que a livre circulação de pensamentos e opiniões era um dos direitos mais preciosos do homem;

- O desenvolvimento do novo jornalismo, permitindo um aumento de audiências e o fomento de um negócio lucrativo para os seus promotores, decorreu de vários factores: 1) Preços reduzidos; 2) Oferta de conteúdos multifacetados, geradores de procura; 3) Promoção do interesse humano nos conteúdos divulgados, com base emotiva e assente em linguagem objectiva, clara e simples; 4) Movimento de anunciantes para o meio, em particular na Imprensa norte-americana;
- Com o aparecimento de agências noticiosas, centradas na missão de produzir e divulgar notícias, bem como outras informações, sob o paradigma da comercialização para outros órgãos de comunicação social ou entidades interessadas em tal serviço, foi dado um importante contributo para uma maior clareza dos conteúdos produzidos, fortalecendo-os com uma linguagem mais objectiva, precisa e simples, reforçada pelo arquétipo das notícias como informação;
- As epopeias jornalísticas em coberturas de guerras tiveram implicações políticas e militares associadas à sua acção, mas possibilitaram, paralelamente, o suscitar de interesse dos leitores, contribuindo para o aumento das vendas;
- As entrevistas, reportagens e o jornalismo de investigação ou denúncia conferiram um destino poder aos jornais, obrigados então a uma aposta efectiva em novas gestões comerciais, inovando em mecanismos tecnológicos, conduzindo à profissionalização dos seus jornalistas. O fluxo informativo aumentou drasticamente, amplificado pela acção das agências noticiosas, então grandes fornecedoras de informações para publicações dotadas de menores recursos;
- Grande parte do sucesso do jornalismo reside na capacidade de transcrição, expressão, relato e, claro, reportar acontecimentos, que nem sempre estão ao alcance de todos. Neste contexto, foi a reportagem, sobretudo a grande reportagem, que trouxe reputação, prestígio e cobiça ao meio, pelo que os correspondentes de guerra, como pioneiros na arte de reportar, a clamar a si maior admiração social;
- A massificação da utilização do telégrafo, como veículo de transmissão informativa, teve um impacto tremendo na formatação de notícias e no modo como as mesmas foram chegando ao público, por força da limitação de caracteres nas mensagens transmitidas. Um novo estilo ganhou espaço, baseando-se em factos empacotados de

forma concisa e directa. Foi o início de o *Quê? Quem? Quando? Onde? Porquê? E Como?*

Capítulo II – Marcos históricos do jornalismo e a preponderância das fontes na reportagem

6. O jornalismo do século XX no atravessar para o novo milénio

Os elementos importados dos Estados Unidos, como, por exemplo, os conteúdos, o *design* e até a forma de funcionamento dos jornais, influenciaram, de sobremaneira, a Imprensa europeia, que entrou no século XX integrada num ciclo de convergência com as práticas organizativas existentes no outro lado do Atlântico. No entanto, a evolução do jornalismo no decurso do século XX não pode ser evidentemente dissociada do vasto conjunto de transformações e mutações que ocorreram em tão curto espaço de tempo. Entre 1901 e 2000 assistiram-se, por exemplo, a duas guerras mundiais, à queda de regimes totalitaristas, ao desmembramento de um dos grandes pólos geopolíticos do mundo, no caso a antiga União Soviética, e a um tremendo progresso económico, científico e tecnológico. As condições de vida das populações foram melhorando, assim como o nível educacional das mesmas, os investimentos dos Estados em investigação científica e tecnológica em muito contribuíram para novos dados e estádios de desenvolvimento que, contudo, permanecem marcados pela desigualdade em determinadas zonas do globo.

Os regimes autoritários, nazismo, fascismo e comunismo, foram, igualmente, um traço comum do século, um pouco por todo o mundo, o qual ainda viu na viragem para o século XXI

o crescimento avassalador dos fenómenos decorrentes do fundamentalismo religioso e ideológico, alguns dos quais levaram invariavelmente ao terrorismo, uma das grandes ameaças da Humanidade. Os jogos políticos entre as várias multipolaridades, em particular, nos Estados Unidos e a antiga União Soviética, ocuparam também boa parte do século e foram alimentando páginas e páginas de jornais. Os problemas ambientais, processos de descolonização e colonização, os próprios passos das sociedades rumo à globalização em toda a amplitude do quotidiano social, cultural e económica, foram outros focos de interesse, aos quais os homens, integrados em aparelhos crescentemente mediatizados e imbuídos pelo súbito alargamento de veículos portadores de mensagens, no caso a rádio, televisão e, nos últimos anos, da *Internet*, não se mostraram alheios, participando como intervenientes e fundamentalmente, em maior escala, em consumidores.

De um modo geral, os aspectos mencionados marcaram a evolução do jornalismo ao longo do século XX, no qual a preocupação jornalística não se focou única e exclusivamente no esforço de centrar as notícias em factos (Schudson, 2002). Surgiram novas práticas enriquecedoras de uma actividade que procurava assegurar um lugar intocável nas sociedades de então, recuperando o prestígio outrora perdido, e nesse aspecto, em particular, a reportagem foi determinante, como iremos verificar mais à frente. E, se em 1900, na Suécia, surge o primeiro documento com preocupações deontológicas, foi nos Estados Unidos, como refere Schudson (1978, 2002), a respeito da análise do tratamento dado à mensagem do estado da nação, que se notou uma evolução desde o registo estenográfico até à cronologia do acontecimento, e conseqüentemente, à pirâmide invertida. “Neste último formato, dominante a partir de 1900, os jornalistas já não eram repórteres que faziam o relato estritamente cronológico da reabertura dos processos congressionais. Assume particular importância a preocupação por parte dos jornalistas com o *lead* da notícia. É precisamente com o estabelecimento do *lead* como convenção, que podemos identificar a crescente afirmação de uma autoridade profissional, embora já houvesse outras manifestações de crescentes saberes ligados à actividade jornalísticas, tais como: 1) A estenografia; 2) A invenção de novos géneros, como a entrevista e a reportagem; 3) A elaboração de uma linguagem específica. Com a pirâmide invertida, os jornalistas tomaram progressivamente como sua prerrogativa, afirmar algo sobre o mais vasto sentido político da mensagem. Toma-se como certo o direito e a obrigação de mediar e simplificar, cristalizar e identificar os elementos políticos no acontecimento” (Traquina, 2002:72).

Contudo, este formato não evitou que, na primeira vintena de anos do novo século, a Imprensa fosse alvo dos governos de países participantes em conflitos bélicos, em particular

na Primeira Guerra Mundial¹⁵, pois os seus responsáveis perceberam que o controlo sobre os conteúdos podia ser uma arma de propaganda relevante (Sousa, 2008; Knightley, 2004) e dessa constatação até à censura foi um pequeno passo, como relembra Jorge Pedro Sousa (2008:65): “A primeira medida que os governos beligerantes tomaram, quando a Primeira Guerra Mundial deflagrou, foi a instituição da censura sobre a Imprensa. Por exemplo, o governo britânico instaurou, logo no início do confronto, a 2 de Agosto de 1914, o princípio de que os jornais apenas poderiam receber informações da frente por intermédio de militares, especificamente dedicados a essa tarefa.”

O término do primeiro grande conflito armado a nível mundial dos tempos modernos acabou por trazer ao jornalismo uma inusitada paixão pela objectividade. Eis que surge em meados de 1920 uma consciência profissional e ética¹⁶ em torno da objectividade (Schudson, 1978 e 2002). Este novo valor não foi o único a chegar ao jornalismo, nomeadamente ao norte-americano. “A Imprensa no seguimento da crise [Primeira Guerra Mundial] instituiu reformas modernistas. Em termos legais, os meios de informação viram a sua acção suportada pela primeira emenda de protecção instituída a nível federal e estatal, que lhe permitiu comunicar de forma privilegiada com o público. No jornalismo, repórteres e editores começaram a enquadrar-se em códigos de ética, onde estavam especificadas as responsabilidades da Imprensa na idade moderna. O jornal industrial foi substituído pelo jornal profissional. No *design* de notícias, o desenvolvimento foi paralelo à fase do movimento rumo à modernidade” (Barnhurst e Nerone, 2001: 203).

Como vimos, com o ideal de objectividade disseminado nos Estados Unidos, como valor inerente à correcta prática jornalística, “a partir de 1930 entrou em voga aquilo que os contemporâneos denominaram de ‘jornalismo interpretativo’. Os jornalistas da época, e quem ensinava na área do jornalismo, insistiam na ideia de que o mundo tinha crescido de forma

¹⁵ Conflito mundial ocorrido entre Agosto de 1914 e Novembro de 1918 que opôs a Tríplice Entente, constituída pelo império britânico, França, império russo, este só até 1917, e Estados Unidos após a data referida à Tríplice Aliança liderada pelo império alemão, império austro-húngaro e império turco-otomano. Este duelo bélico causou o colapso de quatro impérios e mudou de forma substancial o mapa geopolítico da Europa, suscitando a criação de novos países no Leste Europeu, e do Médio Oriente. Em termos de perdas humanas registou-se um saldo de 19 milhões de mortos.

¹⁶ O primeiro código, digamos, de conduta focalizado para jornalistas apareceu em 1890 e, apesar de terem sido dados alguns passos nesse sentido, no final do século XIX, a verdade é que até 1911 não surgiu qualquer documento que formalizasse a prática jornalística. O primeiro código deontológico escrito data de 1900, foi efectuado na Suécia, porém só seria adoptado em 1920. Refira-se que em 1918, o sindicato nacional de jornalistas aprova o primeiro código deontológico. Em termos internacionais, a Federação Internacional de Jornalistas, em 1939, adopta um código de honra profissional.

muito complexa e veio ao de cima a necessidade de que os factos não fossem somente reportados ou noticiados, mas também explicados” (Schudson, 2002:84).

Se a Primeira Guerra Mundial deu azo à censura e propaganda, é certo que, na Europa, concretamente em Espanha, a partir de 17 de Julho de 1936¹⁷, quando Franco assumiu preponderância no governo espanhol, verificou-se uma espécie de doutrinação franquista dos *media* que veiculavam notícias e explicações ideologicamente enquadradas, marcadas inevitavelmente pela parcialidade e censura. A utilização propagandística dos meios de comunicação social no decurso da guerra civil que se instalou no país, foi prática comum, e aí, nesse aspecto, a rádio foi um recurso de peso que serviu para passar mensagens de incentivo aos apoiantes e de reprovação ou críticas para os republicanos. As denúncias foram armas de arremesso no âmbito de uma campanha de propaganda e a emergência do cinejornalismo como projecção de feitos para que os soldados na frente de batalha elevassem os seus índices de motivação, terá sido uma espécie de pontapé de saída para o jornalismo audiovisual. “Avaliando o que sucedeu na guerra civil de Espanha, pode dizer-se que a cobertura jornalístico-propagandística desse conflito foi um ensaio para a propaganda total, desenvolvida pelos países beligerantes durante a Segunda Guerra Mundial¹⁸, alimentada pelo radiojornalismo, pelo cinejornalismo e pela Imprensa. Todos os beligerantes instituíram organismos vocacionados para a propaganda, mas a Alemanha nazi foi mais longe afectando-lhe um ministério” (Sousa, 2008:66).

Com efeito, o conflito armado foi pretexto para a difusão de mensagens de teor político, respeitantes ao regime, ao país, ao mundo e ao modo como os acontecimentos no

¹⁷ Tem início a Guerra Civil Espanhola, na sequência de um golpe de estado fracassado quando o país era liderado por um governo legal e democrático da segunda república espanhola. O conflito começou a 17 de Julho de 1936 e terminou no dia 1 de Abril de 1939, com a vitória dos rebeldes, facto que levou à instauração de um regime ditatorial de carácter fascista liderado por Francisco Franco, que viria a estar no poder até 1973.

¹⁸ Foi o conflito armado que mais vítimas provocou na história da humanidade, bem acima dos 50 milhões de mortos. A Segunda Guerra Mundial começou a 1 de Setembro de 1939 e viria a terminar um dia depois de cumprir seis anos, precisamente, a 2 de Setembro de 1945 e colocou frente a frente os países aliados, nos quais as principais potências eram a China, França, Grã-Bretanha, União Soviética e os Estados Unidos – mais tarde, em 1943, juntou-se o Brasil –, aos países do eixo onde pontificavam a Alemanha, Itália e Japão. Porém, muitos outros países foram envolvidos no conflito, ora por se juntarem a um dos lados especificados, ora por os seus territórios terem sido alvo de invasões e nesse aspecto os palcos da guerra foram vários, desde a Europa, passando pelos Oceanos Atlântico, Pacífico, por África, Médio Oriente, até ao Sueste asiático. O confronto ganhou forma devido aos pressupostos defendidos pelo líder alemão Adolf Hitler, cujo ideal nazi preconizava a superioridade germânica, a exclusão e eliminação física de algumas minorias étnicas e religiosas, como eram os casos dos judeus, ciganos, deficientes físicos e homossexuais, a supressão de liberdades e direitos individuais, perseguição a ideologias liberais, socialistas e comunistas.

campo de batalha iam decorrendo. O regime de Hitler¹⁹ inovou ao consultar a opinião pública no sentido de poder adequar as suas mensagens ao alvo das mesmas, e aí, a rádio foi determinante. Os discursos do responsável máximo alemão entravam facilmente nas casas dos seus súbitos e rapidamente, no capítulo da primazia, o audiovisual, ou melhor, o cinejornalismo através das imagens, assegurou um lugar de destaque na estratégia do regime.

O término do conflito bélico suscitou a divisão do mundo em dois blocos políticos, um assente nos valores democráticos e capitalistas liderado pelos Estados Unidos, outro que preconizava o socialismo e o carácter ditatorial das suas acções, no qual a União Soviética assumia especial destaque, isto, claro, sem esquecer, num plano mais secundário, a China. Tal divisão potenciou, igualmente, a existência de dois modelos de abordagem jornalística, por um lado o democrático, liberal e capitalista, por outro o socialista com forte influência do autoritarismo dos regimes em vigor. Em ambos os casos a sua proeminência, nas distintas zonas do globo, variou em função da evolução histórica de cada região, de cada nação. Mas a verdade é que entre a Segunda Guerra Mundial e meados de 1960 verificou-se uma espécie de florescer do espírito profissional no jornalismo (Schudson, 2002). “Os jornalistas pareciam, finalmente, independentes, desinteressados, com espírito público, confiantes e credíveis para todos, desde as correntes de poder espalhadas pelo mundo até ao simples cidadão ou consumidor” (Hallin, 1994:172). Jorge Pedro Sousa (2008) aponta mesmo a renovação estilística e funcional do jornalismo como um facto marcante neste período. Foi, então, o tempo de colocar em causa a objectividade como valor inerente à prática jornalística, e aí o jornalismo literário, marcado pela natural subjectividade, encontrou o espaço para se fomentar, assim como outras publicações que faziam frente a aspectos culturais vigentes, casos de revistas sobre minorias ou associadas, por exemplo, à luta pela liberdade sexual. O jornalismo de investigação, esse, também ganhou um novo fôlego, após a preponderância adquirida no final do século XIX, e o sensacionalismo começou, igualmente, a dar renovados passos.

Efectivamente, as transformações que ocorreram no jornalismo após a Segunda Guerra Mundial foram tremendas. A expansão da rádio, o primeiro dos meios electrónicos a

¹⁹ Adolf Hitler (Braunau am Inn, 20 de Abril de 1889 – Berlim, 30 de Abril de 1945) foi líder do Partido Nacional Socialista dos Trabalhadores Alemães, tornou-se chanceler e, posteriormente, ditador alemão. As suas teses racistas e anti-semitas, bem como os objectivos para a Alemanha ficaram bem evidentes no livro publicado em 1924, *Mein Kampf* (Minha luta). No tempo em que esteve no poder perseguiu grupos minoritários considerados, pelo próprio, como indesejados, casos das testemunhas de Jeová, eslavos, polacos, ciganos, negros, homossexuais, deficientes físicos, mentais e judeus, acto caracterizado como holocausto.

tornar-se relevante nos anos 30, e da televisão, vinte anos mais tarde, foram determinantes para uma queda gradual dos leitores da Imprensa escrita, que passou a enveredar por outros caminhos que não aqueles, única e exclusivamente, dedicados à reprodução de notícias ou histórias. Ofertas de produtos de vária índole serviram para bloquear a diminuição de leitores e o repensar dos próprios conteúdos tornou-se uma necessidade cada vez mais premente. As próprias práticas profissionais foram sendo adequadas a novas rotinas, impostas pelo negócio da comunicação e claro pelas próprias empresas detentoras de títulos. As agências noticiosas, como, por exemplo, a *Associated Press*, a *France Press* ou a *Reuters*, ganham expressão em tempos marcados pela Guerra Fria²⁰, controlando os fluxos internacionais de informação alimentando, sucessivamente, os *media*, um pouco por todo o lado, que subscreviam os seus serviços.

A partir dos anos sessenta, vive-se, então, uma época marcada pela diversidade e necessidade de embarque num certo experimentalismo, factos, esses, que foram ocorrendo em cada um dos países, em função dos sistemas políticos vigentes. Certo é que a procura da precisão jornalística se tornou numa causa premente da classe nesse período, em que se assiste à retoma do jornalismo de investigação. As tecnologias suscitam a criação de novos *timings* de produção e comunicação, fazem ganhar tempo e aumentam a qualidade do produto oferecido. A imagem ganha expressão como complemento, numa primeira fase, e, posteriormente, enquanto aspectos unívocos dos meios jornalísticos, em particular da Imprensa.

Os anos 80-90 do século XX ficam marcados pela queda de um dos blocos protagonistas da Guerra Fria, a União Soviética, pelo aparecimento de novos focos potenciadores de conflitos, casos dos países totalitários, e ainda os primeiros passos de um fenómeno que vai perdurar no início do século XXI, isto é, o terrorismo internacional. O jornalismo associa-se, então, ao movimento de globalização²¹ e adquire uma dimensão verdadeiramente global. As televisões são um bom exemplo da forma como tal facto ocorreu e

²⁰ A Guerra Fria é uma designação atribuída ao conflito político e ideológico entre os Estados Unidos (EUA), defensores do capitalismo, e a União Soviética (URSS), assente no socialismo. A oposição entre os dois blocos decorreu durante décadas, concretamente entre 1947 e 1991, não tendo envolvido qualquer combate directo e bélico entre os países envolvidos, daí a expressão “Guerra Fria”.

²¹ A globalização é o processo pelo qual a vida social e cultural nos diversos países do mundo é cada vez mais afectada por influências internacionais em razão de injunções políticas e económicas. Este processo é potenciado por vários factores, a saber: informatização; desenvolvimento dos meios de comunicação e transporte; à acção das empresas transnacionais e á pressão política no sentido de eliminar as medidas proteccionistas.

a *Internet*, como vamos ter oportunidade de verificar e comprovar, veio acrescentar novas ferramentas aos jornalistas nas suas rotinas diárias, influenciando igualmente na estrutura organizacional dos meios onde estão inseridos. A rede, os telemóveis, tiveram o condão de reconfigurar as relações entre o jornalista, o seu público e, claro, as suas fontes de informação (Manning, 2001; Traquina, 2002; Santos, 2003a; Gomes, 2009). As novas tecnologias promoveram rapidamente novos suportes para o jornalismo e deram azo ao cidadão-jornalista, permitindo que o cidadão, por exemplo, com uma simples fotografia ou vídeo efectuado com o telemóvel, possa entrar directamente na confecção do produto jornalístico. Os sistemas sem fios aplicados aos diversos meios digitais, casos dos computadores ou câmaras, e às telecomunicações, têm o poder de conferir maior mobilidade aos jornalistas e rapidez no processo que medeia a obtenção da informação e a difusão da mesma, tornando o público numa testemunha da notícia. Veja-se, por exemplo, o caso do 11 de Setembro de 2001²², em que milhões assistiram em directo a tal acontecimento nefasto.

6.1. Watergate como paradigma da reportagem

O telefonema recebido por Bob Woodward, às 9h00 da manhã do dia 17 de Junho de 1972, do editor de cidade do *Washington Post*, Harry Rosenfeld a dar conta da prisão de cinco indivíduos, que, durante a madrugada, tinham efectuado um assalto à sede do Comité Nacional do Partido Democrata, foi o ponto de partida para um caso emblemático na história do jornalismo que viria a transformar-se num mito da profissão (Schudson, 1992a e 1992b). Já com Carl Bernstein integrado na investigação do sucedido, a dupla de jornalistas, que nunca tinha trabalhado em conjunto, apurou os primeiros factos que deram origem ao desvendar de um complexo esquema de actividades ilegais autorizadas pelo então presidente dos Estados Unidos da América, Richard Nixon. O trabalho de investigação, caracterizado pelas inúmeras diligências de cariz jornalístico em todo o processo, marcou indiscutivelmente o jornalismo, a forma como este passou a ser exercido, e mostrou o verdadeiro poder que detém numa

²² Data em que ocorreram os atentados suicidas, coordenados pela Al-Qaeda, contra alvos civis nos Estados Unidos da América. A 11 de Setembro de 2001, quatro aviões comerciais foram sequestrados e dois deles colidiram contra as torres do World Trade Center, em Manhattan, Nova Iorque. O terceiro avião foi direccionado pelos sequestradores para colidir com o Pentágono, no condado de Arlington, na Virgínia. Os destroços do quarto avião foram encontrados num terreno próximo de Shanksville, na Pensilvânia, sendo que, neste caso, segundo a versão apresentada pelo governo norte-americano, os passageiros enfrentaram os supostos sequestradores e durante esse facto o avião caiu. Refira-se que, no total, os atentados causaram a morte de 3234 pessoas e o desaparecimento de 24.

sociedade democrática. “*Watergate*²³ não foi uma aberração. As suas raízes de constantes transgressões provavelmente vêm de outras administrações. Mas estes eventos específicos foram sem precedentes devido à gravidade e magnitude dos métodos autoritários usados por Nixon e pelos seus conselheiros mais próximos com o intuito de desacreditar os seus inimigos e manter o seu controlo sobre o destino da América” (Emery, Emery e Roberts, 2000:439).

Efectivamente, os contactos efectuados por Woodward e Bernstein (1974 e 1976) permitiram associar histórias, factos e estabelecer ligações entre pessoas que deram a conhecer à opinião pública um escândalo nefasto para Nixon, que resignou à presidência dos Estados Unidos da América a 9 de Agosto de 1974, sendo substituído no cargo pelo seu vice-presidente Gerald Ford. A primeira notícia continha e especificava qual o rastilho que deu azo à intriga, como é possível verificar no *lead* da mesma: “Cinco homens, um deles é antigo empregado da *Central Intelligence Agency* (CIA), foram ontem detidos às 2h30 da manhã naquilo que as autoridades descreveram como uma elaborada tentativa de arrombamento dos escritórios do Comité Nacional Democrata” (Bernstein e Woodward, 1974:19). Na época, como referem os autores, perante o cenário eleitoral que se avizinhava, “a 17 de Junho de 1972, a menos de um mês para a convenção Democrata, o presidente, no que às intenções de voto diz respeito, estava à frente de todos os possíveis candidatos Democratas a anunciar, pelo menos em 19 pontos. Na visão de Richard Nixon perspectivava-se o emergir de uma maioria Republicana que iria dominar o último quarto de século, tal como os Democratas tinham subjogado as duas gerações anteriores. O partido Democrata estava fragmentado num momento em que a brutal campanha das primárias estava prestes a chegar ao fim. O senador George McGovern, do Dakota do Sul, considerado pela Casa Branca e pelos profissionais do partido Democrata igualmente como o oponente mais fraco a Nixon, estava a despontar como um claro favorito a vencer a nomeação Democrata para a presidência” (Bernstein e Woodward, 1974:19). Por isso mesmo, as explicações para o sucedido eram e foram poucas e pouco plausíveis.

Os dois repórteres ao terem conhecimento de que quatro dos detidos, concretamente Bernard Barker, Frank Sturgis, Virgilio Gonzalez e Eugenio Martinez, eram de Miami, contactaram um colega do *Miami Herald* que lhes forneceu uma longa lista de líderes cubanos

²³ Nome do complexo, em Washington, no qual estava localizada a sede do Comité Nacional do Partido Democrático, onde foram detidos cinco elementos – Virgilio Gonzalez, Bernard Barker, James W. McCord Jr., Eugenio Martinez e Frank Sturgis – acusados de roubo e de tentativa de interceptação de linha telefónica e outras comunicações. *Watergate* foi igualmente o nome pelo qual ficou conhecido o escândalo que afectou irremediavelmente a presidência de Richard Nixon, levando-o à renúncia do mandato.

no exílio. Um repórter do *Washington Post*, em Miami, a pedido de Bernstein, recolheu informações junto da comunidade cubana, concluindo que os quatro indivíduos estavam envolvidos em actividades contra Fidel Castro²⁴, as quais eram conotadas como estando ligadas à CIA. Acicatado pelas primeiras ligações e correlações que começavam a surgir, Bernstein teve outra forte indicação que apontava o rumo a seguir: um líder cubano disse-lhe que Sturgis e os restantes elementos do grupo pretendiam usar provocadores pagos para lutar nas ruas contra manifestantes anti-guerra, durante as convenções políticas nacionais. Daí, entre outros dados que os jornalistas em causa foram recolhendo, até às suspeitas sobre um eventual conhecimento ou envolvimento da Casa Branca em tais actos foi um passo. Afinal de contas, a proximidade dos detidos a elementos da administração ganhava forma, até que a 22 de Junho surge o primeiro comentário público de Richard Nixon sobre os factos ocorridos “A Casa Branca não teve qualquer envolvimento com este incidente em particular”, referiu o Nixon. O espírito inquieto de Bernstein e Woodward, aliado à sua sagacidade, levou os dois repórteres a reter na memória, um excerto em particular da declaração do presidente: “...este incidente em particular” guardaram, recordando as várias coincidências que foram anotando ao longo das diligências efectuadas.

Porém, no desenrolar da investigação, a reportagem e recolha de informações no local/terreno foram vitais, sobretudo no contacto com as fontes de informação menos acessíveis, as quais só através do contacto pessoal, como iremos ver, é que confirmaram ou deram pistas sobre as matérias susceptíveis de confrontação jornalística. É verdade que, como referem Bernstein e Woodward na obra *All The President's Men* (1974), os inúmeros contactos telefónicos permitiram o aglomerar de pistas e o suscitar de dúvidas e questões. No entanto algumas respostas só foram conhecidas depois de uma verificação presencial dos factos. O episódio da investigação levada a cabo por elementos da Casa Branca, próximos do presidente Nixon, ao senador Ted Kennedy é um bom exemplo. Depois de alguns contactos preliminares com secretárias do gabinete de Charles Colson, especial conselheiro do presidente, os repórteres questionaram-se sobre o porquê de Howard Hunt, conselheiro da Casa Branca, ter em sua posse, concretamente na secretária pessoal, documentos e livros sobre o senador Ted Kennedy e o acidente automóvel em que este esteve envolvido em Chappaquiddick, cuja proveniência era da biblioteca da Casa Branca. Bernstein, através do telefone, tentou contactar com a bibliotecária, mas foi a sua assistente, Jane Schleicher, que viria a confirmar a

²⁴ Fidel Alejandro Castro Ruz nasceu a 13 de Agosto de 1926 e durante mais de quatro décadas liderou os destinos de Cuba. Foi primeiro-ministro do seu país entre Fevereiro de 1959 até 1976, assumindo depois, a presidência do conselho de estado até Fevereiro de 2008. A 19 desse mês o poder é transferido para o irmão Raúl Castro, devido ao debilitado estado de saúde do ditador Fidel Castro.

requisição de um livro sobre Kennedy por parte de Hunt, apesar de não se recordar do título do mesmo. Interrompida ao telefone, pedindo ao repórter para aguardar em linha, Schleicher surgiu, então, mais agitada evitando retomar o tema da conversa, nomeadamente quando lhe foi pedido para que confirmasse a data da requisição da obra solicitada por Hunt. Com a informação dada por um oficial que solicitou anonimato de que o conselheiro Howard Hunt tinha sido contratado para investigar a vida privada dos Kennedy, tendo recebido material diverso originário da biblioteca do congresso, Bernstein e Woodward decidiram ir ao local. Aí, perante a bibliotecária de serviço, os repórteres foram informados que as transacções com a Casa Branca eram confidenciais, mas que poderia ser-lhes útil passar a tarde na sala de leitura à procura, entre os milhares de papéis, de todos os pedidos do conselheiro desde Julho de 1971 – quando Hunt foi contratado para trabalhar na Casa Branca – até então.

A conclusão ganhou forma, consubstanciada pela confirmação dada por um antigo oficial da administração, quando contactado por Bernstein, de que a “Casa Branca estava completamente paranóica com Kennedy”, uma vez que o presidente Richard Nixon, o assistente e chefe do *staff* da Casa Branca, Harry Robins Haldeman e Charles Colson estavam “obcecados” com a ideia de obter informações que pudessem prejudicar uma eventual candidatura do senador Ted Kennedy. Assim, Bernstein e Woodward “escreveram uma peça dando conta que Hunt estava a investigar Kennedy desde que começou a trabalhar na Casa Branca” (Bernstein e Woodward, 1974:33).

Essencial para o desenrolar da investigação, fundamentalmente pelo que viria a potenciar, foi a viagem de Bernstein a Miami, na Florida. Foi precisamente na sequência de tal deslocação que os dois repórteres encontraram um dos elos de ligação entre Bernard Barker – um dos cinco detidos no Comité Nacional Democrata – e dois elementos do comité de candidatura de Richard Nixon, concretamente Hugh Sloan Jr.²⁵ e Maurice Stans²⁶. Em causa o depósito de um cheque no valor de 25.000 dólares, destinado e assinalado para o comité Republicano, na conta de Bernard Barker.

Efectivamente, depois de Bernstein ter analisado a lista de chamadas efectuadas por Bernard Barker, na sequência de uma manchete do *New York Times* que dava conta dos contactos realizados por este entre 15 de Março e 16 de Junho de 1972 para o Comité de

²⁵ Tesoureiro do Comité de Reeleição de Richard Nixon e antigo ajudante do assistente do presidente Harry Haldeman.

²⁶ Responsável financeiro do Comité de Reeleição de Richard Nixon e antigo secretário do comércio.

Reeleição do presidente Nixon, desde Miami, de um escritório de Gordon Liddy²⁷ e de outro advogado, o jornalista do *Post*, após os contactos com as suas fontes no sistema de telefones, não conseguiu ter acesso a toda a lista de chamadas, entretanto já na posse de procurador do distrito de Miami. Bernstein questionou-se então qual seria o interesse do dito representante legal do governo nos registos telefónicos. Procurando contactar telefonicamente vários procuradores, o jornalista conseguiu à terceira chamada falar com Richard Gerstein, procurador do Estado para Dade County, que garantiu não conhecer o teor dos registos, encaminhando Bernstein para o investigador principal Martin Dardis. Este, por sua vez, questionado sobre a origem de um montante de 89.000 dólares depositado na conta de Barker – facto afirmado pelo assistente do procurador norte-americano Earl Silbert durante o interrogatório aos primeiros implicados no caso *Watergate* – recusou-se, depois de confirmar que o valor era superior a 100.000 dólares, a revelar o nome da pessoa em causa, mas que aceitava falar sobre o assunto caso Bernstein se deslocasse a Miami, algo que o repórter anuiu.

Entre algumas peripécias e atrasos de Martin Dardis, cuja secretária ajudou a justificar, a perspicácia e insistência de Bernstein – que aproveitou a ausência da secretária para bater à porta do gabinete – foi recompensada, aproveitando a abertura do investigador em deixar o repórter fotocopiar uma série de registos telefónicos e cinco cheques, um deles sobressaiu. Quatro foram levantados em “diferentes bancos americanos e no verso constava uma assinatura ilegível, logo abaixo da seguinte anotação: Sr. Manuel Ogarrío D. 99-026-10” (Bernstein e Woodward, 1974:41). Os autores lembram o quinto cheque: “Mas existia um quinto cheque de 25.000 dólares. Era diferente dos outros e estava datado para 10 de Abril. [...] Era um cheque para levantar na caixa, extraído no *First Bank and Trust Co.* de Boca Raton, na Florida, número 131138, à ordem de Kenneth Dahlberg²⁸. [...] Os 25.000 de dólares tinham sido depositados a 20 de Abril, juntamente com os outros quatro cheques mexicanos, fazendo o total de 114.000 dólares. Quatro dias depois, Barker fez um levantamento de 25.000 dólares. Faltavam 89.000 dólares que tinham sido levantados separadamente” (Bernstein e Woodward, 1974:41). Bernstein e Woodward desconhecendo quem era Dahlberg encetaram um conjunto tentativas para o localizar. Este último conseguiu o contacto do responsável, consultando uma lista telefónica, confrontando-o com os factos apurados, concretamente as quantias em causa e o cheque que lhe tinha sido remetido. Dahlberg, algo tenso ao telefone, rematou: “Ok. Eu

²⁷ Conselheiro financeiro do Comité de Reeleição de Richard Nixon e ex-membro do *staff* do assistente do presidente para assuntos domésticos/internos, John Ehrlichman.

²⁸ Presidente das finanças do Comité de Reeleição do presidente para o centro dos Estados Unidos.

digo-lhe. Numa reunião em Washington do Comité [de campanha] enderecei o cheque para o tesoureiro do Comité [Hugh Sloan, Jr.] ou para o próprio Maurice Stans.”

Uma das fontes de informação decisivas em todo o caso *Watergate* foi o vice-presidente do FBI que forneceu importantes dados a Woodward, permitindo aos dois repórteres seguirem o rumo certo na procura da verdade dos factos. *Deep Throat* ou *Garganta Funda*, como foi apelidado William Mark Felt e cuja identidade só em 2005 foi relacionada com o caso, já era uma fonte de Bob Woodward – que prometeu nunca revelar seguindo assim um dos mandamentos da profissão –, pelo que os passos necessários para o consolidar da relação jornalista-fonte não eram fundamentais. Por isso mesmo, Woodward não hesitou contactar telefonicamente Mark Felt, uma vez que este teria conhecimento do que se passava no interior do Comité de Reeleição do Presidente e no seio da Casa Branca, porém o receio e nervosismo do então vice-presidente do FBI impuseram que o contacto entre ambos fosse efectuado presencialmente. Para tal, ficou combinado Woodward colocaria um sinal na sua janela sempre que pretendesse falar com Felt, este, por sua vez, deixava uma nota na página 20 do jornal que o repórter recebia diariamente à sua porta com o local e hora do encontro. As várias manobras de Woodward para despistar qualquer perseguição foram bem sucedidas ao longo dos encontros entre ambos, que se revelaram indispensáveis no decurso do apurar da verdade. Indicações como “esqueçam os mitos sobre a Casa Branca”, “eles [elementos da Casa Branca] não são muito inteligentes”, “as coisas estão fora de controlo” e “sigam o rasto do dinheiro”, constituíram uma importante valia para o traçar e delimitar do percurso e fio condutor da investigação, algo que só foi conseguido devido ao diálogo presencial entre jornalista e fonte, que, pela riqueza de expressões e sentimentos subjacentes, não seria possível de outra forma. “Vamos fazer isto à minha maneira. Diz-me o que sabes e eu confirmo”, disse Felt a Woodward num dos encontros.

O resultado da conversa de Bernstein com Donald Segretti²⁹ na casa deste viria igualmente a desencadear uma série de revelações, que permitiram a Woodward confrontar e confirmar, em novo encontro, com Mark Felt a veracidade das mesmas. Aí, o repórter do

²⁹ Donald Henry Segretti era um operativo político do Comité de Reeleição do Presidente Richard Nixon durante os anos 70, tendo sido contratado por Dwight Chapin para dirigir uma campanha de truques sujos, conhecida como *ratfucking*, contra os Democratas. O trabalho executado por este era pago por Herb Kalmbach, advogado de Nixon, com dinheiro retirado da campanha de reeleição do presidente. Entre as várias actividades ilícitas efectuadas sob o comando de Segretti está, por exemplo, a falsificação de uma carta do candidato democrata à presidência dos Estados Unidos, Edmund Muskie, que acusava o companheiro de partido e senador Henry Jackson de ter uma filha ilegítima de 17 anos. A falsificação de cartas em nome de Muskie afectou igualmente a relação com o senador Hubert Humphrey, dado que era acusado de má conduta sexual.

Washington Post recordou a campanha de truques sujos contra os democratas, apelidada de *ratfucking*, dirigida por Donald Segretti, o qual não pretendia falar em *on* sobre o assunto, mas que implicava o amigo Dwight Chapin, então deputado assistente do presidente. “Isso coloca-o no interior da Casa Branca”, disse Felt, perante o apelo de Woodward para que fosse mais específico sobre o nome de quem estaria implicado entre o seio da Casa Branca. Felt, pressionado pelo repórter quando questionado se o director de campanha do Comité para a Reeleição de Nixon, John Mitchell, sabia das actividades ilícitas, respondeu afirmativamente, dando um vasto conjunto de dados importantes. “Mitchell estava envolvido. Só o presidente e Mitchell é que sabiam” (Bernstein e Woodward, 1974:132), acrescentando: “Era uma operação da Casa Branca, feita dentro dos portões em torno da Casa Branca e o edifício de escritórios executivos. É suficiente? [...] Isto é muito sério. Você [Woodward] pode seguramente dizer que cinquenta pessoas trabalham para a Casa Branca e para o Comité de Reeleição do Presidente, jogando, espionando, sabotando e recolhendo informação secreta” (Bernstein e Woodward, 1974:134-135). Felt confirmou assim a lista de tácticas utilizadas: assaltar, seguir pessoas, falsas informações para a Imprensa, cartas adulteradas, cancelamento de reuniões de campanha, investigar a vida privada dos trabalhadores da campanha, colocar espões, roubar documentos e colocar provocadores em comícios e outras demonstrações de índole política.

Para exemplificar a importância das *demarches* efectuadas pelos jornalistas nos locais e dos dados recolhidos presencialmente junto das fontes de informação – evitando, por exemplo, o simples contacto telefónico –, como fórmula de acréscimo de informação fornecida pelos entrevistados, a qual se mostrou vital para o desenrolar da investigação, recordaremos mais um episódio em que os jornalistas, fruto da sua persistência e perspicácia, conseguiram apurar informações chave para os conteúdos elaborados. Senão vejamos.

Este exemplo decorre quando os dois jornalistas voltam a procurar o tesoureiro Hugh Sloan com o intuito de descobrir qual o nome do quinto elemento que tinha controlo sobre o fundo secreto do partido. Desconfiados de que o assistente e chefe do *staff* da Casa Branca, Harry Robins Haldeman, eram as peças em falta no *puzzle*, Bernstein e Woodward deslocam-se a casa de Sloan, conscientes de que este dificilmente confirmaria o envolvimento de Haldeman de forma clara, pelo que a solução encontrada pelos repórteres do *Post* passou precisamente pela forma convicta com que apresentaram todos os factos, nomes e suspeitas em causa. Assim, Bernstein e Woodward, sabendo que Sloan não fechava a porta a ninguém, muito embora não quisesse ser fonte de informação para confirmar o envolvimento de Haldeman, afirmaram que iam escrever a notícia que Jeb Stuart Magruder, director deputado de campanha do Comité de Reeleição do Presidente, Maurice Stans, responsável/presidente

financeiro do mesmo Comité, John Mitchell, director de campanha do Comité, Herbert Kalmbach, presidente deputado das finanças do Comité, eram responsáveis pelo controlo do fundo do partido e que apenas faltava a confirmação de Haldeman como quinto nome. Sloan, esse, reiterou: “Não quero ser fonte em relação a Haldeman” (Bernstein e Woodward, 1974:174-175). Os repórteres, inconformados e perante a troca de olhares entre si e Sloan, retorquiram de imediato com Bernstein a questionar: “Nós vamos escrever uma notícia [sobre o assunto em causa] e precisamos da sua ajuda, haverá algum problema se o fizermos neste sentido?” (Bernstein e Woodward, 1974:175). Depois de uma curta pausa e nova troca de olhares, Sloan desbloqueia tal impasse indo de encontro aos anseios dos jornalistas. “Deixe-me pôr as coisas desta maneira. Não terei quaisquer problemas se escreverem uma história como essa” (Bernstein e Woodward, 1974:175), referiu. Era a confirmação necessária.

Como tivemos oportunidade de constatar nos exemplos atrás mencionados, o conjunto de acções dos dois repórteres no exterior da redacção do *Washington Post* foi determinante para esmiuçar os caminhos da verdade. Fundamentalmente pela forma como Bernstein e Woodward, claramente potenciada pela perseverança e por aquilo que o editor de ambos, Harry Rosenfeld, apelidou de “fome de notícia” – própria em quem está a dar os primeiros na profissão –, conseguiram desbloquear e desvendar os caminhos de uma investigação que marcou invariavelmente o jornalismo dos anos vindouros. “O jornalismo nunca mais foi o mesmo”, afirma Schudson (2003:88). A tendência acentuada da época, no jornalismo norte-americano, centrava-se na procura do escândalo como forma de cativar público. Aí, as ditas “*hard news*” ou *notícias duras* foram uma arma fortíssima e apresentaram-se como resultado da busca incessante pela revelação dos “*podres*” da sociedade ou instituições que nela se inserem. “As organizações noticiosas que outrora cooperaram com o governo começaram a olhar para a ‘segurança nacional’ como um eufemismo governamental para a justificação ‘fiquem fora do assunto, pois podemos ficar embaraçados pela publicidade’” (Schudson, 2003:88), tendo estas emergido como inquisidoras das boas práticas legais e organizativas. O caso *Watergate* foi paradigmático dessa luta de interesses, o duelo da verdade contra a obscuridade do segredo. O *Washington Post* esteve na frente da batalha que começou. Bernstein e Woodward conheceram pressões para encobrir a história, viram o seu trabalho de investigação ser negado pelo *staff* de Nixon durante dois anos, mas as gravações efectuadas no escritório do presidente, na sala oval da Casa Branca, confirmaram o envolvimento de Nixon e dos mais directos colaboradores no vasto conjunto de actividades ilícitas praticadas.

Para tal, num processo em que o amplo número de fontes anónimas predominava, Bernstein e Woodward foram forçados a efectuar inúmeras confirmações da veracidade dos dados que lhes eram fornecidos. O interesse das fontes de informação em divulgar determinados pormenores existe sempre, representando um problema para o jornalista na missão de procurar a veracidade dos factos com exactidão e objectividade (Fuller, 1996). No caso de Felt ou *Deep Throat*, por exemplo, foi o facto de este ter sido relegado na corrida para a liderança do FBI³⁰. Aos repórteres foi pedido, por parte dos editores do *Post*, a reconfirmação das informações recolhidas em mais de que uma fonte, exigência que naturalmente implicou inúmeros telefonemas e encontros com essas mesmas fontes de informação, alguns deles vitais, como vimos, para o desenrolar da investigação.

Por tudo isto, o caso *Watergate* tornou-se para muitos um mito, influenciando o jornalismo que se fez desde então. Schudson aponta algumas das premissas que sustentam esse pressuposto. “O mito do *Watergate* conduziu de forma permanente a uma Imprensa mais poderosa, célebre e agressiva. Este mito é frequentemente suportado por preposições empíricas: *Watergate* criou amargura imprevista entre o presidente e os jornalistas destacados como correspondentes na Casa Branca; tornou os jornalistas em celebridades, causou um inusitado aumento da reportagem de investigação e, finalmente, despertou em muitos jovens o interesse fazer do jornalismo carreira” (Schudson, 1992). Realmente, o *status* do jornalista sofreu um incremento de notoriedade tremendo, tornando-o numa celebridade capaz de suscitar admiração da opinião pública. Os próprios jornalistas, olhando para o exemplo dado por Bernstein e Woodward, encontraram motivos de inspiração para a sua actividade. Cresceu o jornalismo de investigação e a reportagem ganhou igualmente outra força. A força dos factos e da verdade dos mesmos venceu o crescimento do interesse pelas notícias, pelos produtores das mesmas. O *boom* comunicacional foi tremendo. Dos jornais, passando pelas rádios e contemplando a televisão, *Watergate* gerou atenções de todos. “*Watergate* tornou-se na grande história de 1973, não apenas por causa da reportagem de investigação. [...] O público americano começou a ver televisão durante horas.” (Emery, Emery e Roberts, 2000:439). Afinal de contas, era o presidente dos Estados Unidos que estava em causa, assim como toda a sua estrutura na Casa Branca, e a possibilidade deste ser afastado do

³⁰ Unidade do departamento de justiça dos Estados Unidos que se assume como organismo de investigação criminal ao nível federal e de serviço de inteligência nacional. Entre as principais prioridades de investigação do FBI (*Federal Bureau of Investigation*) estão a protecção dos Estados Unidos contra ataques terroristas, espionagem e operações de inteligência estrangeira, ataques via Internet e crimes que envolvam alta tecnologia, combate à corrupção, protecção dos direitos civis, combate aos principais crimes de colarinho branco e violentos.

cargo assumia-se como um marco histórico na democracia de um país. E acabou por sê-lo quando Richard Nixon, a 9 de Agosto de 1974, depois de ser acusado de obstrução à justiça e tentativa de encobrir o caso *Watergate*, renuncia ao cargo, sendo substituído pelo seu vice-presidente de então, Gerald Ford.

No fundo, em jeito de conclusão e reconhecendo o papel dos vários actores secundários do enredo histórico, como recordou Carl Bernstein em Fevereiro de 2006, “a reportagem sobre *Watergate* fora feita de parcerias. A minha parceria com Bob [Woodward] e a nossa com [Ben] Bradlee, e a parceria estranha e incompleta de Bob com o *Garganta Funda*. Em suma, ela gerara um sentimento de solidariedade. Hoje em dia, os *bloggers* da Internet e os pivôs televisivos não sabem o que isso é. Trabalham sem rede. Sem travões. Não têm a quem fazer perguntas, expor dúvidas ou inspirar. Não têm editor” (Bernstein, 2006:162).

6.2. Caso “Rui Amaral”: Uma marca do jornalismo português

A chamada de atenção da secretária de “O JORNAL” para o conteúdo de uma carta anónima, endereçada para a redacção do periódico em meados de 1981 e 1982, viria a despoletar um caso que se tornou marcante no jornalismo português. José Pedro Castanheira³¹, jornalista que então efectuava a cobertura da área social – cuja área de abrangência não corresponde à que hoje em dia é atribuída no seio dos meios de comunicação social lusos, já que se centrava nos problemas sociais e não na vida e afazeres da “*socialite*” ou do “*jet-set*” –, conhecedor da área social e das questões associadas ao trabalho e emprego, não teve dúvidas em seguir e confirmar as pistas constantes na denúncia. “Todos os jornais, em todo o mundo, recebem cartas anónimas. A maior parte dessas cartas não são apreciadas com o devido valor, justamente porque a experiência revela que uma parte muito significativa dessas cartas, depois, não tem sustentabilidade. Mas, li a carta com atenção e pronto, há uma espécie de sexto sentido que caracteriza qualquer bom jornalista, em particular o de investigação, e funcionou. Prestei-lhe atenção, dei-lhe valor e fui atrás das pistas que eram dadas nessa carta anónima. No fundo, uma denúncia que, percebi logo, era fundamentada e

³¹ José Pedro Castanheira é actualmente jornalista do semanário “Expresso”, onde exerce desde 1989. Nasceu em Lisboa, em 1952, e dedicou-se ao jornalismo a partir dos anos setenta, tendo sido um dos fundadores do diário “Luta” em 1975. Foi presidente do Sindicato dos Jornalistas (1985/86) e da Comissão Organizadora do 3.º Congresso dos Jornalistas Portugueses, em 1998. Foi galardoado, em 1993 e 1997, com o Primeiro Prémio de Reportagem do Clube Português de Imprensa. Autor dos livros “Quem Mandou Matar Amílcar Cabral?” (1995), “A Filha Rebelde” (2004) e “No Reino do Anonimato” (2004).

apontava para um conjunto de dados que não foi muito difícil confirmar a sua autenticidade” (Castanheira, 2009), lembra a respeito da forma como o caso da atribuição indevida de subsídios estatais, por parte do Secretário de Estado do Emprego, Rui Amaral, foi revelado em 1984.

Em causa esteve a forma e o esquema associado à distribuição de verbas públicas a empresas, de modo a que estas mantivessem os postos de trabalho dos seus funcionários, que, em vários casos, não existiam e tão pouco, as ditas, tinham qualquer tipo de actividade relacionada com o papel que alegadamente desempenhavam no tecido empresarial português (Castanheira, 1984b, 1984c, 1984d). A primeira notícia publicada por José Pedro Castanheira (1984a) dava conta de uma listagem de 41 pessoas que, entre os meses de Dezembro e Abril, tinham colaborado directamente com o gabinete do Secretário de Estado do Emprego, a grande maioria ligados ao Partido Social Democrata (PSD)³², quando o anterior dono da pasta, Artur Mota, tinha montado um gabinete com 13 pessoas, número tido como elevado já que a estrutura normal de um gabinete referida pelo jornalista consistia em um chefe de gabinete, duas secretárias e outros tantos adjuntos. Estes factos viriam a representar o início visível de uma reportagem que marcou o panorama jornalístico nacional, assim como a vida política e parlamentar, uma vez que foi na sequência da polémica em torno de Rui Amaral que, como veremos mais tarde, foi instaurado o primeiro inquérito parlamentar a um membro do Governo (Castanheira, 1985a).

Na sequência dos factos revelados, José Pedro Castanheira (1984b), a 25 de Maio de 1984, noticia a distribuição de subsídios a empresas no valor de seis milhões de contos³³, decisão, essa, deliberada por uma comissão de análise constituída no gabinete do Secretário de Estado do Emprego, cujas decisões foram sendo tomadas “rodeadas por um estranho e condenável secretismo” (Castanheira, 1984b) que condicionava a fiscalização do modo como as verbas eram concedidas às empresas. Tal facto levantou suspeitas de corrupção, uma vez que nos governos que antecederam a equipa liderada, então, por Mário Soares³⁴, “as decisões

³² Partido Social Democrata (PSD) foi fundado a 6 de Maio de 1974 por Francisco Sá Carneiro, Francisco Pinto Balsemão e Joaquim Magalhães Mota com o nome de Partido Popular Democrático (PPD), tendo sido legalizado posteriormente, a 25 de Janeiro de 1975, e a partir de 3 de Outubro de 1976 passou a ter a designação actual.

³³ Actualmente corresponde a 30 milhões de euros.

³⁴ Mário Alberto Nobre Lopes Soares nasceu a 7 de Dezembro de 1924 e destacou-se pela sua acção política. Fundador do Partido Socialista (PS) a 19 de Abril de 1973. Foi Primeiro-Ministro português no I Governo Constitucional, entre 1976 e 1977, no II Governo Constitucional em 1978 e no IX entre 1983 e 1985. Eleito em 1986 para um primeiro mandato como Presidente da República portuguesa, tendo em 1991 sido reeleito para um novo mandato entre Janeiro de 1991 e Março de 1996. Deputado ao

sobre os subsídios a empresas implicavam um despacho conjunto dos responsáveis pelos departamentos do trabalho e da tutela”. “Até vinte mil contos³⁵, bastava a assinatura do Secretário de Estado do Emprego; de vinte mil a 50 mil³⁶ requeria-se habitualmente a assinatura do primeiro-ministro do trabalho; para verbas superiores a 50 mil, os despachos iam ao primeiro-ministro. Este procedimento não tem sido utilizado pelo actual Governo. A generalidade dos despachos são autorizados por Rui Amaral (exceptuam-se, em regra, as empresas onde há uma intervenção da Parempresa³⁷, cujos despachos implicam a autorização do Ministério das Finanças e do Plano)” (Castanheira, 1984b), escrevia José Pedro Castanheira na época. O jornalista viria a escrever mais de uma centena de artigos sobre o caso, baseando-se em informações recolhidas através de fontes de informação e fontes documentais, numa época em que o telefone e a carta eram os mediadores mais utilizados na comunicação interpessoal.

Hoje teria sido diferente, lembra José Pedro Castanheira (2009): “Acho que provavelmente, hoje, a história, o filão, ou melhor a ponta da meada, teria vindo por *e-mail*. Todos nós recebemos nas nossas redacções, a partir do momento em que começámos a assinar, para além do nosso nome, também com o correio electrónico do jornal, comentários, críticas, louvores, apreciações várias, mas também sugestões. O correio electrónico não salvaguarda muitas vezes o carácter anónimo, o correio papel é mais fácil. Quem envia por *e-mail* está a revelar-se de certa forma, mais cedo ou mais tarde é possível identificar-se. Mas estou convencido que chegaria por via de correio electrónico.”

Porém, apesar do reconhecimento das mudanças que a Internet poderia ter potenciado na forma como acedeu na época à informação, José Pedro Castanheira defende que a rede deve ser vista apenas como um suporte de apoio à investigação, comprovando assim a importância das diligências, encontros, contactos efectuados pessoalmente, visitas a locais de acontecimentos como formas indispensáveis para o desenvolvimento da reportagem, em particular do jornalismo de investigação. “As boas histórias do jornalismo de investigação não estão na Internet” (Castanheira, 2009), frisa. “Tinha uma especialização prévia naquela área e um conjunto de fontes bastante bem colocadas, pelo que foi relativamente fácil,

Parlamento Europeu entre 1999 e 2004. Criou, em 1991, uma fundação com o seu nome. Autor de várias obras desde 1950.

³⁵ Hoje equivalente a 100 mil euros.

³⁶ Montantes referentes, respectivamente, a 100 e 250 mil euros.

³⁷ Sociedade Parabancária de Recuperação de Empresas, S.A.R.L.

utilizando essas fontes, tentar a confirmação daquela pista. Evidentemente que é um ponto muito importante. De uma maneira geral não seria possível utilizando apenas o recurso à Internet. A Internet é apenas um suporte de apoio à investigação. Se estivessem [as histórias] na Internet é porque já tinham caído no domínio público. A partir do momento em que elas [as histórias] são cavadas e investigadas, publicitadas, passam também a figurar na Internet e aí ganham uma dimensão e projecção muito superior à habitual na Imprensa em papel. Quando uma história cai na Internet ganha também uma vida própria, passa a ser absolutamente incontável. O jornalista deixa de ser o único autor daquela história, pois é apenas o signatário de determinada notícia que depois tem essa vida própria. Até chegar à Internet é necessário utilizar todos os procedimentos habituais na elaboração de uma notícia, onde as fontes ganham uma importância decisiva”, garante, lembrando: “E as fontes são pessoas, com rosto, assinatura, lugar, posto, responsabilidades, cargo, que é necessário encontrar nos melhores cargos, naqueles cujo desempenho e seriedade profissional nos garanta autenticidade e veracidade da informação que nos prestam ou nos confirmam. E realmente aí funciona muito a agenda pessoal de cada jornalista. As fontes são essenciais. Não há jornalismo de investigação sem fontes pessoais. Também há fontes documentais, mas para ter acesso a essas mesmas fontes é preciso muitas vezes ter acesso a pessoas que nos abram as portas, nos revelem dossiers e arquivos.”

Neste sentido, o jornalista na prática da sua rotina diária tem no contacto presencial com as suas fontes de informação, muitas vezes, um elemento chave para o “cavar” e aprofundar as suas histórias. São inúmeras as reportagens efectuadas em locais, com fontes, intervenientes para encontrar o trilho da verdade dos factos, tarefa nem sempre de fácil alcance. A Internet, é verdade, como teremos oportunidade de ver, tem reduzido distâncias entre pessoas, instituições e, sobretudo, tem acrescentado velocidade na transmissão de informação ao fluxo noticioso. No entanto, o contacto pessoal, nas verdadeiras histórias, de um modo particular, e de forma geral nas reportagens, é vital para a prossecução dos objectivos jornalísticos de uma notícia. Também o foi na cobertura do caso “Rui Amaral”.

“É essencial o contacto pessoal. Quer dizer, o *e-mail* agora, o telefone agora e antes, são apenas um instrumento mais rápido, mais fácil, mais imediato, mas nada dispensa o contacto pessoal. O jornalista e a fonte precisam de se conhecer, sem isso não podem confiar um no outro. A fonte de informação funciona muito na base de uma relação de confiança pessoal e profissional que se estabelece. Essa confiança vai-se ganhando, alimentando, reforçando, e, portanto, a partir do momento em que essa relação está estabelecida, evidentemente que o telefone ou *e-mail*, ou até outros meios, permitem ajudar. Dão mais

rapidez e velocidade ao trabalho do jornalista, mas sem essa confiança pessoal, as coisas são mais difíceis. Não quer dizer que sejam impossíveis, mas é mais complicado. Essa relação estabelece-se conhecendo as pessoas”, defende José Pedro Castanheira (2009), que recorda um caso particular em que só em determinada hora e local é que tinha acesso a informações de uma fonte, que não dispensava o contacto presencial para ceder informações. Um episódio à imagem dos encontros que marcaram, como foi possível verificar, o relacionamento jornalista-fonte entre Bob Woodward e Mark Felt, celebrado pelo cognome de “Garganta Funda”, no desvendar de factos associados ao caso *Watergate*.

“Há uma história, que não se pode comparar com a relação entre Bob Woodward e o famoso ‘Garganta Funda’, em que o encontro era como se sabe numa garagem, não tive essa experiência, mas tive uma semelhante. Uma das minhas fontes, um alto funcionário da administração pública portuguesa, do Ministério do Trabalho, só se encontrava comigo num centro comercial bastante longe da minha casa e da casa dele. Sempre à noite, a partir das 22h00, e era nesse local em que nos encontrávamos. Quando precisava da confirmação e alguma coisa ou quando ele precisava de me soltar alguma pista ou informação marcávamos um encontro. Já sabia que era no centro comercial, neste caso o Centro Comercial das Olaias. Na altura vivia em Carnide, na outra ponta da cidade, e ele, confesso que nem sabia ao certo onde vivia, tenho ideia que era fora de Lisboa. Portanto, essa situação estava relacionada com a cautela e prudência que ele tinha para preservar a sua condição, mas também a necessidade que ele tinha do contacto presencial e pessoal para me passar esta ou aquela informação”, assegura.

No decurso da investigação que José Pedro Castanheira levou a cabo, outros exemplos do carácter indispensável de contacto presencial com fontes de informação foram marcantes. Não apenas pessoas, mas também locais e realidades. No fundo, como veremos, o acesso às fontes de contexto, ou seja, ao conjunto de inter-relações de circunstâncias associadas a determinado facto que fornecem informações sobre o mesmo ao jornalista. É esse envolvimento que muitas vezes aguça o faro jornalístico e apela ao mesmo para o desvendar da verdade. Foi o caso da visita do jornalista a Luzim, no concelho de Penafiel. A 4 de Outubro de 1984, José Pedro Castanheira (1984e) notícia a atribuição de um subsídio de 12 mil contos³⁸ a uma cooperativa, a Socopepe, que não tinha trabalhadores, situação que estava a ser averiguada pela Alta Autoridade Contra a Corrupção, nomeadamente no que se referia às condições em que a dita empresa tinha acedido ao empréstimo do montante em causa, junto

³⁸ Actualmente o valor corresponde a 60 mil euros.

da Secretaria de Estado do Emprego e Formação Profissional, com o objectivo de manter meia centena de postos de trabalho.

“A 30 de Dezembro do ano passado [1983], o secretário de Estado do Emprego e Formação Profissional assina o despacho de concessão de 12 milhões de escudos à Socopepe – Sociedade Cooperativa de Exploração de Pedreiras do Distrito do Porto, com sede na freguesia de Luzim, concelho de Penafiel. ‘Apoio financeiro reembolsável para a manutenção de 50 postos de trabalho’, aquela verba destina-se, nos termos do despacho, ‘à utilização em fundo de maneió’. Sujeito a um conjunto de condições, o respectivo reembolso é diferido por 24 meses, em dez prestações semestrais. O termo de concessão do subsídio é subscrito pelo director da entidade financiadora (o Gabinete de Gestão do Fundo de Desemprego) e por dois representantes da cooperativa beneficiária, a 24 de Janeiro. A qualidade de administradores da Socopepe destes últimos é confirmada pelo Terceiro Cartório Notarial de Lisboa, a 2 de Fevereiro. Nesse mesmo dia, a Socopepe levanta a importância de 12 mil contos, concedida a título de empréstimo pelo GGFD. No dia seguinte [3 de Fevereiro], o administrador da cooperativa, Manuel Mota Guimarães, deposita o respectivo cheque, com o número 413287, passado pela Caixa Geral de Depósitos, na agência de Penafiel do Banco Pinto & Sotto Mayor. O depósito, à ordem, é feito em nome da Socopepe, titular da conta n.º 9110. A 6 de Fevereiro, verifica-se a transferência de 10 500 contos³⁹ para uma outra conta, aberta em nome da cooperativa – com o n.º 5945160 -, no Banco Fonsecas & Burnay, na agência de Alpendorada”, escreveu na época José Pedro Castanheira (1984e), que, no mesmo artigo, dava conta do alerta dado pelo então presidente da Junta de Freguesia de Luzim, António Coelho, sobre a ocorrência de indícios de corrupção, afirmando que a dita sociedade “existe só em nome” não funcionando “legalmente”, tendo, num documento enviado pelo autarca para a Autoridade Contra a Corrupção, Ministério das Finanças e Ministério do Trabalho, feito a acusação de que “parte dos dinheiros da cooperativa” eram “encaminhados para proveitos próprios do seu administrador”.

Para além das evidências constatadas e reveladas no referido artigo, José Pedro Castanheira contextualizou igualmente a envolvência em torno da região, onde estava inserida a empresa em causa, algo que no local do acontecimento permitiu perceber a verdadeira dimensão e funcionamento do esquema subjacente à atribuição de subsídios por parte da Secretaria de Estado do Emprego. “Uma coisa é fazer a história a partir das estatísticas, dos dados – e coleccionei uma pilha de dossiers que ainda guardo –, agora, ao ir a Penafiel é que

³⁹ Ao câmbio actual corresponde a 52 500 euros.

percebi o ambiente de protecționismo, de corrupçāo, de abusos de poder, de pressōes que existiam sobre as pequenas unidades. Percebi, entāo, como é que o esquema estava montado. O esquema era muito rodeado com base numa organizaçāo para-partidária, neste caso os TSD⁴⁰, tudo aquilo funcionava. As pessoas tinham receio e medo das consequências. Havia pressōes e isso é altamente revelador como as coisas eram feitas. O conhecimento pessoal entre o empresário e o funcionário, as luvas que se passavam por baixo. Só indo lá [ao local, a Luzim] é que tive uma percepçāo aproximada de como é que a máquina infernal funcionava e quem é que beneficiava, que tipo de pessoas estava envolvido e alinhava no esquema” (Castanheira, 2009), afiançou.

Outro bom exemplo do cariz decisivo de uma conversa frente-a-frente entre um jornalista e uma fonte de informaçāo pode ser retirado da recolha de dados subjacente à notícia publicada em “O JORNAL” no dia 8 de Março de 1985, intitulada “Inquiridor do ‘caso’ Rui Amaral recebe ameaças de represálias”, assinada por José Pedro Castanheira. Na referida peça jornalística é noticiado que um deputado da coligaçāo, entāo, no Governo, que integrava a Comissão de Inquérito à Secretaria de Estado do Emprego e Formaçāo Profissional, foi ameaçado devido ao “eventual excessivo empenhamento nos trabalhos da Comissão de Inquérito” (Castanheira, 1985c) com base numa “fonte indesmentível”, como fez questāo de referir o autor da mesma na notícia. Os vários factos descritos, como um assalto à residēncia do deputado em causa, as quatro reuniōes da Comissão de Inquérito constituída por 17 elementos, a extensāo da data de entrega dos resultados do inquérito devido ao atraso da inquiriçāo dos intervenientes do caso, foram baseados na dita “fonte indesmentível”, concretamente o próprio deputado visado, João Rocha de Almeida, que na sessāo parlamentar desse mesmo dia 8 de Março, tentou desmentir a notícia publicada e que salvaguardava o seu anonimato, já que esse foi o compromisso subjacente à cedēncia de informaçōes. Ao desmentido do deputado, ou tentativa de o fazer, seguiu-se a resposta de “O JORNAL” no dia 15 desse mês, num esclarecimento assinado pelo jornalista que entrevistou o deputado. Já livre do compromisso entre jornalista e fonte, no que à salvaguarda da identidade da fonte diz respeito, José Pedro Castanheira expōs o sucedido.

“Na manhā de sexta-feira, dia 8, o deputado do PSD, João Rocha de Almeida, pretendeu desmentir a notícia no plenário da Assembleia da República. Numa intervençāo que versou unicamente aquela matéria, o deputado Rocha de Almeida leu uma comunicaçāo de 38 linhas, posteriormente distribuída aos jornalistas presentes. ‘Quero formalmente referir –

⁴⁰ Trabalhadores Sociais Democratas foram fundados a 8 de Janeiro de 1984.

disse Rocha de Almeida – que não recebi quaisquer ameaças que procurassem condicionar o meu comportamento da Comissão”, escreveu José Pedro Castanheira (1985d), que relatou igualmente todo o processo de recolha de informações.

“Já há algum tempo que corria, nos bastidores do PSD, que um deputado, que integra a Comissão de Inquérito à Secretaria de Estado do Emprego e Formação Profissional fora ‘apertado’. Na semana passada, um colega de redacção, sempre bem informado, contou a história do deputado Rocha de Almeida, cuja residência, em Aveiro, teria sido assaltada com intuítos alegadamente relacionados com a sua participação na Comissão de Inquérito a Rui Amaral. Nesse mesmo dia, estabeleceu-se, com a chefia de redacção, a estratégia de ataque à notícia: esperaríamos até quinta-feira, véspera de publicação de ‘O JORNAL’, dia em que eu iria ao Parlamento para confirmar a história junto daquela que seria a melhor fonte, o próprio deputado” (Castanheira, 1985d), recorda.

E prossegue: “Na quinta-feira à tarde, lá fui até São Bento. O ‘nosso’ homem estava no plenário – razão porque me socorri dos bons serviços de um outro deputado do PSD, que foi chamá-lo ao hemiciclo. O mesmo deputado – braço dado com o jornalista e com o colega de bancada – fez as apresentações, após o que nos deixou nos Passos Perdidos. Convidei Rocha de Almeida para um café, ao que ele acedeu. Descemos a ampla escadaria, até ao bar do Parlamento. Depois de ‘um pago eu, paga você’, fomos sentar-nos a uma mesa do bar. Uma mesa tanto quanto possível discreta, mas nem por isso afastada dos olhares dos passantes e demais frequentadores – deputados, jornalistas, funcionários da Assembleia. Ali estivemos quase uma hora. O deputado confirmou-nos inteiramente as duas histórias – quer a da ameaça da represália, quer a do assalto à sua residência. E deu-me muitos outros pormenores, alguns dos quais, por secundários e escassamente fundamentados, nem sequer referi na notícia [publicada no dia 9 de Março de 1985]. Rocha de Almeida fez depender a publicação da história de três condições: a não revelação da fonte, e a não identificação do deputado nem do grupo parlamentar a que pertence. Aceitei – e cumpri. Depois, foram as despedidas, com a troca de números de telefone e a promessa de mais assíduos contactos. Voltámos a subir as escadarias, até aos Passos Perdidos, onde um aperto de mão selou, simbolicamente, o ‘contrato’ firmado minutos antes” (Castanheira, 1985d).

Mais de 25 anos depois do episódio ocorrido com, então deputado, Rocha de Almeida, José Pedro Castanheira recorda-o como um exemplo dos benefícios de uma conversa pessoal, que sem a mediação telefónica ou, actualmente, via *e-mail* não teria os resultados alcançados, os quais vão ao encontro da verdadeira missão que pode e deve desempenhar na mediação do jornalista com outros intervenientes nas suas tarefas diárias. “Há também o exemplo do

contacto que tive com o parlamentar [Rocha de Almeida], em que percebi que a questão era muito complicada do ponto de vista político. A verdade é que conversei com esse deputado em condições muito especiais. Estamos a falar de uma rede que passava pela Direcção, ou pelo menos por alguns dirigentes do partido, envolvia deputados e dirigentes nacionais. Esse deputado, quando teve receio em receber-me, mesmo na própria Assembleia, e ao estabelecer um conjunto de condições para poder falar comigo, percebi logo, de facto – foi importante e entendi –, o quão alto que iam as responsabilidades e os receios em torno deste esquema. Muito provavelmente o deputado não falaria comigo, recusaria pura e simplesmente a fazer-lo se não fosse pessoalmente. Diria que não ou desmentiria em outra circunstância. Numa conversa pessoal, ainda por cima propiciada por outro deputado que ambos conhecíamos, foi uma espécie de ponte, estabeleceu-se uma relação mínima de confiança que permitiu que nos entendêssemos à volta de um café, de acordo com as condições que ele colocou e que procurei cumprir até ao limite. Através de um *e-mail* ou telefone jamais seria possível, pois é precisamente através da conversa pessoal que é possível aumentar o grau de confiança mútua. A confiança dos dois lados vai sendo alimentada e aumentada, isso só acontece pelo conhecimento pessoal e falando olhos nos olhos. Caso contrário é muito difícil. Em matérias complicadas, especialmente no jornalismo de investigação, o conhecimento pessoal, do assunto e das fontes é insubstituível. Não conheço e não é possível, seguramente, haver jornalismo de investigação sem fontes pessoais e documentais. São as pessoas que muitas vezes nos fazem chegar às fontes documentais. Até para o boletim meteorológico são precisas fontes de informação” (Castanheira, 2009), ironiza, reconhecendo o cariz de indispensabilidade que um frente-a-frente tem na confirmação e recolha de informações, sobretudo, geradoras de maior celeuma.

6.3. A reportagem e o caso “Abu Grahib”

O atentado terrorista de 11 de Setembro de 2001⁴¹ nos Estados Unidos deu azo ao primeiro grande conflito armado do século XXI, levando a Administração Bush⁴² na direcção da

⁴¹ Consistiu numa série de ataques terroristas e suicidas coordenados pela *Al-Qaeda* contra alvos civis nos Estados Unidos da América na manhã de 11 de Setembro de 2001. Foram sequestrados quatro aviões, sendo que dois deles colidiram contra o *World Trade Center* em Manhattan, Nova Iorque, considerado um dos mais importantes centros financeiros do Mundo. Um terceiro avião, o *American Airlines Flight 77*, embateu no Pentágono, no Condado de Arlington, na Virgínia. Os destroços do quarto avião foram encontrados num campo próximo de Shanksville, na Pensilvânia, e o seu destino era o Capitólio. Segundo

resposta militar à queda do *World Trade Center*⁴³, em Nova Iorque, e destruição parcial do *Pentágono*⁴⁴, em Washington, a qual foi dada no Afeganistão, país bastião da *Al-Qaeda*⁴⁵ e dos *Taliban*⁴⁶. A 7 de Outubro de 2001 a guerra começou em território afegão e a procura de culpados, em particular, Osama Bin Laden⁴⁷, originou uma série de episódios e acções alvo de uma cobertura mediática em larga escala. Os *media*, um pouco por todo o mundo, destacaram o conflito, colocando-o no topo das suas agendas mediáticas, explorando histórias e factos que lhe estavam associados. As denúncias de abusos das tropas norte-americanas, estampadas em algumas páginas de meios de comunicação de referência, começaram ainda no Afeganistão. A 26 de Dezembro de 2002, o *Washington Post* colocava na sua primeira página a *estória* da ocorrência de abusos sobre prisioneiros de guerra no secreto centro de detenção da *CIA* e na denominada “*zona proibida*” na base aérea de Bagram, ocupada pelos soldados americanos.

A reportagem, enquanto formato mistificado pelo caso *Watergate*, como vimos, nos dias que correm, sofreu mutações e os vários episódios que sustentaram os factos relacionados com *Abu Ghraib*⁴⁸ mostram-nos isso mesmo. Desde as condicionantes financeiras impostas pelos próprios meios de comunicação social, que limitaram a sua cobertura do

fontes oficiais da administração norte-americana, a revolta dos passageiros contra os terroristas levou à queda do avião. No conjunto dos atentados perderam a vida mais de 3 mil pessoas.

⁴² Antigo presidente norte-americano que liderou o país entre 2001 e 2009, sucedendo a Bill Clinton. Filho de George Bush, igualmente antigo presidente dos Estados Unidos, foi governador do Texas entre 1995 e 2000.

⁴³ Complexo de sete edifícios localizados em Lower Manhattan, em Nova Iorque, coração do centro financeiro da cidade, que foi projectado por Minoru Yamasaki na década de 1960 e chegou a ser alvo de um ataque à bomba em 26 de Fevereiro de 1993.

⁴⁴ Inaugurado a 15 de Janeiro de 1943, é o maior edifício de escritórios do mundo, único e exclusivamente, dedicado à inteligência estratégica e espionagem.

⁴⁵ Organização fundamentalista islâmica internacional constituída por várias células colaborativas e independentes que estão espalhadas pelo mundo e procuram reduzir a influência não-islâmica em assuntos islâmicos. É considerada responsável por um grande número de ataques violentos contra alvos civis, militares e comerciais. Apontada como autora do atentado de 11 de Setembro contra o *World Trade Center* e *Pentágono*.

⁴⁶ Movimento islâmico extremista nacionalista de etnia *afegane pashtu* que governou o Afeganistão entre 1996 e 2001.

⁴⁷ Terrorista de nacionalidade Saudita e um dos homens mais procurados no mundo. Tido como o líder da *Al-Qaeda*.

⁴⁸ Complexo penitenciário situado em *Abu Ghraib* construído em 1960, sensivelmente a 32quilómetros da capital Bagdade, onde decorreram vários actos de tortura ao longo dos anos, desde a ocupação britânica, passando pelo regime liderado por Saddam Hussein, até à utilização das instalações pelas forças norte-americanas e inglesas na Guerra do Iraque.

conflito de forma mais abrangente e com mais repórteres destacados para o terreno, algo que, por exemplo, não se viu com tamanha preponderância nos primórdios das reportagens de guerra e, conseqüentemente, no envio de repórteres para os locais da acção passível de mediatismo, deixando essa tarefa, sobretudo, para as agências noticiosas internacionais, até à capacidade e dependência dos jornalistas das fontes oficiais, a produção jornalística viu o seu campo de visão, digamos, afunilado na observação e relato de acontecimentos na incessante procura da verdade dos mesmos. *Abu Ghraib* deu-nos a conhecer de tudo um pouco, em particular mostrou-nos a luta travada entre o jornalismo e os poderes que o procuram controlar, isto do ponto de vista jornalístico, já que na perspectiva humanista a visão é, consideramos, atroz, no que aos direitos do homem diz respeito.

Vimos que do *Washington Post*, nos finais de 2002, saíram os primeiros relatos de abusos a prisioneiros, uma espécie de despertar aos *media* para outra realidade escondida por detrás do sentimento de vingança e *pay back* vigente entre as forças americanas e seus aliados após os trágicos acontecimentos de 11 de Setembro de 2001. Esse *wake-up* mediático foi profícuo. A 17 de Maio de 2003, o *New York Times* publica a *estória* de que em *Basra*, no Iraque, alguns detidos reclamavam ter sido alvo de abusos por parte de soldados norte-americanos e ingleses, algo que, segundo os investigadores da *Amnistia Internacional*⁴⁹, poderia constituir e representar a prática de tortura. Já a 18 de Agosto de 2003, o *Los Angeles Times* avança com a notícia de que quatro soldados na reserva da *Pennsylvania*, que faziam parte do 320.º batalhão de polícias militares, foram acusados de maltratar e agredir prisioneiros de guerra iraquianos.

Entre Outubro e Dezembro desse ano decorreram vários abusos sobre prisioneiros de guerra em *Abu Ghraib*, uma pequena parte deles vieram a público, como veremos. No entanto, a verdadeira dimensão e magnitude dos mesmos não chegou a ser conhecida. A 5 de Outubro de 2003, a *Associated Press*⁵⁰ reporta o encerramento do *Camp Cropper*, um importante centro de detenção no Aeroporto de *Baghdad*. Os jornalistas a agência noticiosa internacional foram impedidos de entrar nas instalações, contudo o repórter Charles Hanley conseguiu entrevistar alguns dos detidos que tinham sido libertados e falaram sobre os abusos que

⁴⁹ Criada a 28 de Maio de 1961, a *Amnistia Internacional* é uma organização que luta pelos direitos humanos consagrados na *Declaração Universal dos Direitos Humanos*, investigando e participando em acções de prevenção com o intuito de colocar um fim a abusos da integridade física e mental, bem como condicionantes à liberdade de consciência e expressão, actuando junto de governos, organizações intergovernamentais, grupos políticos armados, empresas ou outros actores não estatais.

⁵⁰ Agência de notícias norte-americana que é tida como uma das mais antigas no mundo.

teriam sido alvo. Ganhava, assim, força a ideia de que teria havido prática de abusos em forma de tortura, palavra que sempre foi evitada pela administração norte-americana e seus responsáveis para designar as ocorrências na prisão de *Abu Ghraib*, quando estas foram conhecidas publicamente, devido às *Convenções de Genebra*⁵¹. A *Associated Press* distribuiu a reportagem de Charles Hanley, a 1 de Novembro de 2003, baseada nas entrevistas recolhidas junto de três detidos de antigos campos de prisioneiros de guerra iraquianos, incluindo a prisão de *Abu Ghraib*. Isto, enquanto crescia a tensão entre iraquianos e soldados, sobretudo, norte-americanos, os quais, tal como nos postos onde estavam localizadas forças internacionais, eram alvo de ataques. Mark Danner (2004), no seu livro *Torture and Truth – America, Abu Ghraib, and the War on Terror*, recorda precisamente um episódio elucidativo da tensão existente.

“Em Novembro de 2003 no Iraque, eu viajava para *Falluja* nos primeiros dias daquele que ficou conhecido como a ‘*Ofensiva no Ramadão*’ – quando bombistas suicidas num espaço de menos de uma hora destruíram o quartel da *Cruz Vermelha*⁵² e quatro estações policiais, e os ataques diários contra as tropas norte-americanas duplicavam, a aventura americana no Iraque tinha entrado no túnel desolador e do qual ainda não saiu. Inquiri um jovem sobre o porquê das pessoas da cidade estarem a atacar americanos com maior frequência a cada dia que passava? Quantos ataques, queria eu saber, foram feitos por estrangeiros? Quantos por islamitas locais? E quantos tinham sido efectuados por aqueles que os oficiais norte-americanos chamavam de ‘FRLS’ – antigos soldados leais ao regime anterior? O jovem – que eu chamo de Salih – ouviu, respondeu-me pacientemente no seu limitado, porém eloquente inglês, mas que rapidamente se tornou impaciente com a minha obsessão americana por categorias e particulares. Finalmente, ele interrompeu as minhas perguntas, colocou a sua cara perto da minha, falou-me devagar e de forma enfática: ‘Para as pessoas de *Falluja* é uma

⁵¹ Consistem numa série de tratados assinados em Genebra, na Suíça, que definem as normas e leis internacionais relativas ao direito humanitário internacional. Os tratados definem os direitos e deveres de pessoas, combatentes ou não, em tempo de guerra e foram realizados entre 1864 e 1949. Em 1864, a primeira convenção de Genebra estipulava o respeito pelos feridos militares, obrigando os signatários a tratarem dos militares feridos ou doentes sem qualquer tipo de discriminação. A segunda convenção, assinada em 1906, alargou as obrigações às forças navais. A terceira, escrita em 1929, contribuiu para a definição do termo prisioneiro de guerra. A última, assinada em 1949, acrescentou o dever de protecção dos civis em tempo de guerra. Refira-se que foram ainda adicionados três protocolos *a posteriori*, entre 1977 e 2005.

⁵² Fundada por iniciativa de Jean Henri Dunant em 1863 com o nome de Comité Internacional para a ajuda aos militares feridos, denominação alterada em 1876 para Comité Internacional da Cruz Vermelha, a organização humanitária independente que visa proteger e assistir vítimas de guerra e de outro tipo de calamidades.

vergonha ter estrangeiros a deitarem abaixo as nossas portas. É uma vergonha para eles ter estrangeiros a mandar parar e a revistar as suas mulheres. É uma vergonha ter estrangeiros a colocar-lhes uma mala por cima das suas cabeças, obrigar um homem a mentir no chão com um sapato no seu pescoço. Isto é uma grande vergonha, você compreende? Isto é uma grande vergonha para toda a tribo. É um dever para esse homem, e para a sua tribo, conseguir a vingança desse soldado – e matar esse homem. O seu dever, é ataca-los e limpar a vergonha. A vergonha é uma mancha, uma coisa suja; Eles têm de limpá-la. Não dormem – não conseguimos dormir até termos a nossa vingança. Eles têm de matar soldados” (Danner, 2004:1).

O cenário de conflito já se encontrava amplificado, o ódio e sentimento de vingança toldava as acções dos principais intervenientes do mesmo, ainda que apenas fosse mais evidente no lado invadido. Mas quando Joseph Darby regressou ao seu posto na prisão de *Abu Ghraib*, depois do período de licença nesse mês de Novembro, ouviu algo sobre um tiroteio em *Tier 1A*, tendo perguntado ao agente da polícia militar encarregado da área se havia fotografias do lugar (Bennett, Lawrence e Livingston, 2005). Este cedeu-lhe dois CD's de fotografias. E se o primeiro dos quais correspondia ao pretendido, o segundo, pelas imagens nele guardadas, tornaram-se simbólicas e marcantes, pois era possível ver a pirâmide de seres humanos nus, homens encapuçados em cima de uma caixa, presos por fios eléctricos, entre outras práticas. A 13 de Janeiro de 2004, Darby reporta os casos dos abusos ocorridos na prisão aos investigadores militares, sendo que seis dias depois o General Ricardo Sanchez ordena a investigação criminal à 800.^a brigada da polícia militar.

No campo mediático, a respeito dos abusos ocorridos em prisões ou campos de prisioneiros de guerra, pouco se via, apenas fogachos em forma de notícias esporádicas como vimos. A 21 de Janeiro a *CNN* noticia, no âmbito das investigações que executou, que soldados americanos, homens e mulheres, posaram em fotografias com prisioneiros iraquianos parcialmente despidos e que o foco da investigação do exército norte-americano era *Abu Ghraib*. É certo que a curta informação libertada pelo comando americano em Bagdad, e 16 de Janeiro, a respeito da investigação que seria iniciada deixou no ar motivos suficientes para que os *media* fossem em busca dos factos ocorridos – “Uma investigação teve início sobre os incidentes a respeito dos abusos de presos em instalações das forças da coligação. Libertar informação específica sobre os referidos incidentes poderá prejudicar a investigação, a qual está na sua fase inicial. A investigação será conduzida de forma exaustiva e profissional”, recorda Sherry Ricchiardi (2004) o teor do comunicado das forças armadas – e que os mesmos não suscitaram particular interesse dos órgãos de comunicação social. “O tentador, mas curto

comunicado não originou uma explosão mediática. O *New York Times* publicou uma reportagem de 367 palavras na página 7, ao contrário do que era esperado uma vez que tal informação poderia ser o combustível para a alegação da prática de abusos. O *Philadelphia Inquirer* escreveu uma *estória* de 707 palavras, igualmente na página 7, com o título ‘U.S. procura provas de abusos sobre detidos iraquianos’. O *Washington Post* e o *USA Today* não escreveram a *estória* do comunicado, de acordo com a procura *Lexis-Nexis*. O *Boston Globe* fez cerca de 100 palavras sobre a investigação no final de uma notícia de 844 palavras sobre o Iraque. O *Dallas Morning News* escreveu 20 palavras numa breve da página 26A. A televisão ignorou o anúncio: *CNN* e a *FOX News Channel* mencionaram-no de forma breve a 16 de Janeiro, a *NBC* colocou um item de 41 palavras na manhã seguinte, e foi apenas isto” (Ricchiardi, 2004), desvalorizando assim a informação veiculada entre linhas pelos órgãos oficiais.

A 31 de Janeiro de 2004, o Major General António Taguba é escolhido para dirigir as inquirições a respeito das alegações de abusos em *Abu Ghraib*, sendo que a 3 de Março o próprio apresenta o relatório em que divulga abusos a prisioneiros por parte da polícia militar e de oficiais dos serviços de inteligência presentes no local ao General David McKiernan, o qual a 6 de Abril viria a aprovar os resultados aprovados por Taguba conduzindo à exclusão de dois soldados do 800.^a brigada da polícia militar e cartas de reprimenda a outros seis membros. As forças norte-americanas, a 23 de Fevereiro, anunciaram que 17 elementos tinham sido retirados do serviço durante a investigação dos abusos. O mês de Março voltou a ter outros dois episódios: no dia 3 Jean Banbury, um correspondente da revista *online Salon*, descobre uma *estória* fora de Bagdad referente a possíveis agressões, actos depravados, humilhação sexual e negligência médica em casos de morte na prisão de *Abu Ghraib*; E no dia 20, o Brigadeiro General Mark Kimmitt anuncia aos *media* que seis militares foram acusados de ofensas criminais e a 7 de Maio mais um soldado foi acusado de idênticos actos.

Perante o conjunto de ocorrências e fortes indícios que foram surgindo a respeito dos abusos sobre prisioneiros iraquianos por parte de alguns elementos das forças norte-americanas presentes no Iraque, a *CBS*, através do programa “60 minutos II”, coloca no ar, a 28 de Abril de 2004, algumas fotografias dos abusos de *Abu Ghraib*, ampliando e tornando o escândalo numa dimensão nacional e internacional, isto sabendo-se, mais tarde, que a estação televisiva já tinha acedido aos referidos conteúdos sensivelmente duas semanas antes e, a pedido da *Casa Branca* e do *Pentágono*, a divulgação acabou por ser adiada de forma a evitar o rótulo de tortura, prática condenada internacionalmente e que viola as *Convenções de Genebra* (Hersh 2004, 2004a e 2004b; Bennett et al. 2005 e 2007; Danner, 2004). É que, como

refere Craig Whitney ao introduzir a polémica no livro *The Abu Ghraib Investigations – The Official Reports of the Independent Panel and Pentagon on Shocking Prisoner Abuse in Iraq*, de Steven Strasser (2004), “as fotografias não mentem”.

“Depois da negociação que levou ao atraso na divulgação das fotografias por parte da CBS, a Casa Branca e o Pentágono montaram uma série de operações heróicas para gerir as notícias e dominar sessões do Congresso de forma a conter as críticas sobre a actuação da Administração em exercício, tentando considerar os abusos de nível baixo. Apesar de continuarem os relatos da morte de detidos e da existência de prisões secretas, a perspectiva das notícias sobre o tratamento dado a prisioneiros não mudou substancialmente até o Senador John McCain⁵³, um oficial com a credibilidade no assunto (foi prisioneiro de guerra no Vietname) e com capacidade para mobilizar votos no Congresso, utilizar o termo tortura e liderar uma luta bem-sucedida contra a administração a favor da lei. A diferença entre abuso de nível baixo e a violação governamental das leis nacionais e internacionais contra a tortura é uma distância que o público em democracia deve, no mínimo, ser convidado a considerar sem esperar pelo apoio oficial. Por vezes, o reconhecimento oficial de aspectos politicamente sensíveis é muito pequeno, chega muito tarde ou não se verifica” (Bennett et al. 2007: 7).

A forma como o caso foi inicialmente abordado pelos *media* originou críticas entre a comunidade académica norte-americana, nomeadamente pela dependência que os meios de comunicação social foram revelando durante toda a polémica dos órgãos e fontes oficiais, em particular, no catalogar dos incidentes de *Abu Ghraib* com exemplos de tortura, refugiando-se maioritariamente na expressão abuso (Bennett et al. 2007). “Todo o mundo ainda se lembra das reportagens do *Washington Post* durante a crise do *Watergate* como o exemplo brilhante da Imprensa democrática. Nós sabemos que o famoso *Deep Throat*, cujas informações concedidas originaram frequentemente notícias sobre as actividades do governo, estava bem colocado, uma fonte oficial confidencial: o segundo comandante do *FBI*. Os dados concedidos desafiaram a presidência corrupta de Nixon e deram à Imprensa o importante papel de escrutínio. [...] A dependência mútua entre os jornalistas e as fontes oficiais não implica necessariamente que a Imprensa e o governo estejam na cama um do outro – a experiência da cobertura da guerra do Iraque indicou que a colaboração noticiosa, por vezes, se tornou muito próxima” (Bennett et al. 2007: 5).

⁵³ Foi candidato presidencial pelo Partido Republicano em 2008, perdendo as eleições para Barack Obama. É senador pelo Estado do Arizona desde 1987.

Este caso é um bom exemplo dos desafios que se colocam nos dias de hoje ao jornalismo e aos jornalistas. As pressões das administrações dos *media* em busca do lucro, que condicionam a prática de reportagens aprofundadas, as quais exigem deslocações a locais onde se encontram cenários, fontes e factos, bem como as tentativas de influenciar os conteúdos noticiosos, devido às sensibilidades que os mesmos podem provocar em termos políticos e económicos, isto sem esquecer a crescente proliferação das acções dos *spin doctors* político-partidários e organizativos que são aqui evidentes. Ainda assim, a investigação jornalística deixou a sua marca em *Abu Ghraib* e os primeiros relatos, como vimos, do *Washington Post*, *New York Times* e *Los Angeles Times*, seguidos depois pela *Associated Press*, foram resultado disso mesmo. Os artigos escritos pelo jornalista Seymour Hersh na revista *The New Yorker*, a 10 e 17 de Maio de 2004, intitulados respectivamente *Torture at Abu Ghraib – American Soldiers brutalized Iraqis. How far up does the responsibility go?* e *Chain of Command – How the Department of Defense mishandled the disaster at Abu Ghraib* são igualmente paradigmáticos.

O jornalista começa por enquadrar a gravidade dos actos praticados não só no que às convenções internacionais diz respeito, mas fundamentalmente na preponderância negativa dos mesmos na comunidade islâmica. “Tal desumanização é inaceitável em qualquer cultura, especialmente no mundo árabe. Actos homossexuais são contra as leis islâmicas são uma humilhação para os homens estarem nus em frente a outros homens”, anotou Seymour Hersh (2004a), lembrando as palavras de Bernard Haykel, um professor de estudos do Médio Oriente da *Universidade de Nova Iorque*, o qual afirmou: “Colocar pessoas umas em cima das outras e força-las a masturbarem-se, nus uns frente aos outros – é tudo uma forma de tortura.” Hersh (2004; 2004a e 2004b) ajudou a revelar um conjunto de informações confidenciais sobre as investigações relacionadas com *Abu Ghraib*. No entanto, a proveniência das mesmas nem sempre recolheu aceitação por parte de alguns críticos, uma vez que a utilização de fontes sem identificação das mesmas colocava no ar uma sombra hipotética de incorrecção, algo que David Remnick (Hersh, 2004: XV-XVI) justifica na introdução do livro *Chain of Command – The Road from 9/11 to Abu Ghraib*. “Ele [Seymour Hersh] mostra-nos como, através do processo de manipulação de análises dos serviços de inteligência, influenciou o povo americano. Ele está capacitado para fazer isso, devido ao conhecimento sobre a forma como a comunidade dos serviços de inteligência trabalha e porque desenvolveu, ao longo de anos, um extraordinário conhecimento e uma ligação com fontes bem colocadas que confiavam nele. Uma palavra sobre fontes. Encontraremos ao longo deste livro fontes sem nome – oficiais, analistas, embaixadores, soldados e outros operativos – descritos pelos seus trabalhos e patentes, ou

pelos seus níveis de experiência e possíveis motivações, mas não pelos seus nomes. [...] O problema é que as áreas a que Hersh se reporta, especialmente na área dos serviços de inteligência, é praticamente impossível arranjar oficiais que revelem informações classificadas e, ao mesmo tempo, que se anunciem ao mundo. Arriscariam os seus empregos e, por vezes, a serem alvos de perseguição.”

De uma forma distinta, até porque a crescente mutação tecnológica invadiu o novo século, Hersh fez uso das fontes que possuía, resultado de inúmeros contactos estabelecidos ao longo dos anos e dos quais o jornalista criou a sua própria agenda, graças aos vários encontros que teve ao longo da sua vida profissional com fontes de informações, bem como deslocações e coberturas de acontecimentos. E como vimos no caso “*Rui Amaral*”, divulgado por José Pedro Castanheira, o jornalista e a fonte de informação relacionam-se com base na confiança que é adquirida e cultivada entre ambos. Tal só é possível com tempo e conhecimento presencial. Foram os canais criados pelo jornalista que o levaram a mais factos sobre o sucedido em *Abu Ghraib*. A divulgação do relatório do Major General António Taguba revela isso mesmo, mas mais casos houveram. “Na semana passada [referiu na época das declarações], deram-me mais um conjunto de fotografias digitais, as quais estavam na posse de um membro da 320.^a brigada. De acordo com a sequência temporal presente nos ficheiros digitais, as fotografias foram tiradas por duas máquinas diferentes num período de 12 minutos na noite de 12 de Dezembro de 2003, dois meses depois da polícia militar ser destacada para *Abu Ghraib*”, lembrou Hersh (2004b).

É evidente que não foi apenas Hersh (2004, 2004a e 2004b) que teve acesso a tais conteúdos, um conjunto de organizações noticiosas e jornalistas de relevo obtiveram imediatamente outras fotografias e um conjunto de documentos que forneciam um contexto para interpretar as imagens (Bennett et al. 2005). “Entre as fontes de informação da notícia do *Post*, encontravam-se: um relatório da *Cruz Vermelha Internacional* que participava de anteriores violações das leis internacionais nessa mesma prisão; um relatório do General Taguba, que investigava as actividades na prisão; e declarações de Darby, dos advogados dos soldados acusados de crimes, do general responsável pela prisão [General Karpinski] e dos soldados que tiraram e apareceram nas fotografias” (Bennett et al., 2005:8).

No entanto, o enquadramento noticioso relativo ao verdadeiro significado das imagens divulgadas pela *CBS* tardou em aparecer, como recorda Bennett (2005), nomeadamente no que ao seu significado diz respeito e a origem das mesmas. “Durante o Verão e o Outono de 2004, não obstante a crescente existência de provas que deram origem a interpretações mais ousadas, as páginas dos principais jornais norte-americanos nunca conseguiram oferecer um

enquadramento noticioso que desafiasse efectivamente o enquadramento do governo, no qual *Abu Ghraib* constituía um caso isolado de chocante abuso” (Bennett et al., 2005:8-9). A delimitação, os contornos e as implicações dos dados divulgados foi sendo feita por alguns jornalistas, como por exemplo, Mark Danner (2004) e o já referido Seymour Hersh (2004, 2004a e 2004b), os quais, através, respectivamente do *The New York Review of Books* e o *The New Yorker*, catalogaram o exposto pelas fotografias como representações da prática de tortura. De resto, no artigo de Seymour Hersh intitulado *Torture at Abu Ghraib – American soldiers brutalized Iraqis. How far up does the responsibility go?*, o autor associava as fotografias a práticas mais chocantes, com base nas descrições referidas num relatório elaborado na sequência da investigação do exército norte-americano, concretamente o relatório do General Taguba, que baseava-se em documentos e informações, desde o departamento de defesa aos canais de comando em *Guantanamo*, em outras prisões no Iraque e *Abu Ghraib*, sobre as práticas dos americanos no decurso de interrogatórios.

O jornalista foi mais longe ao defender no seu livro, intitulado *Chain of Command – The Road from 9/11 to Abu Ghraib*, com base em informações recolhidas junto de várias fontes de informação que os acontecimentos ocorridos na referida prisão resultaram, de alguma forma, de um programa autorizado, então, pelo Secretário da Defesa dos Estados Unidos. “Depois dos abusos em *Abu Ghraib* terem sido revelados, um antigo oficial sénior dos serviços de inteligência, com informação directa sobre o SAP⁵⁴, deu-me conta do como e o porquê do início do programa *top-secret* ter começado. Como a perseguição americana à *Al-Qaeda* e a *Osama Bin Laden* começou a parar, ele disse, ficou claro que os operacionais dos serviços de inteligência norte-americanos no terreno estavam a falhar na missão de conseguir informações úteis no tempo desejado. *Osama Bin Laden* parecia estar fora do alcance dos Estados Unidos. ‘A Casa Branca está a perguntar’, referir o antigo oficial, ‘Como é que conseguimos pôr isto tudo junto? Nós não conseguimos colocar isto tudo junto’. Com a pressão a aumentar, alguma informação vinha sendo entregue via CIA pela ligação existente com outros serviços de inteligência – aliados dos Estados Unidos no Médio Oriente e no Sudoeste Asiático – que não estão com medo de ficar receosos por causa dos prisioneiros. Com poucas semanas depois da invasão ao Afeganistão, os Estados Unidos e as tropas aliadas já oprimiam os prisioneiros. ‘Nós excedemos a nossa capacidade de detenção e interrogatórios’, disse o antigo oficial dos serviços de inteligência. ‘Os nossos aliados vão dizer-nos’, o antigo oficial respondeu. ‘Nós puxamos dedos e dentes para fora de um prisioneiro, mas não conseguimos nada. Ele agora

⁵⁴ *Special Access Program* – Programa secreto que permitia, entre outros aspectos, a recolha de informações de prisioneiros.

está morto, mas nós não queremos saber’. O antigo oficial referiu, ‘a linha fica turva quando são utilizados militares de coordenação para prender cabeças e quando são americanos a fazê-lo’. Este tipo e táticas eram próprios de Rumsfeld e dos seus assistentes seniores. Rumsfeld autorizou então a implementação de um programa altamente secreto, no qual era dada a aprovação para matar ou capturar e, se possível, interrogar alvos de elevado valor. O *SAP* – subordinado ao *Departamento de Defesa* no que ao mais alto nível de segurança diz respeito – foi montado e colocado em prática, com um gabinete na área de segurança do *Pentágono*” (Hersh, 2004:49).

Hersh ajudou efectivamente a tornar claro o cenário e o enquadramento em que os acontecimentos ocorreram. “Hersh defendeu que *Abu Ghraib* não foi uma aberração”, lembra Rajiva (2005:14). A jornalista corrobora tal percepção e ideia, também partilhada por Danner (2004), e afirma mesmo em jeito de crítica: “O que aconteceu em *Abu Ghraib* era previsível, a forma pornográfica em que ocorreu também era previsível” (Rajiva, 2005:131). A verdade é que várias foram as teorias que emergiram no que diz respeito ao modo como foi efectuada a cobertura dos acontecimentos pelos *media*. Bennett et al. (2005) destacam, a propósito, que a Imprensa dominante constrói narrativas noticiosas com alguma independência, particularmente quando os pretextos se tornam convenientes ou legitimadores, considerando que a exploração do valor dramático e narrativo de determinados acontecimentos mais problemáticos possibilita o desenvolvimento de uma narrativa mais distante da versão oficial. “No entanto, torna-se claro que certas *estórias*, como as que derivam de ícones poderosos como as fotos da prisão, rapidamente se encaixam num padrão que se preocupa em indexar o rol de perspectivas noticiosas aos parâmetros oficiais de concordância e consenso. Este é o padrão noticioso mais rotineiro e previsível que parece prevalecer nas notícias sobre assuntos delicados de política internacional e de segurança nacional, os quais fazem que, por sua vez, os governantes hesitem em incutir no público preocupações e desacordo. Segundo este modelo, a Imprensa tem dificuldade em agir com independência e em introduzir enquadramentos constantes, sem marcas da versão oficial, sobretudo em matérias de Estado. O resultado desta dinâmica consiste, curiosamente, numa Imprensa semi-independente, como momentos de relativa independência e cumplicidade para com estratégias governamentais de gestão de notícias” (Bennett et al. 2005:11-12).

O que parece inegável, à distância do tempo passado, é um conjunto de elementos que contribuíram para uma série de considerações e conjecturas que tornaram a cobertura jornalística do caso *Abu Ghraib* uma referência, seja para o bem ou mal, dos desafios que são colocados aos repórteres e, em última instância, à natureza da reportagem e dos processos

jornalísticos. É indubitável que as principais organizações noticiosas divulgaram o caso independentemente da acção governativa, que chegou mesmo a traduzir-se em pressão junto, em primeiro lugar, como vimos, da *CBS*. As fotografias divulgadas pela estação televisiva ofereceram uma *estória* marcante e com um fluxo contínuo de acontecimentos sequenciais, os quais emergiram à medida que novos dados e imagens foram tornadas públicas. A estas informações, juntaram-se as inúmeras fontes de informação, desde pessoas, memorandos, relatórios governamentais até documentos fornecidos pelas próprias organizações cuja credibilidade é dificilmente colocada em causa, caso da *Cruz Vermelha Internacional*, as quais apontaram sempre para uma dimensão distinta da que estava a ser veiculada, no fundo a prática de tortura oficialmente autenticada. Foi igualmente notória a preocupação da *Administração* norte-americana em procurar convencer a oposição de que a prática de tortura não correspondia ao enquadramento real que as imagens e o conjunto de documentação e testemunhos iam apontando, dados colocados na opinião pública, continuamente, por reportagens de investigação dos vários *media*. Bennett et al. (2005) enaltece ainda o teste que a *estória* de *Abu Ghraib* fez aos vários meios de comunicação, concretamente perante o aparecimento de fontes oficiais no processo. “Uma *estória* importante e polémica, com documentação rica, mas sem fontes de informação de grande autoridade no âmbito do poder institucional, constitui um teste à capacidade da grande Imprensa poder construir e sustentar, de forma independente, um enquadramento noticioso de desafio” (Bennett et al. 2005: 13) e isso, pela sucinta abordagem que aqui damos, foi possível, pese alguns contratempos que levaram os autores na obra *When The Press Fails – Political Power and News Media from Iraq to Katrina* a defenderem que os *media* norte-americanos vivem um momento de crise. “A Imprensa norte-americana está em crise. Os sintomas são sobejamente conhecidos e muito lamentados entre jornalistas, académicos e público em geral: diminuição dos níveis de confiança do público, diminuição das audiências, pressões pela procura incessante pelo lucro, diminuição dos recursos, aumento da negatividade, sensacionalismo e notícias mansas. Superior a isso, o público demograficamente mais novo – o futuro mercado das notícias – tem vindo a rejeitar o jornalismo convencional com números alarmantes comparando com as gerações anteriores. Esses segmentos de mercado são também os futuros cidadãos da nossa democracia” (Bennett et al. 2007:1).

7. A fonte de informação no cerne da reportagem

A palavra fonte é transversalmente comum aos exemplos mencionados anteriormente e paradigmáticos da reportagem. Aí desempenharam, nas suas diversas formas, um papel preponderante no desenrolar das investigações jornalísticas e assumiram o cariz decisivo na procura da verdade dos factos. Ficou provado, e é indesmentível, que é nas fontes de informação que reside parte do sucesso jornalístico de quem, no desenrolar da sua actividade noticiosa, deseja narrar factos subjugando-se aos valores da verdade e objectividade, ainda que esta seja sempre, como veremos, norteada por pressupostos de natural subjectividade. Manuel Carlos Chaparro (2001) retractou isso mesmo de forma eloquente ao sublinhar a dependência do jornalista face às fontes de informação.

“Os jornalistas não gostam de ouvir nem de dizer que dependem das fontes. Entretanto, na dimensão do mundo real, é na fonte que o repórter colhe o relato, o testemunho, a opinião, os ‘ais’ e ‘uis’ com que compõe a narrativa do quotidiano, na sua arte maior. No jornalismo, até ao mais brilhante contador de histórias de pouco servirá a arte de escrever se não souber onde estão as boas fontes e como lidar com elas. Dependemos das fontes. Sem elas não existe a informação decisiva, o detalhe poético, a versão esclarecedora, a frase polémica, a avaliação especializada. A fonte faz acontecer, revela o segredo, detém o saber ou a emoção que queremos socializar. Ou sofre os efeitos e a eles reage. Assim como a seiva está para a árvore, a fonte está para o repórter, o editor e o articulista da análise diária. Por isso o jornalista cultiva e preserva, às vezes com intimidade perigosa, e com ela partilha segredos que não chegam ao leitor. Na hora de escrever, na rotina da produção e dos procedimentos profissionais (os conscientes e os inconscientes), a perspectiva das fontes influencia, inevitavelmente, a decisão jornalística – e quanto mais competente elas se tornam, mais capazes são de determinar enfoques, relevâncias e até títulos, na narração jornalística. As interacções do jornalista com a fonte envolvem conflitos e acordos inevitáveis, porque a interlocução é viva, interessada – na maioria das situações, entre interlocutores reciprocamente confiáveis e confiantes” (Chaparro, 2001:43-44).

As considerações de Chaparro (2001) são expressivas e permitem o paralelismo com algumas das mais afamadas coberturas jornalísticas, como foi o caso de *Watergate*. A relação entre jornalista e fonte de informação protagonizada pelo jornalista do *Washington Post*, Bob Woodward, e o então vice-presidente do FBI, Mark Felt, é paradigmática, como vimos. O jornalista, é sabido, não está só dependente de uma única fonte, pois necessita do confronto da veracidade das informações quando estas não são suficientemente seguras sobre os factos ocorridos. E a verdade é que qualquer indivíduo pode assumir o papel de fonte de informação

(Gomes, 2009), sendo ou não a sua informação contemplada na elaboração do produto jornalístico: a notícia.

São várias as definições de fonte de informação contempladas ao longo dos anos por académicos e estudiosos do fenómeno jornalístico, no entanto todas elas são marcadas pelo traço comum que norteia um conjunto de expressões e procedimentos que permitem a assumpção de tal papel informativo. Manning (2001) fala em algo que faz a distinção seja ela em função do cargo que ocupa dentro de uma determinada organização ou até pelos recursos que possui para assegurar a entrada no processo noticioso e, conseqüentemente, no *campus* mediático. A panóplia de recursos que uma determinada fonte tem influi, segundo Manning (2001), na capacidade de acesso a essa arena, isto em relação a outro tipo de fontes com menor capacidade e expressão junto dos jornalistas ou organizações. Talvez por isso Richard Ericsson, Patricia Baranek e Janet Chan (1989) considerem que a maioria das fontes de informação está localizada nas organizações burocráticas, enaltecendo a convergência que é assumida entre as mesmas e as organizações noticiosas. Já Rogério Santos (2003) coloca o enfoque da definição de fonte de informação na sua capacidade de planeamento de acções e a descrição de factos. “Por fonte de informação considera-se a entidade, instituição, organização, grupo ou indivíduo, porta-voz ou representante que presta informações ou fornece dados ao jornalista, planeia acções ou descreve factos, ao avisar o jornalista da ocorrência de realizações ou relatar pormenores de um acontecimento” (Santos, 2003b:123).

A dependência do jornalista em relação à fonte, evocada por Chaparro (2001), está igualmente evidente na concepção que Traquina (2002) confere à mesma, colocando-a no patamar do sagrado. Afinal, é na cedência de informações, satisfazendo por um lado o interesse do jornalista e por outro a estratégia da fonte, que reside parte dessa união, fomentada pelo secretismo a que os jornalistas estão subjugados na defesa da mesma. “Para os jornalistas, qualquer pessoa pode ser uma fonte de informação. Uma fonte é um indivíduo que o jornalista observa ou entrevista, e que fornece informações. Potencialmente, pode ser qualquer pessoa envolvida, conhecedora ou testemunha de determinado acontecimento ou assunto. Um dos aspectos fundamentais do trabalho jornalístico é cultivar fontes. O desenvolvimento da relação com a fonte é um processo habilmente orientado, com paciência, compreensão e capacidade de conversação sobre interesses comuns, até formar um clima de confiança. Às vezes, o jornalista pode cultivar a fonte invertendo o processo normal, isto é, dando informação à fonte” (Traquina, 2002:116). Herbert Gans (2003) não alinha pelo cariz sagrado da relação, contudo fala em simbiose incontestada que está associada à mesma, lembrando que é difícil o jornalista afastar-se de tal relacionamento intrínseco à profissão. E

nem o “radar oficial”, que Gans (2003) faz notar em torno das organizações, é capaz de desvendar o vínculo estabelecido. “A relação fonte-jornalista é simbiótica, enquanto as fontes necessitam dos jornalistas, os jornalistas também precisam das fontes e não conseguem alienar-se da acção das mesmas. Os jornalistas podem ser desencorajados a perseguir notícias sobre o radar oficial. Mas os repórteres de investigação sabem como conseguir informação de fontes que florescem debaixo desse radar, mas aprenderam a fazê-lo sem desagradar as fontes oficiais, das quais os *media* dependem todos os dias para a recolha de material” (Gans, 2003:51). Olhando para trás verificamos que os casos *Watergate* e *Rui Amaral* foram elucidativos no que diz respeito à capacidade dos jornalistas de investigação, na sequência de diversas diligências e reportagens efectuadas, em alcançar as informações fugindo ao radar caracterizado por Gans (2003), o mesmo radar que apresentou maior grau de eficácia no retardar do conhecimento da veracidade dos factos ocorridos em 2003 entre paredes da prisão de *Abu Ghraib*, em Bagdade, no Iraque.

Contudo, para que tal relação, caracterizada pela reciprocidade, funcione e seja profícua é necessário fomentar a confiança como valor predominante. Sem essa confiança torna-se difícil o sucesso da ligação entre as partes, sendo que o jornalista não deixa de avaliar e analisar aspectos como a autoridade, produtividade e reciprocidade da fonte de informação (Traquina, 2002). A autoridade é consequência e resulta do prestígio ou posição que determinada fonte de informação ocupa numa hierarquia de credibilidade, a qual, em função do poder que possui, poderá influenciar em maior ou menor grau a descrição e divulgação dos factos. Mark Felt e o parlamentar João Rocha de Almeida, na medida do seu raio de acção e conhecimento, tal como o próprio Donald Rumsfeld representaram isso mesmo nos exemplos de reportagens que abordámos: em comum tinham o elevado grau de autoridade. Por sua vez, a produtividade da fonte de informação (Traquina, 2002; Gomes, 2009) diz respeito ao fornecimento de matéria para fazer a notícia, sem que os jornalistas tenham de recorrer a diversas fontes para elaborar determinado conteúdo de índole jornalística. Este aspecto é fundamentalmente exacerbado pela qualidade do material ou informações fornecidas pelas fontes, que, ao transmitirem os vários elementos necessários, reduzem de forma substancial os custos de produção da notícia, em particular no tempo despendido pelos jornalistas na elaboração da mesma. Já ao nível da credibilidade, é desejável que os dados fornecidos pela fonte não exijam um elevado controlo de fidedignidade, sob pena de a relação jornalista-fonte ser prejudicada no futuro. O contacto regular perder-se-á, a desconfiança aumentará e, claro, esta relação de mutualidade será, em última instância, prejudicada irremediavelmente, sendo

nefasto para os interesses de quem pretende adicionar ou expor as suas acções no espaço mediático e quem deseja recolher elementos de construção noticiosa.

Por tudo isto, não é difícil conceber a fonte de informação como o centro nevrálgico de uma reportagem, seja ela qual for. Alguém solta a informação, independentemente do veículo de mediação utilizado, que chega ao jornalista. Este, conhecendo a fonte e a sua posição no teatro organizativo e mediático terá maior facilidade de avaliar a preponderância e o conhecimento desta face aos factos que transmite. Em caso de desconhecimento, como aconteceu no caso da atribuição indevida de subsídios por parte da estrutura liderada por Rui Amaral, o trabalho de confirmação das pistas obtidas é fundamental na elaboração de qualquer conteúdo de índole noticiosa. É pois no emissor que está a génese do que posteriormente se irá reportar.

Num patamar inferior face ao conceito de fonte de informação está indubitavelmente a necessária classificação. As fontes de informação não pertencem todas à mesma génese. Entre elas há diferenças no que diz respeito à identidade, posição social e profissional, bem como ao nível das estratégias que adoptam, sendo que outras, como veremos mais à frente, assumem-se como fontes de forma intrínseca. É o caso do contexto. Assim, são várias as tipificações e classificações de fontes de informação (Pinto, 2000), as quais podem ser enumeradas de acordo com a sua natureza (fontes pessoais ou documentais), origem (públicas ou oficiais e privadas ou anónimas), duração (episódicas ou permanentes), localização geográfica (fontes locais, nacionais ou internacionais), grau de envolvimento em determinados factos (oculares/primárias ou indirectas/secundárias), atitude adoptada perante o jornalista (fontes activas – espontâneas ou ávidas; fontes passivas – abertas ou resistentes), identificação (fontes assumidas/explicitadas ou anónimas/confidenciais) e de acordo com a estratégia de actuação adoptada (fontes pró-activas ou reactivas, preventivas ou defensivas). Invariavelmente, seja qual for o grau de actividade ou passividade das fontes (Santos, 2003b), está subjacente ao relacionamento entre fonte e jornalista uma espécie de negociação (Ericson et al., 1989). “A essência da relação regular entre jornalista e fonte de informação é baseada na negociação dos termos da notícia de acordo com o controlo social a favor ou contra a fonte. As fontes desejam usar o discurso nas notícias para estenderem os seus argumentos de controlo sobre as organizações no seu ambiente e para se defenderem dos esforços de outras organizações para utilizarem as notícias para justificarem intromissões na sua autonomia. Obviamente a negociação com os jornalistas é por si só um exercício de controlo social: o controlo sobre as organizações requer o controlo sobre as notícias” (Ericson et al., 1989:26).

Voltando à taxinomia das fontes, opto, por ora, por uma delimitação convencional de fontes de informação indo ao encontro da natureza e origem das mesmas, ainda que a classificação em quatro grupos não desvie uma anexação do contexto como um factor indispensável na produção noticiosa, como veremos mais à frente, e, como tal, passível de ser considerado também ele como um dador de informação. Assim, e recordando um pouco os casos descritos, concretamente, *Watergate*, *Rui Amaral* e *Abu Ghraib*, em todos eles verificámos a presença de *fontes oficiais*, *fontes não oficiais*, *fontes especializadas* e *anónimas* (Gomes, 2009). As primeiras, as *fontes oficiais*, fruto do conhecimento mais abrangente que possuem e dado que são frequentemente o alvo ou a parte com maior ligação aos factos noticiados, estão com maior incidência perante o olhar do repórter, que as coloca forçosamente no topo da hierarquia das fontes que utiliza. Estas necessitam igualmente do constante contacto com os jornalistas, pois é através deles que encontram o veículo de transmissão dos valores defendidos pela organização que representam, os quais são (quase) sempre apresentados de modo favorável para os olhos da opinião pública. É, sobretudo, junto das *fontes oficiais* que uma das conclusões de Ericson et al. (1989) encontra maior expressão. “As fontes preocupam-se mais com os efeitos do controlo social dos meios noticiosos do que com o seu valor de informação pública. A negociação do controlo social e dos sentidos dos acontecimentos ocorre a vários níveis, entre membros e unidades de uma fonte, entre membros de diferentes fontes, entre jornalistas e editores numa dada organização noticiosa, entre membros de diferentes organizações noticiosas e entre fontes e organizações noticiosas” (Ericson et al., 1989:377).

Neste campo de acção, actualmente, verifica-se a preponderância de diversas formas de comunicação institucional, assessorias de comunicação, gabinetes de Imprensa, conselheiros de imagem, porta-vozes e outros que assumem idêntico protagonismo em nome dos órgãos oficiais, membros do Estado ou instituições em causa. “Há, hoje, claramente instituída uma vasta e complexa teia de mecanismos, de instituições e de saberes, cujo propósito assumido é utilizar e, se possível, marcar a agenda dos *media*, jogar o seu jogo, tirar partido da sua lógica de funcionamento e, por essa via, atingir os objectivos que são, em primeiro lugar, os dos interesses que servem” (Pinto, 2000:282). Por isso mesmo, a *fonte oficial* cede as informações que lhe convêm quando julga necessário ou pertinente para os seus objectivos e revela alguma hesitação face ao impacto do que pretende divulgar, concretamente quando o teor é nocivo para os seus propósitos. O *feedback* proveniente da opinião pública é um condicionador de peso neste processo, por isso na hierarquia de valores e transmissão de informações, as *fontes oficiais* escolhem o veículo noticioso mais condizente

com a estratégia previamente por si definida. Imprensa, rádio, televisão e, mais recentemente, Internet são um dos objectos de selecção, tal como o órgão, geralmente escolhido de acordo com a simpatia ou relacionamento existente com proprietários, jornalistas ou, em última instância, a escolha é determinada em função da abrangência, capacidade de divulgação e audiência atingida de um determinado meio, como se verifica por exemplo com as informações usualmente divulgadas pelas agências noticiosas, caso da *Agência Lusa*⁵⁵, em Portugal, seja através de comunicados, declarações ou entrevistas dos rostos representativos das *fontes oficiais*.

Neste sentido, Ericson et al. (1989), numa análise incontornável no estudo dos *media*, após uma investigação em torno de várias arenas institucionais de Toronto, particularmente tribunais, polícia, parlamento da província e empresas (Santos, 2003a), e depois de concluir que as estratégias discursivas dos dois pólos de acção, jornalistas e fontes, visam a produção de um determinado conteúdo noticioso com base em uma negociação, enumeraram duas formas distintas de actuação das fontes de informação junto das organizações: 1) O *acesso*, que é traduzido na implantação ou não das ideias da fonte na notícia; 2) A *cobertura*, que dá a conhecer a indicação superficial do evento com base na sua descrição sequencial e de cariz episódico do mesmo.

Voltando à destriça da natureza e origem das fontes, encontramos, para além das *fontes oficiais*, as *fontes não oficiais*. Estas, constituídas por associações ou empresas de pequena dimensão, grupos cívicos e organizações não governamentais, possuidoras de menor capacidade de acesso à arena e campo mediático (Gomes, 2009). O objectivo das *fontes não oficiais* é igualmente norteado pelo pressuposto da publicitação das suas actividades de modo a servir os seus desígnios organizativos, apesar dos recursos e capacidade de acesso ao campo noticioso ser substancialmente inferior em relação às *fontes oficiais*. Efectivamente, as *fontes não oficiais* denotam maior dificuldade em organizar e publicitar os eventos por si promovidos tal como a criação de agendas mediáticas, quer pela ausência de estrutura quer pelo menor grau de credibilidade que apresentam, logo, este facto tem consequentes repercussões na tentativa de moldar e influenciar a agendas informativas dos *media*. É que aos factores mencionados ainda se juntam o distanciamento em relação ao poder decisório nos meios de

⁵⁵ A *Agência Lusa de Informação* foi constituída em cooperativa por escritura de 12 de Dezembro de 1986 e iniciou a sua actividade informativa no dia 1 de Janeiro de 1987. A agência tem como objectivo a recolha e tratamento de material noticioso ou de interesse informativo, a produção e distribuição de notícias a um alargado leque de utentes, no caso órgãos de comunicação social nacionais e internacionais, empresas e instituições diversas de cariz público ou privado, e a prestação ao Estado português de um serviço de interesse público no que à informação dos cidadãos diz respeito.

comunicação social, frequentemente os determinantes da constituição das agendas e a elevada dependência que as *fontes não oficiais* denotam no que a acontecimentos inéditos ou espectaculares diz respeito para atrair sobre si as câmaras, as máquinas fotográficas, gravadores e canetas, apesar da crescente preponderância que vão assumindo nos *media*, devido, sobretudo, à necessidade destes em abordar distintas perspectivas sobre determinado assunto.

Paul Manning (2001) acrescenta mesmo a seguinte análise. “As *fontes oficiais*, associadas com o aparelho do governo e do Estado, possuem vantagens cruciais na competição pelo acesso noticioso, devido às pressões organizacionais dos tempos de fecho apertados que os jornalistas enfrentam e as expectativas com que olham a informação noticiável, tratando as *fontes oficiais* como primeiro porto de chamada na sua rotina o que se torna um expediente organizacional, enquanto as trocas entre *fontes oficiais* e jornalistas especialistas encorajam o desenvolvimento de uma cultura partilhada assimilada por ambas as partes. Todos estes estudos assumem como significativa a divisão entre *oficial* e *não oficial*, mas nada nos diz das diferenças entre as *fontes oficiais* e *não oficiais*. As vantagens ou as desvantagens relativas encontradas pelas *fontes não oficiais* e as diferentes estratégias adoptadas continuam a ser um tema negligenciado” (Manning, 2001:140).

Na presente classificação de fontes de informação encontramos ainda as *fontes especializadas* ou *especialistas* e as *fontes anónimas*. As primeiras caracterizam-se pelo conhecimento específico de saber ou actuação que possuem, nomeadamente com base científica, enquanto as *fontes anónimas* são aquelas às quais o jornalista atribui determinadas opiniões, tomadas de posição ou vários tipos de informações, sempre norteando a sua acção pelo anonimato (Gomes, 2009). Esta especificidade é bem evidente no dia-a-dia da prática jornalística, uma vez que verificamos a utilização de várias expressões reveladoras disso mesmo, como são os casos de “segundo uma fonte anónima...” ou “fontes próximas de...”, que encobrem, frequentemente, para além da identidade da pessoa ou pessoas em causa, as opiniões do próprio jornalista no decurso da narração ou construção da notícia. É evidente que subjacente a esta classificação está sempre presente a vontade do indivíduo em assumir o protagonismo da divulgação da informação ou não. Esta é muitas vezes uma condição própria da negociação entre jornalista e fonte (Ericson et al., 1989), sendo o anonimato da fonte utilizado, o valor da confidencialidade eleva-se, estando o jornalista, como vimos no caso de *Rui Amaral*, vinculado a esse dever, salvo uma quebra do contrato por parte do outro elemento da relação.

Claro está que a presente interação entre os dois pólos da construção noticiosa implica a existência de uma relação de confiança, para que a mesma seja frutuosa. “A simbologia transversal da confidencialidade das fontes resulta da revelação de uma informação não conhecida, transpirando matérias privadas que exigem uma confiança mútua entre fontes e jornalistas, o que implica manter desconhecida a verdadeira identidade das primeiras, por razões de segurança, intimidade e amizade, sem prejuízo da relação existente. A confidencialidade arroga o papel de controlo da informação disponibilizada através de exclusivos ou fugas de informação associando-se eventualmente ao balão de ensaio, ou seja, ao momento em que a fonte de informação utiliza a sua condição para disponibilizar informações que procuram testar a opinião pública, sem o jornalista perceber esse mecanismo, até porque é frequente que as mensagens provenientes das fontes de informação estejam englobadas em pacotes informativos preparados e agendados previamente pelas fontes com o intuito de alcançar objectivos próprios” (Gomes, 2009:45). Questões como o tempo e respectivos constrangimentos influenciam naturalmente a presente simbologia. É a figura do tempo que alarga o conhecimento entre as partes e contribui para o catalogar de fontes e jornalistas. A confiança cresce com a rotina de contactos, a qual é mediada por várias negociações e cooperações.

“Cada jornalista pode receber informações com selo de confiança. Estas informações são muitas vezes úteis. Permitem compreender as razões profundas de uma situação, de uma decisão política, de um projecto. [...] O jornalista que recebeu informações a título confidencial é autorizado pela deontologia [profissional] a servir-se delas, desde que cale a sua origem. Esta recomendação leva-o com frequência a baralhar as pistas, de modo a não permitir a identificação da fonte. Mas, de facto, o jornalista é frequentemente colocado na situação de ter de proteger o próprio conteúdo das informações pela confidencialidade. Porque não é possível revelá-las sem o risco de expor o informador, ou de criar perturbações, comprometer uma realização, em termos que envolvem a sua própria responsabilidade” (Cornu, 1994:86).

É evidente, porém, que o jornalista, constituída a relação de confiança com uma fonte, procura incessantemente ampliar o conjunto de fontes que possui, de forma a escapar da dependência das *fontes oficiais* para o exercício das suas funções. A independência do jornalista é um valor preservado pelo próprio, pelo menos teoricamente, ainda que a proximidade com determinado tipo de fontes de informação, sobretudo as que apresentam estratégias de actuação mais elaboradas, possa provocar dúvidas em torno da imparcialidade pretendida. As notícias espelham isso mesmo. A proximidade entre jornalistas e os poderes das administrações do meio jornalístico resultam frequentemente na produção de conteúdos

noticiosos de acordo com os interesses organizativos das mesmas, mais do que em função dos próprios valores dos factos em causa. “O jornalista é em larga medida senhor da sua maneira de tratar o assunto, do seu ângulo de ataque, dos elementos significativos que retém e da maneira de os organizar, do estilo que dá ao seu artigo, da escolha do vocabulário. Estas diversas operações estão, evidentemente, sujeitas às condições gerais da empresa, às redes de influência que a rodeiam. Mas o jornalista dispõe de um certo número de variáveis, entre as quais tem a faculdade de escolher. Se a sua liberdade de acção tem limites, inscreve-se num espaço suficientemente vago para que possa exercer a sua tarefa com satisfação e com um mínimo de autonomia e de inibições” (Cornu, 1994:265).

Contudo, é nas fontes de informação que reside a centralidade do que é produzido. Afinal, como lembra Michael Schudson (2003:134), “as fontes são, no fundo, o verdadeiro segredo do poder da Imprensa”: “Grande parte do seu poder não advém, por si só, das instituições noticiosas, mas das fontes que as alimentam com informações”. Os jornalistas, esses, na sua maioria, não conseguem ser testemunhas presenciais de todos os factos ocorridos em determinado momento em dado local (Fontcuberta, 2002), por isso, procuram explicar a realidade de um facto com base na observação directa do mesmo ou por via da descoberta de fontes fidedignas com capacidade de informar sobre a ocorrência, bem como as suas causas e consequências, chegando assim objectivamente ao reportar do facto.

7.1. Para e por onde se movem as fontes de informação

No decurso da elaboração das reportagens, os jornalistas sabem que os comportamentos das fontes de informação são distintos em função dos interesses e estratégias associadas à acção que estas protagonizam e variam de acordo com a sua especificidade. Alguns desses comportamentos já foram referidos, como, por exemplo, a necessidade que as fontes de informação têm de fazer passar determinadas informações (Cornu, 1994) e que conduz à ideia de negociação permanente com os jornalistas (Ericson et al. 1989), com o intuito de fazer valer o seu ponto de vista no conteúdo noticiado, ou não fossem as práticas das fontes um reflexo da mutualidade e dependência desta interacção (Ericson et al. 1989; Schlesinger, 1990).

Neste contexto, as *fontes oficiais* são aquelas que reinam na procura do paradigma do controlo sobre os *media*. “As agências governamentais e políticas estão desejosas de satisfazer a ânsia das organizações noticiosas” (Schudson, 2000:134) com o intuito de impor o seu ponto

de vista. Talvez por essa evidência ter sido facilmente constatada por jornalistas e académicos, Erik Néveu (2005) sublinhou as principais acções modelares das estratégias das fontes, que passam pelo *controlar* da informação, dando a conhecer aos jornalistas por via de *briefings* ou comunicados os conteúdos desejados, pela constante tentativa de *sedução*, na qual são colocadas em prática diversas estratégias com o intuito de recolher o benefício da atenção do jornalista através de oferendas, viagens com visitas a determinados locais da empresa ou instituição com refeições e alojamento pagos, e por último o *aproveitar das debilidades de uma publicação*, sobretudo no que à incapacidade desta enviar um repórter para cobrir determinado evento, fornecendo-lhe à distância os dados referentes aos factos ocorridos, descrição que forçosamente poderá ser inquinada quanto à exactidão dos mesmos.

As *fontes oficiais*, providas de recursos que outras não detêm, conseguem agregar um conjunto de potencialidades que lhes permite atrair para o seu raio de acção profissionais credenciados com o objectivo de mediar o contacto com os meios de comunicação social, desenvolvendo as diligências necessárias juntos dos jornalistas, mesmo que as mesmas sejam efectuadas mediante um clima de pressão e diversas solicitações, algo resultante da concorrência existente no mercado dos *media*. Logo, as *fontes oficiais* pretendem sempre mostrar à opinião pública os aspectos que enalteçam de alguma forma a sua acção diária. É uma forma de impor as suas acções ao público. “Inseridos no imenso conjunto de procedimentos escritos e comportamentais das *fontes oficiais*, podemos destacar os programas e métodos de contacto, que agrupam publicidade, relações públicas, sondagens de opinião pública, promoção de acontecimentos, comunicados de Imprensa, discursos, *dossiers* específicos, conferências de Imprensa, reuniões e refeições informais com a Imprensa, com o intuito de demonstrar autoridade e credibilidade organizacional” (Gomes, 2009:47).

Molotch e Lester (1999) destacam isso mesmo e defendem a presença de conveniências na base de vários acontecimentos e eventos de cariz público. “Existem interesses na promoção de certas ocorrências para utilidade pública, assim como interesses na prevenção de certas ocorrências se tornarem acontecimentos públicos [...] a promoção pode ser directa, grosseira e óbvia [...] o trabalho de promoção gira em torno da nossa própria actividade, que, como toda a actividade social, é realizada tendo em mente os seus potenciais usos prospectivos e retrospectivos” (Molotch e Lester, 1999:38). É que os agentes envolvidos sabem bem que repórteres e fontes conseguem manipular os valores da notícia para justificar as suas construções de conhecimento (Ericson et al. 1989).

Mediante o exposto, a tarefa de promoção de tais acontecimentos é, nos dias que correm, frequentemente entregue a profissionais contratados para o efeito e cujo

conhecimento das necessidades dos jornalistas é notório, até porque muitas vezes são ex-jornalistas que desempenham esse papel ao serviço de órgãos oficiais ou instituições privadas. A missão da figura do assessor de Imprensa procura assim monitorizar a actividade jornalística, actuando como elemento de retenção ou condicionador de informação, por vezes até bloqueador de acesso aos factos e à notícia, em momentos de crise ou polémica associada à organização que integra. Entre o jornalista e o assessor formam-se naturalmente canais de rotina (Sigal, 1973), o qual produz, por um lado, a desejada visibilidade à organização da qual o serviço de assessoria faz parte e, por outro, o controlo do fluxo de informação relacionado com a estrutura organizacional, evitando e monitorizando notícias menos abonatórias ou nefastas para o alcance dos objectivos sociais e financeiros. Neste contexto, constata-se a preponderância de gabinetes de Imprensa neste tipo de organizações, fornecendo informações úteis da mesma que permitam sustentar os interesses subjacentes à sua acção, concretamente dados que fundamentem análises estatísticas ou referências biográficas de elementos e responsáveis da empresa a promover como bem feitos ou protagonistas.

Na sombra da acção dos referidos gabinetes de assessoria de Imprensa e fruto do conhecimento que os seus membros revelam normalmente sobre os aspectos que podem ser mais apelativos para o jornalista, os comunicados de diversa índole, seja com reacções de protagonistas em nome individual ou reacções de um colectivo, enviados às redacções são construídos atendendo à necessidade de o mesmo produzir um acto ou um facto novo com valor informativo acrescentado. O recurso a este modo de contacto ou cedência de informação também pode ser visto como um limitador da elaboração noticiosa, já que o jornalista estará condicionado ao documento que lhe é facultado, não tendo, frequentemente, oportunidade de confrontar o signatário do mesmo ou o representante de quem divulga o conteúdo com qualquer tipo de questões que possam enriquecer a produção e teor da notícia. “As fontes governamentais não estão sozinhas na procura de satisfazer a fome dos *media*. [...] Escolas e universidades mantêm os seus departamentos de informação pública que gerem a informação para as suas instituições, tentando especialmente dar o melhor lado da face de notícias negativas. [...] Também disponibilizam aos *media press releases* sobre essas notícias positivas”, (Schudson, 2003: 135), lembra Michael Schudson no âmbito da preponderância que a assessoria de Imprensa vai assumindo em instituições públicas e privadas, com as quais os jornalistas têm de conviver no decurso da sua actividade. McNair (2006) vai mais longe na

crítica aos chamados *spin doctors*⁵⁶: “O aumento das relações públicas no século XX tem sido visto como o paradigma do controlo da fonte e a degeneração da cultura política. O discurso político [...] tornou-se construído e não autêntico, é desonesto e propagandístico, mais um instrumento das elites para controlar as massas subordinadas” (McNair, 2006:64).

Actuando no mesmo campo mediático, mas de uma forma ligeiramente diferente, as *fontes não oficiais* podem tentar pautar a sua acção, a espaços, por algumas das normas e procedimentos das *fontes oficiais*. No entanto, à partida, as probabilidades de êxito junto dos meios de comunicação, no que à transmissão dos conteúdos pretendidos diz respeito, é substancialmente inferior, uma vez que estas detêm menor capacidade, competência de promoção e acesso ao campo jornalístico (Gomes, 2009). É que para o jornalista a autoridade e credibilidade da fonte influenciam e ajudam a determinar a preponderância que esta poderá ter no espaço mediático. Molotch e Lester (1999) abordam precisamente um dos meios de as *fontes não oficiais* superarem a barreira da autoridade e credibilidade no acesso aos *media*, ao abrigo do conceito de acesso disruptivo, no qual este tipo de fontes procura ser notícia entrando em conflito com o sistema de produção jornalística, de modo a gerar surpresa, conflito ou agitação. Afinal de contas a notícia é o homem que morde o cão e não o comportamento ou acção inversa. “Os pouco poderosos perturbam o mundo social para perturbar as formas habituais de produção de acontecimentos. Em casos extremos, reúnem-se em multidões num local inapropriado para intervir no plano diário de ocorrências de acontecimentos. Essas actividades constituem, de certa forma, acontecimentos ‘anti-rotina’. Esta óbvia disrupção da actividade normal e a sua ameaça ao mundo social estimula a cobertura dos meios de comunicação social de massa. A ocorrência disruptiva torna-se um acontecimento, porque é um problema para os relativamente poderosos” (Molotch e Lester, 1999:45).

Por sua vez, no caso das *fontes especializadas* verificamos a utilização de uma linguagem e terminologia relacionada com os aspectos técnicos da actividade desenvolvida como forma de legitimação da própria mensagem, a qual é adaptada à linguagem e expressões presentes no campo mediático, de modo a conferir-lhe perceptibilidade e compreensão. “O contexto descrito implica uma conexão entre especialistas e jornalistas especializados que constituem círculos próximos, verificando-se, inclusive, uma agenda mediática própria, com uma estrutura de acontecimentos anuais e regulares, de acordo com a especialidade em

⁵⁶ Denominação dada a um especialista em relações públicas, comunicação política ou assessoria que escreve discursos, concebe mensagens, assumindo-se como porta-voz de um governo, ministério ou partido político.

causa, que analisam as principais teses discutindo aplicações teóricas e práticas, sem nunca esquecerem a terminologia aplicada, fundamentada por artigos e publicações que solidificam as comunicações e servem de material de apoio jornalístico, conferindo maior fidedignidade e exactidão ao conteúdo noticioso” (Gomes, 2009:49).

7.2. As escolhas das fontes no alcance do campo mediático

As fontes de informação na sua acção de promover acontecimentos e factos assumem comportamentos caracterizadores dos procedimentos que executam, estabelecendo inclusive a sua própria hierarquia de prioridades e canais de veiculação dos conteúdos. Ordenação essa que é frequentemente erigida pelos valores de credibilidade e do próprio mercado dos meios de comunicação presentes no campo mediático local ou internacional, de acordo com o estatuto que possuem, influência que detêm e capacidade de disseminação da mensagem que lhes são reconhecidos. Aí entram em jogo critérios como a natureza do meio de comunicação – Televisão, Rádio, Imprensa, agência noticiosa ou mais recentemente Internet –, a tiragem ou audiência que possui, os factores e conotações políticas associadas a cada órgão de comunicação social, e ainda as relações pessoais existentes com jornalistas ou jornalista de um meio de comunicação social. Efectivamente, a tarefa de promoção (Molotch e Lester, 1999) assumida pelas fontes está muitas vezes ligada ao próprio valor do jornalista, que “é condicionado pela organização noticiosa em que está inserido, localização geográfica, área de especialização e pelo seu posicionamento na hierarquia profissional” (Santos, 20003b:139).

A verdade é que as organizações e grupos que desejam aceder à arena mediática (Manning, 2001) procuram entender os ritmos dos *media* e os valores que lhes estão associados, de forma a poder combater pelo espaço e influência que desejam ter na agenda, adaptando-se às exigências que são impostas pelos órgãos de comunicação social. Neste contexto, surgem igualmente os acontecimentos em que são dados aos jornalistas aspectos e pormenores para análise que sublinham os temas mais convenientes para as fontes, processo habitualmente executado pelas fontes como já referimos anteriormente. Implicitamente a esta ideia encontramos a negociação do controlo de informação (Ericson et al., 1989), sobretudo pelas fontes mais burocratizadas. “As fontes podem fazer várias coisas para impor a rotina e influenciar o processo de produção noticiosa” (Ericson et al., 1989:2).

Assim, sendo as fontes mobilizadas pelo seu próprio interesse de acordo com as suas avaliações e recomendações, a diferenciação que efectuam do círculo em que está presente o

jornalista é determinante na opção de ceder informações. Quando se verifica que o jornalista se integra no círculo restrito da fonte, o processo de cedência de informações é muitas vezes baseado na reciprocidade e amizade existente entre as duas partes (Gomes, 2009), no entanto se o jornalista residir no círculo externo ou exterior, conseqüentemente menos importante, as fontes de informação são obrigadas a fomentar estratégias que solicitem a cobertura mediática, seja através da indicação de que serão divulgadas informações bombásticas ou escandalosas (Molotch e Lester, 1999) ou da presença de figuras mediáticas, que, pela posição ocupada e por vezes devido à habitual inacessibilidade aos jornalistas, cativam e obrigam os *media*, por força também da concorrência do meio, a cobrirem os acontecimentos em causa (Santos, 2003b).

“As fontes de informação, em função dos parâmetros de importância estabelecidos, empreendem acontecimentos adoptando medidas especiais para a existência de factos marcantes ou graves, como, por exemplo, a difusão de comunicados, a adunção dos *media* a esses mesmos eventos ou a preparação de acções específicas para os jornalistas. A cedência de informação assenta normalmente na objectividade e exactidão dos factos, sob pena de a relação solidária entre fontes e jornalistas ser quebrada. Porém, apesar de as fontes coadjuvarem os *media* na procura de caminhos, soluções e conclusões por meio das informações divulgadas, as fontes assumem um papel de retentoras na plenitude da veracidade dos factos, que é contornado pelo aspecto concreto do *off-the record* e da confidência com o jornalista que não é publicada. As fontes arrogam ainda uma atitude de especialização na transmissão de informações, constituindo-se como filtros de conteúdos” (Gomes, 2009).

Ericson et al., (1989) vão mais longe e recordam precisamente que, para além da preponderância que as fontes assumem no processo produtivo das notícias, a ligação entre os *media* e as fontes chega a ser, muitas vezes, de âmbito profissional, em particular as *fontes oficiais*. “As fontes têm acesso [ao campo mediático] através de várias formas. Mais frequente, elas são citadas como uma autoridade em *estórias* pertencentes à sua esfera da vida organizacional. Mais directamente, elas escrevem *news releases* onde são citadas em parte ou no todo, contribuindo substancialmente para as notícias finais. Similarmente, elas compõem cartas para os editores onde fornecem os seus textos originais para serem publicados na íntegra, ou em parte, dando um contributo de autoridade aos temas que serão abordados na notícia. Directamente, às fontes é-lhes pedido que escrevam histórias, conteúdos ou colunas. As fontes tornam-se empregadas das organizações noticiosas ao mesmo tempo que são fontes

de informação, acabando assim qualquer dúvida a respeito da convergência” (Ericson et al., 1989:6).

Independentemente das tentativas de convergência com os jornalistas, as fontes actuam igualmente no amplo campo de rivalidades consigo mesmas. A disputa pelo acesso aos *media* é tremendo, sobretudo quando se trata de tentar impor e fazer prevalecer a sua mensagem na construção noticiosa. As estratégias das fontes de informação são muitas vezes distintas, os objectivos antagónicos, logo, há que evitar, ou pelo menos tentar, desvios que sejam nocivos para as organizações em que estão inseridas. “As fontes competem pelo acesso aos *media* noticiosos para traficar os seus valores e sinais preferidos. Particularmente, elas [as fontes] procuram defender a sua organização contra outras no que diz respeito a possíveis desvios e confiam para poderem efectuar o controlo, enquanto fazem as suas próprias queixas de desvios de controlo por parte de outras organizações, que mostram como estas devem ser controladas” (Ericson et al., 1989:17). Por isso mesmo, assiste-se a uma presença assídua das fontes na organização burocrática da notícia, seja pela pressão que exercem sobre os jornalistas ou através do fácil acesso aos editores ou órgãos de chefia de uma redacção. Controlando o topo é mais fácil chegar ao sucesso.

A esse propósito Rogério Santos (2006) lembra precisamente que o trabalho activo das fontes de informação passa por se imiscuir nas tarefas burocráticas da organização mediática, quer na recolha e tratamento de informação, como nas tarefas semelhantes dos concorrentes ou rivais na arena mediática. E daí às denominadas fugas de informação é um passo. “A fonte noticiosa pode manipular a informação e servir-se do jornalista para a amplificar; os jornalistas lutam, muitas vezes, contra factos não verificáveis. As fugas de informação inserem-se neste quadro de manipulação e constituem, frequentemente, tentativas de obter reacções a determinadas medidas. O aumento de fugas de informação resulta da competição interna dos diversos órgãos de poder ou da porosidade de organizações pequenas em termos de recursos financeiros e de capital cultural. Juntamente com os balões de ensaio, as fugas de informação são o ideal para os trabalhos dos jornalistas, o que os leva a investigar e a confrontar opiniões de outras fontes de informação” (Santos, 2006: 90-91). Evidentemente, o jornalista na sua hierarquização das fontes de informação acaba por afectar a influência destas na arena, visto que, caso o relacionamento tenha sofrido alguma contrariedade, concretamente ao nível da confiança implícita na relação jornalista-fonte, a informação veiculada será sempre condicionada, podendo inclusive suscitar dúvidas constantes face ao comportamento dúbio das duas partes.

Ainda que as estratégias e táticas das fontes sejam fragmentadas no espaço e tempo (Ericson et al., 1989), a relação destas com o jornalista, como vimos, tem a confiança como aspecto norteador que não se exclui em si mesmo. Um conjunto de valores fortalece a conexão entre as partes e a produtividade da sua acção e estratégias adoptadas (Gomes, 2009). A *credibilidade*, *autoridade*, *aptidão de promover e enquadrar* são qualidades e pressupostos indispensáveis para a criação de uma denominada cultura das fontes de informação (Ericson et al., 1989; Santos, 2003a, 2003b e 2006). “Considera-se a existência de uma cultura das fontes de informação, com valores principais como a credibilidade, autoridade e capacidade de sugerir e influenciar” (Santos, 2006:95). Se a *credibilidade* da fonte decorre da coerência e veracidade dos factos que são produzidos pela própria, como consequência de uma procura de influenciar a formulação de um estatuto e prática noticiosa, a *autoridade* resulta da especificidade do conhecimento que determinada fonte de informação apresenta, a qual se torna um recurso frequente por parte dos jornalistas na medida em que estes procuram aceder a informações, esclarecimentos, conselhos, pareceres e opiniões sobre factos ou dados susceptíveis de interpretação mais aprofundada. Por sua vez, da *aptidão de promoção e enquadramento* por parte das fontes de informação influencia exponencialmente a capacidade destas em aceder ao campo mediático, algo que está intimamente relacionado com as estratégias circunscritas pelas fontes na sua acção solidária com os jornalistas, “sendo resultado da pretensão da fonte em impor os seus pressupostos ou pontos de vista, adequando o seu programa de comunicação, que integra as relações públicas e promoção num vasto conjunto de veículos de transmissão comunicativa, com a finalidade de extrair dividendos das opções previamente convencionadas” (Gomes, 2009:52).

Rogério Santos (1997, 1998 e 2006) sublinha a existência de outros aspectos que permitem sublinhar e consolidar uma cultura de fontes de informação, os quais determinam com regularidade a acção destas, como são os casos de *gratificações*, *retórica* e *performatividade*. No enumerar de *narrativas* temos entrevistas, discursos internos provenientes do seio de uma organização ou ainda aspectos visuais ou gráficos do emissor de conteúdos. As *gratificações*, essas, acabam por traduzir sinais de delicadeza, valimento, polidez e consideração resultantes das acções de relações públicas, que acontecem em momentos precisos, estimulando relações sociais, políticas e económicas dos agentes envolvidos nos processos comunicacionais (Santos, 2006; Gomes, 2009). A *retórica* advém da comunicação proactiva entre partes e da partilha de ideias por parte das fontes, denotando uma premente necessidade de influenciar o processo produtivo, aspecto ao qual está ligada a *performatividade*, isto é o acto de enunciar e realizar actividades próprias da acção e relações

públicas, com o intuito de atribuir maior responsabilidade e empenho na organização de um determinado evento, vincando uma eventual recordação do momento de modo a impor uma comparação natural com ocorrências desenvolvidas pelos agentes e actores concorrentes ao espaço dos *media*.

7.3. Contexto como fonte para construir a narração

Quando Barbie Zelizer (2000), num artigo originalmente publicado na revista *Critical Studies in Mass Communication*, em 1993, propôs que se considerasse o jornalismo não só como profissão, mas também como uma *comunidade interpretativa*, unida pelo seu discurso partilhado e pelas interpretações colectivas de acontecimentos públicos relevantes, amplificou a dimensão do campo de actuação dos jornalistas, que, desta forma, atribuem um significado às suas vidas profissionais, possibilitando uma união enquanto grupo. Recorrendo à definição de *comunidade interpretativa* de Hymes (1980), o qual defendia que a mesma era constituída por um grupo unido pelas suas interpretações da realidade, a autora advoga que “os próprios comunicadores podem ser encarados enquanto uma *comunidade interpretativa*” (Zelizer, 2000:34), uma vez que os jornalistas estão unidos pelas interpretações colectivas que fazem de determinados acontecimentos-chave, sendo os discursos produzidos um modo indicativo como os próprios se vêem como jornalistas.

“Analisar os jornalistas como *comunidade interpretativa* permite compreender como se legitimam através de canais diferentes dos fornecidos pela profissão. Os jornalistas, nesta perspectiva, unem-se criando ‘estórias’ sobre o seu passado que regularmente e informalmente fazem circular entre si – ‘estórias’ que possuem certas construções da realidade, certos tipos de narrativas e certas definições daquilo que é considerado uma prática adequada. Através de canais como as conversas informais, as revistas profissionais e do ofício, os encontros profissionais, as autobiografias e as memórias, as entrevistas em *talk-shows* e as retrospectivas nos *media* criam uma comunidade por intermédio do discurso. Tomar o jornalismo como uma *comunidade interpretativa* dá uma imagem bastante diferente da que é dada pelo enquadramento da profissão e põe em evidência elementos ligados à prática jornalística que são centrais aos próprios jornalistas” (Zelizer, 2000:35). Já Bourdieu (1998:47) defende que a prática jornalística tem como base uma “série de assumpções e crenças partilhadas”, na qual existe um leque de “estruturas cognitivas, perceptivas e crenças partilhadas” (Bourdieu, 1998:36), ideia que sustenta igualmente o termo *tribo*, utilizado por

Traquina (2004) em evocação do conceito de Maffesoli (1988), como sinónimo da concepção apontada por Hymes (1980) e recuperada por Zelizer (1993).

Nesse campo interpretativo, segundo Zelizer (2000), os jornalistas crêem ser possuidores de qualificações que lhes permitem uma avaliação crítica de um determinado acontecimento, a qual resulta do recurso ao proposto modo local de interpretação. “Os jornalistas discutem a relevância de determinada interpretação a partir de um ponto de vista específico e particular. Este modo é essencial para proporcionar aos jornalistas marcadores discursivos que sirvam de suporte à sua ideologia profissional. Parte-se do princípio que a autoridade dos jornalistas deriva da sua presença nos acontecimentos, de acordo com a ideologia da autenticidade da ‘testemunha ocular’. Ao produzirem metáforas como ‘testemunhar’, ‘cães de guarda’, ‘ter estado lá’, práticas de descoberta, ou ‘estar no momento certo na hora certa’, os jornalistas estabelecem marcadores que não só impõem a sua presença como além disso confirmam a sua importância ideológica” (Zelizer, 2000:37). No fundo, é essa presença no lugar ou local do acontecimento que legitima, em última instância, a prática jornalística decorrente do evento presenciado e, posteriormente, relatado com base nos factos observados. Aí, virá sempre ao de cima o relato seleccionado da realidade (Patterson, 2000), através do qual é dado aos leitores/espectadores uma imagem do mundo decorrente do conceito de “prisma” evocado por Patterson (2000), que vai de encontro aos valores-notícia dos jornalistas, fundamentados em critérios como o novo, fora de uso, o sensacional ou o controverso. Por isso mesmo, “cada dia é um começo do zero, uma nova realidade. A novidade é premiada e a sua infalibilidade também. Os jornalistas têm de ter uma ‘estória’ para contar, e ela tem de ser sempre diferente da de ontem. A velocidade do ciclo de vida das notícias e a procura implacável de ‘estórias’ novas afasta o jornalista de certos desenvolvimentos e direcciona-o para outros. Não existe uma regra para determinar quais os desenvolvimentos que vão, na verdade, ser notícias, mas as ‘estórias’ principais do dia derivam quase sempre de acontecimentos concretos” (Patterson, 2000:78-79).

É evidente que o testemunhar desses mesmos acontecimentos conduz-nos a uma das teorias míticas do jornalismo, uma das missões intrínsecas à profissão, ou seja, aquela que preconiza uma transmissão ou um relato subjacente ao acto reflexivo da realidade, espelhando-a na notícia. Na *teoria do espelho*, como veremos mais à frente, o facto de o jornalista se assumir como um comunicador desinteressado (Traquina, 2002) – sem causas específicas a defender que condicionem a sua missão de informar, procurar a verdade, contar o que aconteceu, independentemente de quem possa ser afectado pela realidade – eleva-o para um patamar de guardião da veracidade dos factos, sem, porém, afastá-lo do papel

selectivo que assume dos mesmos, ainda que esta perspectiva ou teoria seja refutada pelo constante processo interaccional entre os inúmeros elementos sociais que ajudam a determinar o noticiável. Será sempre a observação jornalística a prevalecer em função dos próprios valores-notícia de quem presencia os factos e, conseqüentemente, irá ordená-los na pirâmide noticiosa. “Apesar de as notícias terem sido comparadas a um espelho que é colocado em frente à sociedade, estas são afinal um registo altamente selectivo de acontecimentos efémeros que irrompem com velocidade” (Patterson, 2000: 79-80). Patterson vai mais longe e considera que o jornalismo interpretativo (Zelizer, 2000) emergiu como substituto do estilo descritivo em vigor até então na profissão, onde, aponta, o trabalho do jornalista era relatar com objectividade os factos dos acontecimentos presenciados. “Hoje em dia, factos e interpretação são livremente misturados nas reportagens e nas notícias. A interpretação fornece o tema e os factos iluminam-no. O tema é prioritário; os factos são ilustrativos. Como resultado, os acontecimentos são comprimidos e agrupados uns com os outros dentro de um tema comum. [...] O estilo interpretativo confere poder aos jornalistas ao dar-lhes mais controlo sobre as mensagens noticiosas. Enquanto as reportagens descritivas eram guiadas pelos factos, a forma interpretativa é guiada pelo tema em torno do qual a ‘estória’ é construída. [...] O estilo descritivo atribui ao jornalista o papel de repórter. O estilo interpretativo pede ao jornalista para agir como analista. O jornalista é assim posicionado para moldar notícias de uma forma que o estilo descritivo não permite” (Patterson, 2000:84).

Assim, facilmente constatamos que independentemente do cariz descritivo ou interpretativo de determinado acontecimento, o foco do jornalista está subjacente à observação, ainda que no dia-a-dia lhe cheguem muitos indícios de ocorrências e factos não presenciados a exigirem a necessária confirmação. A presença no local do acontecimento possibilita a filtragem subsequente de modo mais fidedigno em função do valor que detenha para o jornalista. Estes [os jornalistas], no momento do acontecimento, “tendem a interpretá-los [os acontecimentos] unidimensionalmente porque se vêem a si mesmos colectivamente como conduzindo a comunidade em determinado sentido” (Zelizer, 2000:38). Mas quando falamos de observação, temos forçosamente de questionar o quê? O acontecimento e os factos fazem indubitavelmente parte da resposta. Contudo, ambos são munidos de um contexto em que ocorrem ou decorrem. Em torno de tais actos está uma envolvência que os condiciona, atribui ou limita a importância dos mesmos, conferindo-lhe a dimensão que influirá na ordenação dos valores-notícia do observador na disposição interpretativa ou descritiva do jornalista. A pirâmide noticiosa terá, pois, camadas de acordo com a narrativa construída, resultado dos elementos exógenos em torno da mesma. “As orientações e criações

da narrativa são culturais, não naturais; as notícias, como ‘estória’, dotam os acontecimentos do passado de fronteiras artificiais” (Bird e Dardenne, 1999: 265), que permitem a construção de significados na sequência da apreensão de acontecimentos dispersos. “Assim, mais que considerar a exactidão dos factos e a sua correspondência com a realidade externa, podemos considerá-los como contributos da narrativa, como elementos numa ordenação humana dos mesmos” (Bird e Dardenne, 1999:265).

Ao processo de construção do trabalho jornalístico acarreta consigo mesmo dois conceitos presentes no subconsciente da narrativa: a reflexividade e indexicalidade (Garfinkel, 1967). “Estes conceitos gémeos (indexicalidade implica reflexividade e vice-versa) podem ser utilizados para descrever como é que as pessoas conferem sentido às expressões umas das outras em conversações partilhadas; como é que as pessoas dão sentido às notícias como registos do mundo quotidiano; como os repórteres dão sentido aos acontecimentos; ou como é que as pessoas extrapolam a partir de cada tópico específico uma caracterização do mundo quotidiano. Tanto a reflexividade como a indexicalidade referem-se à inserção contextual dos fenómenos. A reflexividade específica que os relatos dos acontecimentos estão inseridos na mesma realidade que eles próprios caracterizam, registam ou estruturam. A indexicalidade específica que os actores sociais, ao utilizarem relatos (termos, enunciações ou narrativas), podem atribuir-lhes sentidos independentes do contexto geral no qual esses relatos são produzidos e processados” (Tuchman, 2009:98). Verifica-se assim a transformação de acontecimentos em notícias, as quais registam a realidade social e são igualmente produto dessa mesma realidade e do contexto que lhe está associada. Molotch e Lester (1975) sublinham precisamente estes pressupostos ao reforçarem o conceptualismo de que as notícias decorrem da compreensão que os jornalistas têm, tanto dos processos jornalísticos como dos processos políticos, sendo uma reprodução desses mesmos procedimentos.

Perante os conceptualismos descritos focados essencialmente na observação, interpretação, descrição e narração de factos reflectores da realidade, emana a questão em torno do pressuposto inerente a cada um dos procedimentos em causa, concretamente o contexto. Será que o jornalista, em função da recolha dos dados, constrói as notícias considerando um determinado contexto existente em torno do acontecimento? Inequivocamente, sim. O jornalista estará a transgredir a velha máxima de reproduzir e narrar somente os factos, de forma pura e dura, se atender à envolvência dos mesmos e ao ambiente circundante que os caracteriza? Negativo. Ficará em causa a fidedignidade de construção da notícia se esta não for desprovida do contexto emocional subjacente ao acontecimento? Entendo que não.

Estas questões, entre outras suscitadas pela prática diária da profissão, conduzem precisamente ao questionar da preponderância do contexto enquanto fonte de informação. Sim, nos inúmeros estudos académicos não estará encoberta a preeminência do contexto na cedência de informações ao jornalista? Não será que este é, por vezes, um condicionador da acção dos protagonistas do acontecimento e um determinante de peso no desenrolar do mesmo? E quantas vezes o contexto é por si só um revelador de notícias? Falo em contexto na verdadeira acepção da palavra e do conceito, isto é, como sendo uma inter-relação de circunstâncias que acompanham um dado facto ou uma situação ocorrida.

Efectivamente, quando Zelizer (2000) destaca a autoridade dos jornalistas decorrente da presença no local dos acontecimentos, enquanto testemunhas dos mesmos, dando azo à interpretação destes como membros de uma *comunidade interpretativa*, é necessário considerar as circunstâncias em que ocorrem, pois só assim teremos uma aproximação à realidade nos relatos constantes nas *'estórias'*. Por isso mesmo, no decurso da prática jornalística, no necessário recurso às fontes de informação, o jornalista é confrontado com circunstâncias inerentes a factos que se tornam vitais na reflexividade e indexicalidade associadas à narrativa (Tuchman, 2009). A existência dessas mesmas circunstâncias é transversal, por exemplo, aos vários tipos de fontes de informação que actuam na arena mediática. Independentemente dos padrões de fontes de informação existentes há sempre um determinado contexto subjacente à sua acção que a condiciona e produz informação relevante para o jornalista, que, em última instância, de acordo com o seu "prisma" dos factos, ordenará o relato subordinando-o aos valores-notícia inerentes ao acontecimento ou evento. Assim, não está o jornalista perante uma diferente delimitação e estruturação do que é o quadro de fontes de informação com o qual interage nas suas práticas diárias?

Como vimos, considerei inicialmente uma delimitação convencional dos quatro tipos de fontes de informação, no caso *fontes oficiais, não oficiais, especializadas e anónimas*, as quais, numa abordagem semântica distinta, Ericson et al. (1989), categorizaram em igual número como sendo divididas por jornalistas, porta-vozes de instituições e organizações governamentais, porta-vozes de instituições e organizações não governamentais, e cidadãos de forma individual, contudo, como temos visto, o contexto não pode ser esquecido no catalogar das origens de informações. É certo que as classificações de fontes de informação, como observamos, estão essencialmente centradas na figura do indivíduo, tal ficou claro nas várias definições mencionadas anteriormente, casos de Manning (2001), Gans (2003) ou Santos (2003b), entre outros. Rogério Santos (2003b), por exemplo, defende que por fonte de informação considera-se a entidade, instituição, organização, grupo ou indivíduo, porta-voz ou

representante que cede informações ou fornece dados aos jornalistas, planeia acções ou descreve factos, enquanto Gans (2003), entre outras considerações, advoga que a fonte de informação é alguém que o jornalista observa ou entrevista e que transmite informações como representante de um determinado grupo, preconizando a existência de uma relação jornalista-fonte de cariz recíproco e de mútuo interesse. O contexto está desprovido da figura humana como representante de uma mediação, é um facto, mas será por isso que deixa de fornecer dados aos jornalistas, como refere Santos (2003b), ou, por outro lado, que o dito contexto não é merecedor e alvo de uma observação minuciosa do jornalista na missão de recolha de informações relevantes para a reprodução dos factos, aproximando-se da realidade experienciada? A percepção prismática do jornalista, enquanto elemento interpretativo, não assumirá ela própria o papel de mediador daquilo que nos é dado pelo contexto? E para perceber o que o contexto nos dá urge experienciá-lo, vive-lo e “ter estado lá” no “momento certo e na hora certa” do acontecimento.

Immanuel Kant (2001), recorde-se, antes de distinguir o conhecimento puro do conhecimento empírico lembrou que é na experiência que tudo começa. “Não resta dúvida de que todo o nosso conhecimento começa pela experiência; efectivamente, que outra coisa poderia despertar e pôr em acção a nossa capacidade de conhecer senão os objectos que afectam os sentidos e que, por um lado, originam por si mesmos as representações e, por outro lado, põem em movimento a nossa faculdade intelectual e levam-na a compará-las, ligá-las ou separá-las, transformando assim a matéria bruta das impressões sensíveis num conhecimento que se denomina experiência? Assim, na ordem do tempo, nenhum conhecimento precede em nós a experiência e é com esta que todo o conhecimento tem o seu início” (Kant, 2001:36). No jornalismo, a experiência está muitas vezes associada à vivência diária dos acontecimentos e factos neles constantes. Daí advém parte da legitimação de autoridade dos jornalistas na construção de narrativas. Diariamente os leitores/espectadores podem comprovar isso mesmo.

Efectivamente, é com base nos diferentes tipos de experiência que os jornalistas apresentam distintos níveis de conhecimento que podem condicionar a capacidade de interpretação de determinado facto. Assim se explica, em parte, que perante dois acontecimentos com os respectivos factos constatados sejam muitas vezes narrados de forma distinta por vários jornalistas presentes no local. É evidente que o valor-notícia dos mesmos está associado ao processo de construção, mas a variedade interpretativa também. Seja como for, o contexto está lá para fornecer algo mais ao acontecimento vivido. É certo que ao tornar ampla a missão do jornalista, afastando-o do desiderato inicial da função, na qual

primeiramente os factos teriam de ser narrados de forma pura e dura, a dimensão e influência do jornalista torna-se diametralmente distinta e complexa. Sobretudo, porque suscita a discussão em redor de um dos princípios primários da profissão, cujo exercício da mesma se foi alterando com o passar dos anos. O cariz subjectivo inerente às diversas perspectivas e percepções do jornalista está bem evidente na questão que cada um coloca perante os factos: o que é notícia? Traquina (2002) lembra isso mesmo ao abordar a teoria interaccionista em que as notícias resultam de uma intersecção de vários pressupostos. “As notícias são resultado de um processo e produção definido como a percepção, selecção e transformação de matéria-prima (os acontecimentos) num produto (as notícias). Os acontecimentos constituem um imenso universo de matéria-prima; a estratificação deste recurso consiste na selecção do que irá ser tratado, ou seja, na recolha do que se julga ser matéria-prima digna de adquirir a existência pública de notícia, numa palavra – ter noticiabilidade. Aliás, a questão central do campo jornalístico é precisamente essa: o que é notícia? Ou seja, quais os critérios e os factores que determinam a noticiabilidade dos acontecimentos” (Traquina, 2002:106).

Perante isto, sendo a matéria-prima constituída por acontecimentos que posteriormente serão alvos de julgamento, não assumirá o contexto um papel indispensável como fonte de decisão e informação? Para responder à questão da noticiabilidade de um determinado acontecimento o jornalista terá invariavelmente de considerar o contexto em que se insere, o qual lhe dará a percepção que potenciará a selecção e, conseqüentemente, a dita transformação dos factos para a narração daquilo que for experienciado e testemunhado. O conhecimento do conjunto de pressupostos enunciados dará ao jornalista uma panóplia de dados que vão abonar em prol da fidedignidade do presenciado. Estão estes desígnios a aumentar o cariz subjectivo da análise e do testemunho jornalístico? Se é verdade que sim, não deixa igualmente de ser relevante que o jornalista procura, dentro da subjectividade que distingue a sua interpretação face aos colegas, nortear a sua acção pelos parâmetros de liberdade, independência, autonomia, credibilidade, verdade e a procura de objectividade entre a subjectividade. Michael Schudson (1978) argumenta mesmo que a objectividade no jornalismo não surgiu como a negação da subjectividade, mas sim como uma forma de reconhecer a inevitabilidade desta. Talvez por isso o jornalismo seja, nos dias que correm ainda mais, uma arte capaz de tornar objectiva a subjectividade.

Perante o exposto é eloquente considerar o contexto associado a um acontecimento como uma fonte de informação. Ele (o contexto) é alvo da interpretação jornalística, exercita a experiência e o conhecimento, dá azo à subjectividade do jornalista na ordenação objectiva dos factos e confere maior fidedignidade e verdade ao acontecimento. É o quadro simbólico

presente no evento, ao qual o jornalista não terá completo acesso sem testemunhá-lo. São os sinais, as reacções e os comportamentos dos protagonistas perante o contexto que indiciam sentimentos e condicionantes absorvidos pelo jornalista para posterior construção da narrativa. E nem sempre as mediações tecnológicas permitem o acesso ao referido enquadramento alegórico. Por isso, é na sequência da inter-relação de circunstâncias associadas a um facto que emana o produto referido por Traquina (2002). São fontes de informação sem classificação, privadas de agenda ou confidencialidade ou até marcadas por rotinas reveladoras de interesses, porém alimentam os jornalistas com dados indispensáveis ao seu trabalho.

8. Conclusões sumárias

- Naturalmente, a evolução do jornalismo no decurso do século XX não pode ser dissociada dos marcos históricos que nele se verificaram, isto é, acontecimentos como as duas guerras mundiais, a queda de regimes totalitários, o desmembramento de um dos grandes pólos geopolíticos do mundo, concretamente a União Soviética, bem como o progresso tecnológico, económico e científico que se verificou;
- O *lead* da notícia é então estabelecido como convenção, apesar da existência de outras manifestações de saberes ligados à actividade jornalística: 1) A estenografia; 2) A invenção de novos géneros jornalísticos como a entrevista e a reportagem; 3) A elaboração de uma linguagem específica;
- A Primeira Guerra Mundial deu azo à censura e propaganda, com a utilização propagandística dos meios de comunicação social para passar mensagens de incentivo aos apoiantes. A rádio, nesse aspecto, principalmente na Segunda Guerra Mundial, foi um meio preponderante. Emergiu igualmente a prática de projecção de feitos colectivos aos soldados para que estes, na frente de batalha, elevassem os seus índices de motivação;
- As transformações que ocorreram no jornalismo após a Segunda Guerra Mundial foram tremendas. A expansão da rádio e da televisão mostrou-se decisiva na queda gradual dos leitores da Imprensa escrita, que passou a seguir outros caminhos para além da única e exclusiva reprodução de notícias ou histórias. As práticas profissionais também foram adequadas a novas rotinas, impostas pelo negócio da comunicação e pelas empresas detentoras de títulos. As agências noticiosas ganharam expressão na Guerra Fria, controlando os fluxos internacionais de informação, alimentando os *media* que subscreviam os seus serviços;
- O caso *Watergate*, resultante de um trabalho de investigação jornalística que desvendou um complexo esquema de actividades ilegais autorizadas pelo então presidente dos Estados Unidos da América, Richard Nixon – que acabou por levar à resignação do cargo –, caracterizado pelas inúmeras diligências efectuadas, marcou indiscutivelmente o jornalismo, a forma como este passou a ser exercido, dando a conhecer o verdadeiro poder que detém uma sociedade democrática;

- No desenrolar da investigação, a reportagem e recolha de informações no local/terreno foram preponderantes, nomeadamente no contacto com as fontes de informação menos acessíveis, as quais só através do contacto pessoal é que confirmaram ou deram pistas sobre um conjunto de matérias susceptíveis de confrontação jornalística. Os episódios em torno dos encontros entre Bob Woodward e o célebre *Deep Throat* ou *Garganta Funda*, mais tarde identificado como William Mark Felt, foram paradigmáticos;
- O conteúdo de uma carta anónima endereçada para “O JORNAL”, entre 1981 e 1982, foi o ponto de partida para a divulgação de um caso que se tornou histórico no jornalismo português, protagonizado por José Pedro Castanheira. Em causa estava a denúncia de um esquema de distribuição de verbas públicas a empresas de modo a que estas mantivessem os postos de trabalho dos seus funcionários, sendo que, em alguns casos, não existiam e noutros eram as próprias empresas que não desempenhavam qualquer tipo de actividade. Este foi mais um exemplo, à semelhança do que aconteceu com *Watergate*, ainda que, naturalmente, tenha sido a uma escala substancialmente menor, da preponderância que as diligências jornalísticas nos locais dos acontecimentos, as conversas pessoais com as fontes de informação são indispensáveis para o sucesso de uma reportagem; No que diz respeito à importância que a Internet tem nas reportagens, José Pedro Castanheira (2009) defende que a rede deve ser vista como um suporte de apoio à investigação, rematando: “As boas histórias do jornalismo de investigação não estão na Internet”;
- Os trágicos acontecimentos do dia 11 de Setembro de 2001, nos Estados Unidos, suscitaram uma resposta americana face ao terrorismo, destacando-se a investida sobre a *Al-Qaeda* e os *Taliban* no Afeganistão, onde, na prisão de *Abu Ghraib*, ocorreram uma série de abusos aos prisioneiros de guerra. O relato dos acontecimentos pelos vários meios de comunicação social e os episódios associados a tal procedimento é paradigmática no que diz respeito à luta do jornalismo com os poderes que o procuram controlar. Neste caso, encontramos igualmente reflexos das limitações que as empresas jornalísticas detêm na cobertura de um determinado acontecimento, os condicionantes que auto-estipulam na divulgação de notícias e a influência que as fontes oficiais detêm no conteúdo das mesmas, isto sem esquecer igualmente o papel que o valor confiança desempenha no relacionamento entre jornalistas e fontes de informação;

- Nas fontes de informação reside parte do sucesso jornalístico de quem, no desenrolar da sua actividade noticiosa, deseja narrar factos atendendo a valores como a verdade e objectividade dos mesmos;
- O jornalista não está só dependente de uma única fonte de informação e necessita de confrontar a veracidade dos factos ocorridos, até porque qualquer indivíduo pode assumir o papel de fonte de informação, sendo ou não a sua informação contemplada na elaboração do produto jornalístico: a notícia;
- Para que a relação entre jornalista e fonte de informação seja profícua é indispensável uma reciprocidade que alimente confiança entre as partes, apesar de o jornalista não deixar de avaliar e analisar aspectos como a autoridade, produtividade e reciprocidade da fonte de informação;
- Os jornalistas sabem que os comportamentos das fontes de informação são distintos em função dos interesses e estratégias associadas à acção que desenvolvem e protagonizam, sendo que as *fontes oficiais* são as que procuram fixar o paradigma do controlo sobre os *media*;
- As fontes de informação no decurso da sua acção de promoção de acontecimentos e factos assumem comportamentos que caracterizam os procedimentos executados, estabelecendo, inclusive, uma hierarquia de prioridades e canais de veiculação de conteúdos. Tal ordenação é concretizada de acordo com a credibilidade do meio de comunicação, do jornalista e o posicionamento face ao mercado, nomeadamente no que à capacidade de difusão da mensagem diz respeito;
- Os jornalistas estão integrados numa comunidade interpretativa, unidos pelas interpretações que produzem de determinados acontecimentos-chave. Esse processo advém da percepção de um contexto envolvente e associado aos acontecimentos, que fornece informações indispensáveis à narração de factos e acções. A ordenação dos mesmos está sujeita ao escrutínio jornalístico atendendo aos valores-notícia. Evidentemente, a presença de um jornalista no local dos referidos momentos é indispensável à fiel e exacta descrição dos mesmos. O contexto assume assim o papel de fonte de informação, fornecendo dados indispensáveis à elaboração da notícia, dada a sua ligação com os factos presenciados. Não assumirá então a percepção prismática do jornalista, enquanto elemento interpretativo, o papel de mediador daquilo que nos é dado pelo contexto? E para perceber o que o contexto nos dá

urge experienciá-lo, vive-lo e “ter estado lá” no “momento certo e na hora certa” do acontecimento;

Capítulo III – Questões sociológicas do jornalismo

9. Aspectos teóricos

A investigação em torno da sociologia do jornalismo tem sido pródiga em contributos teóricos de relevo para a evolução do estudo nesta área. Um vasto conjunto de investigações assumiram preponderância e, como tal, não podem ficar à margem da abordagem aqui efectuada, concretamente no que concerne à queda da reportagem enquanto prática diária nas várias organizações noticiosas. Para compreender as vicissitudes inerentes às perspectivas que possam ter sido dadas pela Internet no fenómeno de reportar urge, pois, relembrar algumas teorias que, de forma mais ou menos directa, contribuíram para algumas das principais abordagens teóricas que marcaram os estudos jornalísticos.

Deste modo, James Curran (1977, 1991, 1996, 1997 e 2000a), partindo de uma análise funcionalista, defende que a sociologia do jornalismo deve ser marcada pela distinção entre duas correntes, a *pluralista* e a *marxista*. Enquadrada a sociedade enquanto uma estrutura complexa de cariz sistémico assente na constituição de grupos cujos interesses fomentam a constante competição, os defensores do *pluralismo* sustentam que as organizações mediáticas têm a capacidade e um elevado grau de autonomia face ao poder e acção do Estado, partidos políticos e grupos de pressão institucionalizados, dado que a gestão dos *media* é consumada por uma elite autónoma que influi no acréscimo de flexibilidade dos profissionais neles presentes. Já os *marxistas*, mediante a visão de que a sociedade capitalista representa o exercício da dominação de classe, na qual os *media* frequentam a arena em que é tida a disputa ideológica dominada por determinadas classes, defendem que o controlo, na derradeira instância, está concentrado progressivamente no capital monopolista. Neste contexto, os profissionais dos *media*, imbuídos da posse de uma ilusão de autonomia, são socializados e, posteriormente, interiorizam as normas da cultura dominante na sua acção. O enquadramento da interpretação dos *media* é, pois, decorrente dos interesses das classes dominantes, bem como das audiências resultantes de uma negociação e disputa dos enquadramentos de cada perspectiva. A propósito, Santos (2003a) lembra que a distinção efectuada por Curran (1977) advém precisamente de uma deriva de conceitos e correntes de pensamento que em tempos foram emergindo nas universidades inglesas contrapondo com outras perspectivas provenientes dos Estados Unidos.

Rogério Santos (2003a), a propósito da dicotomia que se foi desvanecendo ao longo dos anos, caminhando no sentido de uma convergência de cariz ideológico decorrente da complementaridade existente entre as duas teorias subjacentes ao raciocínio mencionado, recorda que Curran (1996) foi ao encontro da ideia e conceito de síntese. “Se a investigação inicial centrou a sua acção nas organizações noticiosas e nas suas redacções, a corrente de confluência produziu conceitos importantes: a análise dos constrangimentos no trabalho do

jornalista; o estudo das estratégias governamentais, das actividades económicas e dos grupos de pressão com menores recursos; a percepção da luta, conflito e negociação entre jornalistas e fontes na produção da notícia; a atribuição de peso às fontes não oficiais” (Santos, 2003a:7).

Observando vários meios de comunicação social, James Curran (1977, 1991, 1996, 1997 e 2000a) defendeu que a tendência destes é, precisamente, a de favorecer as forças sociais dominantes, condicionando a competição existente entre grupos de parques recursos, isto através de formas de propriedade não representativas e concentradas (Gomes, 2009). Deste modo, independentemente da visão liberal ou radical, os meios noticiosos são vistos sob perspectivas contrastantes face ao relacionamento que possuem com a sociedade que os envolve. Aos olhos dos liberais, os *media* são tidos como sendo instituições que dão corpo e voz aos agentes da sociedade de forma livre e isenta, subjugados a um envolvimento em que a publicidade é uma espécie de garante da independência do seu próprio funcionamento e sustentáculo da missão a executar. Os radicais enquadram os meios noticiosos como meros instrumentos de controlo claramente descendente que actua na esfera de influência do poder que se apresentar socialmente consolidado e edificado. Os *media* estão assim susceptíveis a pressões, concretamente expostos a aglomerações de índole mediática e económica potenciadoras de maior controlo. Um exemplo típico na génese deste tipo de situação decorre de fusões e aquisições entre empresas mediáticas, que, no entrelaçar de forças com poderes políticos com maior ou menor grau de implementação, fruto das necessidades destes em transmitirem determinado tipo de conteúdos políticos, suscita o necessário recurso aos *media* e a utilização de expedientes impositivos. Tais procedimentos “limitam a concorrência reduzindo a competição e a democratização da escolha para o consumidor, não apresentando qualquer tipo de mobilidade ideológica” (Curran, 2000a:131).

No âmbito das várias observações dos meios noticiosos, Curran (1996), recorda Sousa (2006), distingue as pressões existentes direccionadas do topo para a base e em sentido inverso. Na primeira situação, estão enquadradas como principais pressões as limitações de acesso ao mercado jornalístico, por via dos custos que estão associados à actividade; fenómenos de concentração de distintos meios de comunicação pertencentes ao mesmo grupo empresarial; orientação consensual do jornalismo para o centro político; orientação do jornalismo para os consumidores que permitam níveis de consumo mais elevados; actos de censura e auto-censura a eventuais ofensas contra entidades ou pessoas que publicitam nos órgãos de comunicação; rotinas e critérios de noticiabilidade com tendência para a exclusão de fontes menores ao campo noticioso; personalização de histórias centradas em indivíduos de projecção social mais elevada; condicionamento e acentuar da desigualdade de recursos dos

grupos que desejam ter acesso aos meios; acesso privilegiado das elites ao Estado. Entre as pressões ocorridas desde a base para o topo, Sousa (2006), enuncia: práticas culturais alternativas dos grupos sociais ditos dominados sem recurso aos principais meios de comunicação; pressões exercidas por grupos sociais de base; questões deontológicas do jornalista associadas à independência e autonomia da sua prática; capacidade e poder do consumidor na simples decisão de deixar ou não de adquirir produtos jornalísticos; capacidade de determinados grupos sociais de base em criarem os seus próprios órgãos jornalísticos. O autor não debate questões adjacentes às fontes de informação, porém, através da sua observação, verifica-se uma constante negociação entre quem promove as acções mediáticas e o redactor do conteúdo referente às mesmas, ainda que se verifiquem desigualdades, entre fontes, de acesso aos órgãos jornalísticos, em boa parte este facto decorre dos diferentes estatutos que têm perante dos jornalistas, apesar dos grupos sociais com menor capacidade dominadora não serem completamente excluídos, até porque a existência do seu espaço permite a própria afirmação de uma certa independência de acção.

No que ao enquadramento da sociologia do jornalismo diz respeito, Michael Schudson (2000 e 2003) define três abordagens decorrentes de um importante contributo dado em termos históricos. A *economia política* ou *political economy* constitui a primeira abordagem protagonizada por Schudson (2000), a qual coloca em idêntico patamar a propriedade dos meios jornalísticos, independentemente do titular da sua posse, Estado ou entidades privadas, e os conteúdos das notícias produzidas. Nesta perspectiva é igualmente integrada a influência que as novas tecnologias, caso dos computadores, detêm na diminuição dos custos de produção, reduzindo o número de ocupações profissionais, confinando as edições a uma maior ligeireza e atractividade para o público, devido à introdução de novas ferramentas de tratamento gráfico. Porém, Schudson lembra que a localização da ligação entre a política económica e as práticas jornalísticas nem sempre é fácil. “A ligação entre os proprietários das organizações noticiosas e a cobertura de notícias não é fácil de determinar – e está cada vez mais difícil pela mistura do público e pelos sistemas de propriedade comercial, a mistura e intersecção tem crescido de várias formas” (Schudson, 2000:178).

A *organização social* ou *social organization* provém da sociologia, em particular do estudo das organizações sociais, ocupações, profissões e da construção social de uma ideologia. Esta perspectiva tenta compreender a forma como os esforços dos jornalistas são constrangidos por orientações organizacionais e ocupacionais. A descrição da interacção existente entre jornalistas e fontes de informação (Santos, 2003a), conseqüentemente as rotinas produzidas pelos agentes mediáticos no terreno são contempladas na presente

abordagem. As fontes de informação, essas, são aqui desagregadas, sendo tipificadas como fontes poderosas e fontes possuidoras de menores recursos, logo com menor capacidade para aceder com frequência aos jornalistas e, simultaneamente, à arena mediática.

Por último, Schudson (2000) delimita a terceira abordagem em torno dos *contributos culturais* ou *cultural approach*. A notícia é tida, para além do facto de a mesma ser socialmente construída, como resultado de uma relação entre o acontecimento e um determinado sistema simbólico, o qual possui origens mais profundas, destacando-se o impacto que as tendências e transformações culturais apresentam no processo de construção de conteúdos noticiosos. “As três abordagens reconhecem que as notícias são formas de cultura. É um género estruturado, um conjunto de géneros, a respeito da relação entre significado - elaboração. As notícias são um material produzido com dimensões políticas, sociais e culturais que permitem compreender a sua produção, distribuição e apropriação pelas audiências” (Schudson, 2000:177). A observação das vastas realidades sociais específicas da produção noticiosa, nas quais ocorre a interligação das fontes de informação com jornalistas, editores, estados de espírito concorrenciais do profissionalismo inerente aos jornalistas, ao mercado e às tradições culturais são essenciais para a consolidação das opções de escrita das quais resulta o conteúdo final. Schudson (2000) sublinha ainda o lado cultural da sociologia do jornalismo, frisando a obrigatoriedade de aprofundar os estudos dos aspectos organizativos dos *media* em termos estruturais e funcionais.

Entre os vários estudos centrados no jornalismo e que procuram uma reflexão em torno de uma percepção da verdadeira essência das notícias encontramos o contributo dado por Traquina (2002), o qual apresenta cinco teorias explicativas – *teoria do espelho*, *teoria de acção pessoal*, *teoria organizacional*, *teorias de acção política* e as *teorias construtivistas* – que visam responder a algumas questões sobre a génese dos conteúdos produzidos. No fundo, a procura de resposta para interrogação sobre o porquê das notícias serem como são. Sem exceptuar determinados pressupostos e princípios inerentes à complementaridade que oferecem, as teorias propostas representam um quadro e elucidação de boa parte do que está por detrás da prática jornalística, sendo que alguns desses mesmos procedimentos resultaram, como vimos, em alguns casos paradigmáticos na história do jornalismo.

A realidade é reflectora na notícia elaborada. As notícias só o são verdadeiramente porque há uma realidade que as fundamenta e delimita, determinando o conteúdo das mesmas. Quando Traquina (2002) defende que o jornalista é um “comunicador desinteressado”, agente sem interesses particulares ou específicos que tenha de defender ou que o desviem de um rumo, uma missão, de cariz informativo na procura da verdade,

independentemente dos efeitos que tal comportamento possa acarretar, está a lembrar um arquétipo que marcou metade do século XX e que legitimou uma ideologia própria da acção do campo jornalístico, defensora de uma relação epistemológica com a realidade dos factos, inócua de transgressões entre realidade e ficção (Gomes, 2009). “O papel do jornalista é definido como o do observador que relata com honestidade e equilíbrio o que acontece, cauteloso em não emitir opiniões pessoais” (Traquina, 2002:75). Aqui, encontramos o ponto de partida para a *teoria do espelho*, a qual emerge como uma matriz de valores e normas caracterizadoras do profissionalismo jornalístico, dado que a credibilidade e legitimidade dos jornalistas são sustentadas pela convicção social de imparcialidade nas acções que os movem, centradas na recolha de informações, relato de factos, mediação e reprodução de acontecimentos em formato noticioso, reflectindo a realidade.

“O *ethos* dominante, os valores e as normas identificadas com um papel de árbitro, os procedimentos identificados com o profissionalismo, levarão a que dificilmente os membros da comunidade jornalística aceitem qualquer ataque à *teoria do espelho*, porque a legitimidade e a credibilidade dos jornalistas estão assentes na crença social de que as notícias reflectem a realidade, de que os jornalistas são imparciais devido ao respeito das normas profissionais e de que asseguram o trabalho de recolher a informação e relatar os factos, sendo simples mediadores que ‘reproduzem’ o acontecimento nas notícias. Certamente, as notícias são um produto centrado no referente, onde a invenção e a mentira são violações das mais elementares regras jornalísticas. Assim, o referente, ou seja, a ‘realidade’, não pode deixar de ser um factor determinante do conteúdo noticioso. Mas a *teoria do espelho*, intimamente ligada à própria legitimidade do campo jornalístico, é uma explicação pobre e insuficiente, que tem sido posta em causa repetidamente em inúmeros estudos sobre o jornalismo, e, na maior parte dos casos, sem qualquer intuito de pôr em causa a integridade dos seus profissionais” (Traquina, 2002: 76-77).

A verdade é que as notícias que navegam no espaço público são resultado de um conjunto de procedimentos e expedientes organizacionais decorrentes da interacção humana, delimitados pelos métodos de recolha informativa, fontes de informação contactadas, objectivos e necessidades subjacentes às organizações, géneros e recursos noticiosos. É evidente que a notícia não é única e exclusivamente um reflector da realidade, sobretudo de forma exacta, assim como não retracta as várias influências exógenas que sofre via motivações fora do âmbito noticioso, em concreto do poder dominantes, fruto dos acontecimentos promovidos e que, muitas vezes, dão azo a uma percepção distorcida e dúbia dos factos em causa.

Consequentemente, perante a constatação de que as notícias têm na sua natureza algo mais do que o simples facto ou realidade, surgiram os primeiros estudos empíricos com o intuito de debater a forma como o processo de selecção de notícias era executada, ao qual não foram retirados os constrangimentos organizacionais que tendem a condicionar a acção. A teoria da *acção pessoal* ou teoria do *gatekeeper*, defendida por David Manning White (1999) nos anos 50 do século passado é um bom exemplo dos empirismos emanados. Na sua base está a análise do conceito de *gatekeeper*, outrora definido e exposto pelo psicólogo social Kurt Lewin (1947) a respeito do processo decisório de acções domésticas referentes à aquisição de alimentos.

White (1999) entende que a notícia é produto final de uma actividade sistémica dos canais de comunicação percorridos, os quais condicionam o resultado final da mesma, formando-se assim o que Lewin (1947) nomeou de *gates*, os quais eram regidos por momentos de decisão ou pelo poder da figura do *decisor*. “Nesta teoria, o processo de produção da informação é concebido como uma série de escolhas onde o fluxo de notícias tem de passar por diversos *gates*, isto é, ‘portões’ que não são mais do que áreas de decisão em relação às quais os jornalista, isto é o *gatekeeper*, tem de decidir se vai escolher essa notícia ou não. Se a decisão foi positiva, a notícia acaba por passar pelo ‘portão’; se não for, a sua progressão é impedida, o que na prática significa a sua ‘morte’, porque a notícia não será publicada, pelo menos, nesse órgão de informação. [...] A conclusão de White (1999) é que o processo de selecção é pessoal e arbitrário; as decisões do jornalista eram altamente subjectivas e dependentes de juízos de valor baseados no conjunto de experiências, atitudes e expectativas do *gatekeeper*” (Traquina, 2002: 77-78). Esta concepção limitada do trabalho jornalístico, tomando por base, apenas, o conceito de selecção, resulta do estudo de White (1999) em que observou a forma como um editor, num pequeno jornal norte-americano, agia perante a escolha e produção de notícias, particularmente no modo como estas eram rejeitadas ou não, obedecendo a elevada componente da subjectividade. Recorda Santos (2003:15) a propósito, “as razões de rejeição de uma notícia tinham explicações pessoais próprias, tais como: sem espaço, assunto muito batido ou mal escrito, propaganda, material usado por outra agência noticiosa, manchete no dia anterior”.

Uma abordagem distinta foi apresentada por Warren Breed (1999), a qual entendia e enquadrava o jornalista no contexto da organização em que estava inserido, lembrando a preponderância dos constrangimentos organizacionais, e os seus reflexos, perante a actividade profissional do jornalista. A edificação da teoria organizacional deve, no entanto, para o autor ser dividida em duas classes, a que era constituída pelos directores, abrangendo, por exemplo,

os editores, e uma classe que lhe era subordinada, formada por repórteres, responsáveis pela reescrita, revisores, entre outros. “Os principais dirigentes das organizações convencionais são os artifices de uma política empresarial, mas também têm de se assegurar de que o conformismo, em relação a essa política, se mantém nos níveis mais baixos” (Breed, 1999:152). No fundo, as notícias aqui são tidas como um espelho da metodologia de interacção social existente no seio de uma empresa jornalística, em que o trabalho do jornalista transita a totalidade da cadeia em funções na organização, no que aos superiores hierárquicos diz respeito, eles que detêm poderes e instrumentos de controlo do produto noticioso. Estamos, assim, perante uma teoria cujo epicentro se localiza na interacção processual de uma necessária socialização organizacional, dependente e ratificada pela cultura que a organização detém, impondo-se com naturalidade à cultura profissional do jornalista, relegando-a para um segundo plano de acção e influência.

Breed (1999) identifica seis motivações para a situação anteriormente explicitada, as quais fomentam um certo conformismo face à política editorial da organização ou, em sentido inverso, atritos que, no limite, podem ser nefastos para os próprios jornalistas, sendo focos de instabilidade relacional no seio da organização. A saber: 1) A autoridade institucional e as sanções que podem ser impostas aos jornalistas; 2) Os sentimentos de obrigação e de estima para com os superiores; 3) As aspirações de mobilidade dos jornalistas, já que a ambição em ocupar lugares de destaque ou chefia é impeditiva de evolução na carreira dentro do próprio jornal, uma vez que posições opostas ao nível da orientação e critérios editoriais são ameaças à evolução desejada; 4) A ausência de grupos de lealdade em conflito; 5) O prazer da actividade; 6) As notícias como valor máximo e de busca incessante contrapondo com horas de fecho, aumentando assim o repto ao jornalista e incrementando a harmonia na relação jornalistas/direcção.

Ora, perante o reconhecimento que a implementação do determinismo da organização é de difícil execução, aspecto decorrente da natureza da profissão, à qual se juntam as condições mínimas para que a independência do jornalista no desempenho da sua actividade seja uma certeza, o sociólogo norte-americano elenca cinco factores ou formas de iludir o controlo imposto pelas organizações, contornando os seus procedimentos de dominação ou, como frisa Breed (1999), “ditatorialismo”. 1) As normas editoriais nem sempre são claras e concisas, primando pela ausência, na maioria dos casos, de estruturação e organização, potenciando o evocar da carência de objectividade; 2) Os jornalistas subordinados aos directores podem, através dos seus conhecimentos, subverter a política editorial, decidindo, por exemplo, quem entrevistar em determinado momento, que citações deve retirar ou que

ordenação e realce a dar face a alguns aspectos apurados no trabalho jornalístico; 3) Caso a política editorial de um jornal não der o destaque desejado a uma boa informação, ou história, recolhida ou apurada pelo jornalista, este poderá publicá-la através de um jornalista amigo em outro jornal e, posteriormente, apresentá-la à sua chefia como um assunto de relevância, que não pode ser menosprezado; 4) O jornalista, até certa medida, tem a capacidade de seleccionar que conteúdos podem ser seguidos ou ignorados, no decurso da sua *beat story*, ou seja, ronda habitual na procura de informações, que executa diariamente. Por outro lado, o jornalista terá igualmente maior autonomia se a notícia ou história foi iniciada pelo próprio; 5) O estatuto do jornalista, dentro da estrutura, quanto mais elevado for, maior capacidade terá para transgredir e torner a política editorial do meio de comunicação em que está inserido. Breed (1999) conclui, segundo Traquina (2002), que, independentemente do controlo exercido pela organização em que o jornalista está inserido, bem como do conformismo que invade a acção do referido profissional, a linha editorial da empresa é geralmente seguida. “A fonte de recompensas do jornalista não se localiza entre os leitores, manifestamente os seus clientes, mas entre os colegas e superiores. Em vez de aderir a ideais sociais e profissionais, o jornalista redefine os seus valores até ao nível mais pragmático do grupo redactorial” (Traquina, 2002:84).

Integrando a sequência empírica de Breed (1999), Edward Jay Epstein (1973) defende que a notícia é consequência de um conjunto de procedimentos organizacionais, os quais são particularmente notórios perante a ocorrência de acontecimentos imprevistos. Por isso mesmo, lembra Santos (2003a:17), para Epstein (1973) “a notícia preenche as expectativas previstas de ocorrência de acontecimentos, mas, em vez de registar o fluxo de acontecimentos numa sequência histórica, a notícia segue linhas determinadas, feitas para moldar expectativas. Os processos organizacionais revelam-se com nitidez aquando um acontecimento imprevisto. A direcção de notícias procura canalizar [acontecimento] para edições especiais de notícias ou conduz a informação para o horário habitual, para evitar gastos imprevistos com a cobertura de tal evento e eliminar espaços publicitários já alocados nos horários”. Esta observação resulta do estudo e observação do investigador dos noticiários da televisão, numa época em que a reflexão da realidade nas notícias era considerada paradigmática no fenómeno jornalístico. Basicamente, segundo Epstein (1973), a notícia surge como um preenchimento das diversas expectativas geradas sobre o modo como ocorrem determinados acontecimentos, o que não colocam uma ordenação histórica no encadeamento noticioso, dado que este é marcado pela linha referente à cadeia de expectativas geradas. A perspectiva conceptual de Epstein (1973) é ainda delimitada pela assumpção dos valores

económicos em redor dos *media* e acontecimentos, bem como pelo carácter prévio das decisões editoriais, que formulam a cobertura, excluindo ou não o acompanhamento de um evento, em função do valor notícia que o mesmo representa para a sociedade, claro, para a arena mediática.

O emergir de uma nova fase nos estudos a partir da década de 1970, sobretudo vinculada pela ideologia, expressa nos inúmeros estudos sobre o jornalismo, aos quais surgiram associadas perspectivas e abordagens inovadoras, moldou e alargou o âmbito e respectiva natureza das preocupações que os estudos noticiosos reflectiam (Tuchman, 1991). Estes focalizaram-se no nível social, em particular nas consequências e factos decorrentes do papel desempenhado pelas notícias na sociedade, abdicando assim dos conceptualismos em que o indivíduo ou organização estavam no centro das observações. É neste quadro que surgem os *estudos da parcialidade*, centrados na ideia de que só a realidade deveria ser reflectida nas notícias, as quais deveriam ser avessas a qualquer tipo de distorção dos factos a que essas mesmas notícias se reportam. Nelson Traquina (2002) recorda que foram inúmeros os estudos que terminaram com conclusões diferentes e diametralmente distintas. Efron (1971), Kristol (1975) e Lichter (1986), por exemplo, argumentam que os jornalistas são elementos constituintes de uma nova classe com vastas e claras parcialidades políticas que modificam as notícias com o intuito de propagar opiniões anticapitalistas. Diferente é a abordagem de Herman e Chomsky (1988), os quais sustentam que a cobertura noticiosa, promovida pelos meios de comunicação norte-americanos, da repressão exercida sobre o denominado “Terceiro Mundo” e do papel do seu governo em tal repressão, é distorcida pela dependência dos *media* face às conveniências e ópticas das elites políticas e económicas da sociedade norte-americana.

Perante este conceptualismo, os *media* são enquadrados e observados de uma forma puramente instrumentalista, devido à subserviência face a interesses políticos, isto sem que os mesmos sejam objectivados em função de duas versões políticas distintas, representativas dos lados partidários existentes nos panoramas políticos. Assim, na versão de esquerda, os *media* são tidos como meios de manutenção do sistema capitalista, ou, quanto muito, instrumentos de ajuda a tal desiderato. Já a versão de direita advoga um comportamento distinto para os *media*, enaltecendo a sua capacidade de colocarem em causa, precisamente, o capitalismo. Seja como for, as notícias são, mediante esta perspectiva, exemplos de distorções sistémicas decorrentes das influências político-partidárias do conjunto de agentes sociais, que procuram utilizar o impacto dos meios noticiosos para projectarem as suas ideologias, acções e intenções nas sociedades.

No seio da corrente radical, particularmente a perspectiva esquerdista já mencionada, Herman e Chomsky (1988) e McChesney (1997) merecem destaque pelo estudo efectuado sobre o conteúdo noticioso dos *media*, elaborando no seguimento do mesmo o *modelo de propaganda* ou *propaganda framework*, o qual prevê, retratando, a manipulação das mensagens transmitidas por via da acção dos meios noticiosos, estes subservientes aos interesses e desígnios da classe social que exercer domínio. Os autores entendem, assim, que a cobertura de um determinado acontecimento ou evento é tratada pelos meios de comunicação social como uma campanha publicitária de cariz maciço, o qual ofusca e não contempla a autonomia dos jornalistas na prática diária de reportar os factos em causa e suas implicações. É igualmente no decurso dos estudos de Halloran et al. (1970), Elliott (1977, 1978) e Murdock (1990), que é recordado outro pressuposto inerente ao *modelo de propaganda* que decorre de uma análise das questões económicas e políticas associadas aos *media*, fundamentalmente no que diz respeito ao impacto dos interesses económicos e políticos nos conteúdos noticiosos produzidos pelos jornalistas e, conseqüentemente, divulgados pelas organizações em que estão inseridos.

Para Herman e Chomsky (1988), os próprios meios noticiosos, por via dos subsídios recolhidos e recebidos dos poderes económicos e sociais predominantes no contexto social, são, face aos conteúdos que transmitem, alvo de uma manipulação por parte desses mesmos grupos socioeconómicos aglutinadores de influência, que, implicitamente, têm maior capacidade para controlar agendamentos, enquadramentos e fluxos noticiosos sobre determinado assunto que possa ser contrário aos interesses instalados. Este facto apresenta, para os autores, implicações notórias na utilização dos próprios recursos dos *media*, que são, muitas vezes, confinados a lugares ditos de permanência, ricos em eventos anunciados e pré-determinados, tais como, a exemplo, as conferências de Imprensa. O jornalista é assim tratado como um peão no xadrez comunicativo (Gomes, 2009), limitado nas perspectivas enquanto profissional na selecção objectiva do que deve constar no conteúdo a noticiar. Os expedientes utilizados contra próprios *media* para a prática do modelo exposto por Herman e Chomsky (1988) são amiúde justificados como resultado de movimentos internos, decorrentes de reestruturações organizacionais e tecnológicas regulares, bem como por pressões externas fundamentadas por valores comerciais, aspectos que retiram neutralidade e rigor ao processo produtivo da notícia, dando azo a rotinas que implicam a sobreposição dos valores económicos e políticos das elites com regularidade.

Perante isto, Herman e Chomsky (1988) enumeram cinco factores explicativos da reprodução permanente da ideologia reflectida pelo poder dominante, indo ao encontro da

repressão jornalística às mãos do capitalismo sistémico, ou seja: 1) A estrutura de propriedade dos *media*; 2) A sua natureza capitalista, isto é, a procura do lucro e a conseqüente importância da publicidade; 3) A dependência dos jornalistas das fontes governamentais e do mundo empresarial; 4) As acções punitivas dos poderosos; 5) A ideologia anti-comunista dominante entre a comunidade jornalística norte-americana. Herman e Chomsky advogam que as ligações entre os *media*, o mundo dos negócios e o governo são marcadas por influências ideológicas subtis, pelo que as empresas acabam por estar intrinsecamente dependentes da publicidade e dos rendimentos que dela provêm, sobretudo de organizações, também elas, vinculadas por laços pessoais e comerciais. É neste quadro que os autores concluem que o campo jornalístico é uma tipologia de arena fechada, caracterizada pela reprodução de opiniões que são favoráveis aos capitalistas e à sua perspectiva socioeconómica dos acontecimentos.

Em Inglaterra, várias escolas dedicaram aos seus estudos mais relevantes à corrente *radical* ou *neomarxista* como são os casos da escola de Leicester⁵⁷ e da escola de Birmingham⁵⁸. Na base da corrente está a perspectiva de que os meios jornalísticos actuam de acordo com uma subjugação aos interesses económicos e políticos de uma classe social dominante, ávida de impor a sua ideologia face a outras que possam surgir no contexto mediático. A génese proveniente de uma matriz marxista (Marx, 1970), centra-se no conceptualismo de que um sistema capitalista utiliza os *media* como agentes comunicativos ao serviço do poder económico, tornando-os assim intimamente ligados ao campo de conflito social, no qual as forças presentes mostram oposição de poderes e virtudes.

Por sua vez, no *Leicester Centre for Mass Communication Research* verificou-se uma preponderância empírica centrada nas influências que o Estado, tal como as estruturas e lógicas do próprio mercado, detinham na produção noticiosa. Halloran (1970), Elliott (1970, 1977) e Murdock (1990, 2000) – figuras históricas e centrais do *Leicester Centre for Mass Communication Research* – contribuíram com os seus estudos para o desenvolvimento teórico

⁵⁷ Rivalizou com o centro de estudos de Birmingham, centrando a sua investigação em torno da interpretação económica e política, nomeadamente no debate das influências indirectas exercidas pelo Estado e pela lógica de mercado na formulação de conteúdos noticiosos. Esta vertente económica estaria precisamente na base da rivalidade entre ambos os centros de investigação.

⁵⁸ Denominado *Birmingham Centre for Contemporary Cultural Studies*, foi criado em 1964 por Richard Hoggart, Raymond Williams, Edward Thompson e Stuart Hall, e dedicou especial atenção às práticas e formas das instituições culturais e ao seu relacionamento com uma sociedade em constante mudança social. Este centro problematizou as questões mencionadas, tendo por base as concepções marxista, estruturalista e semiótica oriundas da escola de Frankfurt, abrangendo ainda aspectos ligados a desvios e subculturas estudados pela escola de Chicago.

do centro inglês de investigação. Os referidos investigadores observaram a cobertura noticiosa dos acontecimentos sucedidos, em Outubro de 1968, em Londres, aquando de uma manifestação contra a guerra no Vietname, possibilitando o desvendar da forma como a quantidade e importância da referida cobertura se alterou na exacta medida em que o acontecimento se aproximava da sua ocorrência. Para tal, os autores socorreram-se de um quadro de análise, elaborado pelos próprios, em que foi definido o que é a notícia, o acontecimento e a forma como é reproduzido pelos vários jornais, isto, sem esquecer o enquadramento dado por cada um dos meios de comunicação em causa. Elliot (1977, 1978) dissecou as profissões nos *media* através de um acompanhamento de equipas de séries televisivas e concluiu que os jornalistas, actores ou produtores desenvolvem uma profissão, ofício ou ocupação, sendo que o seu profissionalismo tinha como base competências como a exactidão de factos, rapidez decorrente do aperto pelo factor tempo relacionado com os fechos das edições, estilo de apresentação e, ainda, o sentido de partilha de ocasionados valores-notícia.

Ao longo dos anos a teorização em torno dos aspectos relacionados com a economia política dos *media* prosseguiram, englobando as problemáticas em torno da propriedade e controlo da indústria jornalística, assim como as relações entre o trabalho e o capital no seio do jornalismo, com reflexos no panorama social. Integrado nesta vertente teórica, como vimos, Murdock (1990) advoga a presença de estratégias concertadas de exercício do controlo no seio dos meios noticiosos, algo evidente no facto dos proprietários dos *media* denotarem propensão para a regulação dos resultados noticiosos através de uma intervenção directa no trabalho diário dos jornalistas integrados na estrutura que dirigem, em particular através da imposição de objectivos globais, condicionadores de uma linha editorial imparcial. No entanto, Murdock (1990) lembra que tal influência é indirectamente extensiva aos *media* não controlados economicamente, por via da promoção de acções e políticas de concorrência, assim como pela criação de interesses de grupos e concentrações industriais verticais ou horizontais, algo evidente nos dias que correm no panorama mediático quotidiano. É neste quadro económico que assumem preponderância alguns procedimentos e acções económicas como a privatização, liberalização, comercialização ou desregulação.

Voltando ao *Birmingham Centre for Contemporary Cultural Studies*, destaque para Stuart Hall (1999) que, a par de um conjunto de investigadores, assumiu a defesa de uma visão *marxista*, na qual os *media* são instrumentos que potenciam a reprodução da ideologia dominante das elites. É neste contexto que Stuart Hall et al. (1999) apresentam o conceito de *primeiro definidor*. Observados como actores numa disputa ideológica pela hegemonia de uma

classe dominante, os *media* surgem como agentes ao serviço da manutenção de uma primazia dos valores preconizados, suportando estratégias não lineares de poder e dominação (Sousa, 2006). Os acontecimentos adquirem um contexto de envolvências de índole cultural, denominadas e enquadradas como *mapas culturais do mundo social*, que viabilizam o atribuir de sentido aos acontecimentos invulgares, e imprevisíveis que são os pressupostos inerentes ao que é *noticiável*. “As coisas são *noticiáveis*, porque elas representam a volubilidade, a imprevisibilidade e a natureza conflituosa do mundo. Mas não se deve permitir que tais acontecimentos permaneçam no limbo da *desordem* – devem ser trazidos aos horizontes do *significativo*. Este trazer de acontecimentos ao campo dos significados quer dizer, na essência, reportar acontecimentos invulgares e inesperados para os *mapas de significado* que já constituem a base do nosso conhecimento cultural, no qual o mundo já está *traçado*. A identificação social, classificação e contextualização de acontecimentos noticiosos em termos destes quadros de referência de fundo constitui o processo fundamental através do qual os *media* tornam o mundo a que eles fazem referência inteligível a leitores e espectadores. Este processo de *tornar um processo inteligível* é um processo social – constituído por um número de práticas jornalísticas específicas, que compreendem (frequentemente só de modo implícito) suposições cruciais sobre o que é a sociedade e como ela funciona” (Hall et al. 1999:226).

Hall et al. (1999) enquadram o *primeiro definidor* como a opinião proveniente das fontes poderosas e que os jornalistas assumem, conseqüentemente, um papel secundário, motivadas muitas vezes por pressões internas de produção jornalística, orientações para a imparcialidade, equilíbrio e objectividade. Neste quadro, a autonomia inerente à acção jornalística face à organização em que os jornalistas estão inseridos, está condicionada pela preeminência económica e política da classe dominante, a qual altera o pressuposto de autonomia, modificando a essência do mesmo, dando visibilidade reflectora às estruturas de poder nos meios noticiosos, traduzida no controlo editorial, com expressão nas rotinas organizacionais e nos valores-notícia utilizados ou determinados pelos *media* no seu agendamento.

Apesar de Hall et al. (1999) reconhecerem uma “relativa” autonomia dos jornalistas face às organizações noticiosas, não deixando de defender que a opinião proveniente das fontes poderosas ou oriundas da classe dominante se traduz na figura do *primeiro definidor*, constituído por fontes governamentais e responsáveis patronais (dirigentes sindicais e peritos), vários autores contestam os pressupostos enunciados pelo facto do modelo apresentado ser demasiado estruturalista, como lembra Jorge Pedro Sousa (2006), uma vez que admite pouca autonomia aos jornalistas na definição dos sentidos de acontecimentos, reduzindo o recurso a

fugas de informação ou iniciativas jornalísticas na procura de informações jogo de fontes. “Além disso, embora o acesso aos meios jornalísticos seja socialmente estratificado, Hall et al. (1999) ignoram o facto de, por vezes, existirem definidores semelhantes que têm visões diferentes sobre os acontecimentos e competem entre si pela atribuição de sentidos para esses mesmos acontecimentos. Esta situação compartilha com a esfera de autonomia jornalística a responsabilidade pelo alargamento do campo negocial onde se joga o sentido do acontecimento” (Sousa, 2006: 276).

No âmago da investigação existente em torno do jornalismo, Nelson Traquina (2002) recorda a assumpção do paradigma das notícias enquanto construção, em concreto a partir dos anos 70 do século passado e que esse facto se constituiu como um ponto de mudança, como aponta: “Com a emergência de um paradigma totalmente oposto à perspectiva das notícias como *distorção* e que também põe em causa directamente a própria ideologia jornalística e a teoria das notícias como *espelho* da realidade. O ponto essencial de discordância entre estas duas perspectivas reside precisamente na tomada de posição por parte de cada perspectiva perante a ideologia jornalística. Nos estudos da parcialidade das notícias, a teoria das notícias como espelho não é posta em causa; nos estudos que utilizam a perspectiva das notícias como construção, a teoria é claramente rejeitada” (Traquina, 2002:94).

Deste modo, no entrelaçar epistemológico que perspectiva as notícias como resultado de um processo construtivo, recusando a ideia de as mesmas serem decorrentes de um espelhar da realidade, encontram-se três motivos para que esta concepção prevaleça: 1) A argumentação de que é inexequível a existência de uma diferenciação radical entre o que é efectivamente realidade e os *media* que, no decurso da sua actividade, devem reflectir essa mesma realidade, uma vez que as notícias são entendidas como formas e modos de construção da realidade; 2) A própria linguagem é entendida como não podendo funcionar enquanto transmissora directa de significados associados ao acontecimento em causa, dado que é entendido como impossível a utilização de uma linguagem verdadeiramente neutral mediante o decorrer dos acontecimentos; 3) Os *media* estruturam e delimitam, de uma forma geral, naturalmente, uma representação dos acontecimentos própria e característica, algo que é motivado por um vasto leque de pressupostos inerentes à organização do trabalho jornalístico, concretamente limitações do foro orçamental ou decorrente do modo como a própria rede noticiosa acede na resposta aos acontecimentos verificados e à imprevisibilidade pela qual os mesmos amiúde se caracterizam.

Entre os contestatários do modelo de Hall et al. (1999), destaque para Schlesinger (1990), que encarou o conceito de *primeiro definidor* como simplista e limitativo, dado que não prevê a disparidade de importância e relevância que determinada fonte pode ter em relação a outra ou outras. O autor acrescenta ainda que o facto ocorrer uma disputa entre fontes de informação pode igualmente gerar a duplicidade de *primeiros definidores*; por outro lado, o conceito, para Schlesinger (1990), não atendia às mudanças organizacionais e entendia que os meios noticiosos estavam subordinados à passividade de acções, sobretudo quando o recurso ao *off-the-record* ajuda a encobrir a identidade do *primeiro definidor*, frequentemente correspondente a uma *fonte oficial*.

Na sequência da teoria construtivista – variante interaccionista, a qual olha para as notícias como sendo um produto de um processo produtivo resultante de uma construção social, onde é necessário impor uma ordem no espaço e no tempo, Gaye Tuchman (1978) –, não existe necessariamente um definidor primário, mas, frequentemente, um processo de produção de notícia dominado pelas fontes oficiais. Nota ainda que o discurso da organização é sequência do estipular de objectivos intrínsecos a uma estratégia da estrutura mediática, que, por via da força e influência que detém, impõe perspectivas e rotinas jornalísticas, quando os jornalistas, esses, tendem a desviarem-se no sentido da autonomia profissional perante injunções, as quais tornam, para Tuchman (1978), as notícias numa amálgama reflectida de constrangimentos que expõe as estruturas institucionais.

Tuchman (1978), na sua abordagem empírica, compreende igualmente que o espaço, tempo e a tipificação das notícias são incómodos que limitam o campo de actuação dos jornalistas, avançando com a necessidade de as empresas de *media* formarem uma rede noticiosa que permita a cobertura de acontecimentos, sem prejuízos para a própria estrutura organizativa. Assim, no que ao espaço diz respeito, Tuchman (1978) aponta três estratégias que são seguidas em prol da ordenação espacial: 1) A territorialidade geográfica – as empresas jornalísticas procuram dividir o espaço, no qual efectuem a cobertura jornalística, em áreas de responsabilidade territorial em busca da amplificação das condições de captura noticiosa; 2) A especialização organizativa – as empresas concebem figuras de sentinela em determinadas organizações que, de acordo com determinados valores-notícia, produzem acontecimentos entendidos como sendo de carácter noticioso; 3) A especialização temática – motivada pela própria divisão por secções que visa o preenchimento ou ocupação de determinadas rubricas dentro do meio de comunicação, de modo a que a cobertura seja mais completa e conhecedora das matérias em causa.

Verifica-se assim uma ordenação espacial em função da ocorrência de acontecimentos organizados *a posteriori* de acordo com os valores-notícia de cada órgão. Esta sistematização da cobertura de um espaço possibilita a disseminação da mesma, num espectro tentacular, construindo socialmente a realidade, uma vez que o enquadramento que é dado à notícia é resultado invariavelmente do quotidiano social que se experimenta, o qual reflecte-se nos fragmentos seleccionados e alvos de negociação no seio da estrutura organizacional mediática, decorrente de diferentes multiplicidades de acções.

Consequente da observação e análise da redacção da BBC, o estudo de Jay Blumler e Michael Gurevitch (1995, 1999), a respeito do processo construtivo do noticiário eleitoral, na sequência das várias campanhas eleitorais ocorridas entre 1966 e 1992, conclui que a produção de comunicação política é complexa, devido à interacção que resulta do relacionamento existente entre jornalista e fonte de informação, o qual está dependente da conexão entre os mesmos. “A relação jornalista-fonte constitui uma interacção de dois conjuntos de actores dependentes, mas adaptáveis e ajustáveis. Daí, emergir uma *cultura partilhada*, aberta à interpretação da disputa e do conflito. A fonte política necessita do acesso aos meios noticiosos para transmitir mensagens, pelo que adapta as mesmas aos géneros noticiosos. Do mesmo modo, o jornalista desempenha plenamente a actividade de examinador político apenas com acesso ao político, na recolha de informação, notícias, entrevistas e comentários. A *cultura partilhada* inclui imparcialidade, objectividade, respeito pelos embargos, anonimato das fontes e confidencialidade no *off-the-record*” (Santos, 2003.26). A cultura partilhada, porém, não significa uma unicidade entre fontes e jornalistas, pois cada uma das partes envolvidas mantém os objectivos que preconiza, marcando o seu distanciamento quando sente necessidade de o fazer, colocando ao de cima os paradigmas presentes na relação entre as partes, concretamente o da *troca* e do *oponente*.

A *troca* pressupõe um interesse próprio dos envolvidos e explicita a manutenção de uma relação. Esta implica a existência de um equilíbrio no diálogo entre jornalistas e fontes de informação, que, a par da cooperação, irá conduzir a benefícios para ambos. O arquétipo do *oponente* caracteriza-se pelo escrutínio do discurso e comportamento da fonte de informação, que é suspeita de esconder a verdadeira história e o cerne da questão, uma vez que ela própria rege-se pelo receio do poder do jornalista em caso de uma confirmação de desconfiança fundamentada. A dúvida é notória e está na base deste paradigma. “O jornalista só questionará a retórica e o comportamento da fonte se eventualmente suspeitar da veracidade informativa transmitida, que tem habitualmente a tendência para relatar o que é mais significativo, originando um sentimento de receio na fonte, derivado do poder do

jornalista na transmissão da informação. Nesta perspectiva, são eliminadas as interferências no trabalho do jornalista, dada a incidência no relacionamento consensual entre ambas as partes, apesar de não existir uma unicidade de pontos de vista, até porque a própria orientação profissional dos jornalistas garante a representatividade política das várias perspectivas em confronto ideológico” (Gomes, 2009:27).

10. Outras perspectivas empíricas

Na retrospectiva que temos vindo a efectuar a respeito do relacionamento entre fontes de informação e jornalistas, outras perspectivas empíricas têm marcado os estudos sobre o jornalismo, como, por exemplo, a abordagem de Molotch e Lester (1999), que apresentam o conceito de *promotores de notícias* integrado num quadro sistémico que eleva a dinâmica e complexidade inerente ao jogo noticioso. O conceito proposto caracteriza as fontes de informação que procuram transformar um facto em acontecimento público, algo que simultaneamente é utilizado com o intuito de impedir que outros factos, geralmente nocivos ou negativos para quem promove, alcancem um estatuto elevado. “O trabalho de promover ocorrências ao estatuto de acontecimento público salta das *necessidades de acontecimento* daqueles que fazem a promoção. Ao contrário do caso dos acontecimentos privados, implica uma vivência da experiência para um grande número de pessoas. Este impacto público significa que o efeito multiplicador social do trabalho daqueles que criam notícias para públicos é muito maior que o efeito das pessoas que criam notícias para elas próprias e os seus homólogos mais chegados” (Molotch e Lester, 1999:37).

Neste contexto, Molotch e Lester (1999) identificam três categorias distintas de pessoas que se posicionam especificamente na arena mediática em função da prática jornalística: 1) Os *promotores da notícia* ou *news promoters*, que centralizam a sua acção na ocorrência dando-a como especial, com base em algo que seja valorativo para expor a outros; 2) Os *profissionais dos media* ou *news assemblers*, que trabalham essas mesmas ocorrências em acontecimentos públicos, divulgando os mesmos através das suas organizações; 3) Os

consumidores de notícias ou *news consumers*, que assistem a determinados acontecimentos disponibilizados pelos *media*, sendo o público-alvo e os leitores dos relatos expostos.

A *necessidade de acontecimento* é outro dos conceitos anunciados pelos autores, necessidade, essa, que é comum aos *promotores das notícias* e aos jornalistas, sustentando e fortalecendo as relações entre os dois grandes grupos presentes no palco público. “Para que um facto adquira a dimensão de acontecimento público é necessário assegurar a ‘colaboração’ dos jornalistas. No intuito de atingirem os seus objectivos, os *news promoters* tendem a aproveitar as rotinas vigentes nas organizações noticiosas. Os *promotores de notícias* mais poderosos conseguem, inclusivamente, alterar essas rotinas produtivas a seu favor. Os *news media* agem, conseqüentemente, no sentido da manutenção de uma espécie de hegemonia ideológica no meio social” (Sousa, 2006:274-275).

A respeito dos *promotores*, Molotch e Lester (1999) contemplam duas variáveis que explicitam a natureza da acção deste grupo: 1) A intencionalidade que evidenciam na promoção ou na prevenção de determinadas ocorrências, de modo a torná-las acontecimentos públicos; 2) A identidade do *promotor* implica a distinção entre o *executor* e o *informador*. O *executor* é aquele que faz o acontecimento, participando activamente no mesmo; já o *informador* é aquele que não participou no acontecimento, no entanto assume o papel de informar os *media* dos moldes em que a ocorrência se verificou.

No contributo dado pelos autores, encontramos igualmente a tipificação dos acontecimentos públicos por via das circunstâncias do trabalho de promoção que os põe à disposição dos vários públicos. Os *acontecimentos de rotina*, uma realização intencional pelo actor ou executor; o *acidente*, algo não intencional; o *escândalo*, uma ocorrência intencional revelada pelo informador; e, por último, a *serendipity* (descoberta ocasional), um acontecimento pouco frequente. Entre os *acontecimentos de rotina*, os quais são distinguidos pelo *happening* subjacente baseado em realizações intencionais e pelo facto dos responsáveis encarregues desse mesmo *happening* serem os mesmos que fazem a promoção desses acontecimentos, são diferenciados três subtipos de rotina: 1) Aqueles em que os promotores do acontecimento têm acesso habitual aos *news assemblers*; 2) As ocasiões em que os promotores de um acontecimento tentam perturbar o acesso de rotina de outros aos *news assemblers* com o objectivo de darem origem a acontecimentos próprios; 3) Os acontecimentos em que o acesso é resultado da coincidência de os promotores e *news assemblers* serem os mesmos.

Dentro deste quadro, Molotch e Lester (1999) distinguem três tipos de acesso: 1) O *acesso habitual*, que verifica-se quando um determinado indivíduo ou grupo está de tal forma localizado que as necessidades intrínsecas de acontecimento combinam, habitualmente, com as actividades de produção jornalística do pessoal dos meios de comunicação social; 2) O *acesso disruptivo*, que se centra naqueles que necessitam de aceder à produção de acontecimentos e pretendem contribuir para a experiência pública contando com a disrupção, pois precisam de “fazer notícias”, entrando em conflito e perturbando as rotinas normais de produção noticiosa. Acções, essas, que geram surpresa e provocam agitação. Por esta via, os menos poderosos perturbam o mundo social com o intuito de alterarem as formas habituais de produção de acontecimentos; 3) O *acesso directo*, apenas reservado aos jornalistas que exercem o seu poder na capacidade de elaborar reportagens ou trabalhos de investigação jornalística a desenvolver.

Ainda integrado dentro da tipificação de acontecimentos públicos, encontramos os *acidentes*, os quais diferem de um acontecimento de rotina pelo facto do *happening* que lhe está subjacente não ser intencional e, por outro lado, porque os promotores enquanto acontecimento público diferirem daqueles cuja actividade esteve na origem do próprio acontecimento. “No caso dos acidentes, as pessoas empenham-se numa actividade intencional que leva a *happenings* imprevistos que são promovidos e transformados por outros acontecimentos. Os acidentes residem assim nos cálculos errados que levam à quebra da ordem habitual” (Molotch e Lester, 1999:47). Já os *escândalos*, que pressupõem uma ocorrência que se transforma num acontecimento por via da actividade intencional de indivíduos, denominados *informadores*, que não partilham as estratégias de produção de acontecimentos dos *executores* das ocorrências. Neste caso, a promoção não é executada pelos que deram origem ao *happening*, ao contrário de um acontecimento de rotina. O quarto tipo de acontecimento, a *serendipity*, descoberta ocasional ou feliz acaso, apresenta características de acidente e rotina, porém o *happening* subjacente não é planeado e, por vezes, passa despercebido e até imperceptível aos elementos dos públicos. “Exemplos de acontecimentos deste tipo são difíceis de aparecer porque uma das suas características é a de que o *effector/promotor* dissimula-o de modo a fazê-la parecer uma rotina. Os heróis autopromovidos são talvez uma variante daqueles que produzem os acontecimentos *serendipity*: leva-se a cabo inadvertidamente um acto que resulte no cumprimento de uma tarefa corajosa e socialmente desejada. Assim, através da auto promoção (ou, pelo menos, da aprovação tácita), converte-se um acidente num acto deliberado” (Molotch e Lester, 1999:49). A sistematização proposta pelos autores abriu caminho para a

conceptualização da teoria interaccionista aplicada ao jornalismo, a qual é desenvolvida por Gaye Tuchman (1978, 1999, 1999a) e Mark Fishman (1980), apesar de esta ser encarada como inacabada, dado que não esclarece o papel assumido pelo jornalista no que à aceitação e divulgação dos acontecimentos propostos pelas fontes de informação, nem contempla o acesso que os grupos discordantes dispõem no processo inerente à divulgação de uma ocorrência, bem como da importância que uma fuga de informação poderá ter em eventuais vantagens ou prejuízo para outro tipo de fontes de informação.

Jeremy Tunstall (1971), num estudo efectuado com base na observação de correspondentes, distinguiu a organização jornalística, considerando que esta é exclusivamente formada por jornalistas que procuram informações, com base em casos excepcionais, de uma forma não lógica, sistemática e analítica, de uma organização mediática, a qual denota a presença de uma estrutura hierarquizada e de rotinas, com preocupações como a produção, distribuição, lucro e prestígio da organização no panorama mediático em que está inserido na sociedade. O autor advoga igualmente que é notória a existência de uma eventual organização das próprias fontes de informação, que, entre si, podem assumir a função de concorrentes e cooperantes, provocando uma interacção e troca, estando, tal como as organizações noticiosas, expostas aos constrangimentos impostos pelas organizações opositoras, pelos clientes que possuem ou pelas audiências.

Neste sentido, Tunstall (1971), no âmbito da observação organizacional efectuada, enumera mais duas distinções conceptuais, classificando os jornalistas. Por um lado, o que procura a recolha de informações junto das fontes de informação, por outro, o jornalista que actua com base numa orientação do trabalho que produz para as audiências, limitando-se ao espaço físico das redacções para o desenvolvimento do mesmo. O autor verifica e estabelece um debate em torno da relação entre concorrente e colega, na qual os especialistas de outros meios noticiosos olham os colegas de profissão como parceiros de ofício, prestando ajuda na acção que desenvolvem, sobretudo, quando estes se vêm em dificuldades, reduzindo a eventual crítica ao autor, como consequência do intercâmbio que dissimula falhas no processo de construção noticioso.

O *Glasgow University Media Group* (1998), por sua vez, potenciou a realização de vários estudos que agregam a teoria organizacional, a crítica ideológica e as análises da linguagem para dissecar as notícias produzidas pela televisão britânica. Nesse contexto, analisando as notícias televisivas sobre VIH-Sida, os investigadores integrados no grupo de investigação britânico, verificaram a existência de uma multiplicidade de factores que determinam as estratégias das fontes na interacção com os meios noticiosos, nomeadamente

em função das suas agendas. Assim, é destacada, por exemplo, a desconfiança de algumas fontes, em concreto os técnicos de saúde, perante as notícias apresentadas, bem como as tentativas de controlo exercidas pelos departamentos governamentais sobre outros, num constante jogo. Constatou-se igualmente que algumas fontes oficiais, quando impedidas de proferir determinadas afirmações, recorrem a outras organizações, sobretudo, não oficiais, as quais possuem, naturalmente, maior liberdade para agir no campo mediático, onde vagueiam múltiplos intervenientes. No fundo, como refere Jorge Pedro Sousa (2006:433), “o *Glasgow University Media Group*, a partir do pressuposto de que os meios de informação são instrumentos de criação e difusão de ideologia, procurou explicitar os mecanismos através dos quais a ‘classe dominante’ controla e pressiona os restantes sectores da sociedade, recorrendo, para o efeito, a análises de conteúdo de notícias sobre crises sociais”, sempre com o objectivo de revelar os discursos ideológicos de poder.

Olhando com particular atenção para os movimentos de activistas norte-americanos opositores à guerra do Vietname, Todd Gitlin (1980), avança com a conclusão de que o jornalismo, que se praticava na época nos Estados Unidos, era delimitado e regulado pela hegemonia de uma classe dominante e pela força das suas acções no campo mediático. O trabalho do autor parte do princípio que os jornalistas funcionam e operam na sociedade com *quadros* ou *frames*, defendendo que estes se assumem como formas organizativas de relato do quotidiano de forma rápida e, frequentemente, rotineira. “Gitlin (1980) considera os *quadros* como modelos ou princípios de conhecimento, selecção, interpretação e apresentação, que organizam o mundo relatado pelos jornalistas e os habilita a processar a informação de modo rotineiro e rápido. Um quadro jornalístico prevalece quando uma *estória* ‘salta’ de organização noticiosa para organização noticiosa, de sala de redacção em sala de redacção, numa cadeia, seguindo ângulos, assuntos e temas de outros jornalistas” (Santos, 2003:33). Nesta conjuntura, após constatar que as instituições possuidoras de maior domínio mediático conseguem impor a uma hegemonia de valores, em particular nos momentos mais críticos e até de ruptura, Gitlin (1980) lembra que, sem se verificar um preenchimento na totalidade do espaço mediático, tal preponderância limita o pensamento social e, igualmente, o próprio conteúdo da mensagem que a notícia se propõe transmitir.

Aos conceitos de enquadramento e hegemonia decorrentes da observação do movimento estudantil que se opôs à guerra do Vietname, em que o primeiro reflectiu-se na contemplação de elementos comuns e triviais, polarização, divergências internas ou marginalização, bem como, num segundo conceptualismo, ao descrédito que foi a arma escolhida pelos detentores da hegemonia, utilizando informações contraditórias, por exemplo,

quando ao número de manifestantes, aspectos qualitativos e quantitativos relacionados com a eficiência desses mesmos movimentos sustentados por declarações de confiança das fontes oficiais governamentais, Gitlin (1980) juntou ainda a terminologia de *vedetização* ou *centralidade mediática* dos líderes dos movimentos sociais. Este pressuposto surge na sequência da focalização mediática de um líder em celebridade, que, em última instância, acaba por desagregar o seu posicionamento da linha política geral do movimento social que inicialmente liderava, incitando à discordância e ao abandono em definitivo do mesmo, retirando-lhe, assim, a preponderância de outrora.

Noutra perspectiva, no que à produção noticiosa e posterior relacionamento dentre jornalistas e fontes de informação diz respeito, Sigal (1973 e 1986), Goldenberg (1975) e Hess (1984) procuram sistematizar, é certo que em momentos distintos da evolução dos estudos jornalísticos, a ligação sagrada entre os dois pólos de influência decorrentes do processo de produção jornalística, dividindo fontes, classificando-as em *oficiais* e *não oficiais*. Leon Sigal (1973 e 1986) insiste no seu estudo que as notícias são resultado daquilo que as fontes dizem e da tipologia que as distingue, sejam elas oficiais ou não, isto atendendo à mediação existente das organizações noticiosas e das próprias rotinas e convenções jornalísticas, que ajudam a ajustar formas de procedimentos que permitem aos jornalista a procura e recepção de informações. O autor contempla e propõe a distinção dos canais informativos existentes, analisando e valorizando quem efectivamente se torna fonte de informação na concepção de uma notícia.

Em primeiro lugar, os *canais de rotina* que englobam acontecimentos oficiais, comunicados, relatórios ou conferências de Imprensa, seguindo-se os *canais informais*. Estes vão desde encontros de associações cívicas até às informações recolhidas por via de outras organizações, sendo estes marcadamente reservados e restritos, frequentemente potenciadores de fugas de informação, como vimos no caso *Watergate* com o célebre *Deep Throat*, ou caracterizados pelo acesso a relatórios de outras organizações noticiosas, cujos desenvolvimentos associados a *Abu Ghraib* exemplificam. Faltam os *canais de iniciativa*, aqueles que decorrem da iniciativa dos jornalistas, por exemplo nos pedidos de entrevista que efectuam, ou de acontecimentos espontâneos complementados pelo testemunho do próprio jornalista em primeira-mão, assim como outro tipo de pesquisas e análises dos jornalistas.

Sigal (1973 e 1986) sublinha que a notícia é resultado de numa negociação árdua entre os vários agentes sociais e considera que a mesma está, claramente, dependente da fonte de informação e da forma como a procura de informações do jornalista é realizada. “A confiança dos jornalistas nos canais de rotina diminui quando aumenta o recurso aos canais de iniciativa

e quando aumenta o número de fontes contactadas (que podem trazer novas abordagens aos assuntos). [...] Sigal faz notar que as fontes de informação dominantes detêm um peso significativo nas notícias e que os ‘desconhecidos’ necessitam de se fazer notar, frequentemente através de actos espectaculares, para serem notícia, o que os coloca em desvantagem”, lembra Jorge Pedro Sousa (2006:274). Por isso mesmo, Sigal (1973 e 1986) refere após observar a ligação entre jornalistas e fontes de informação, que a grande parte das informações recolhidas pelo jornalista são provenientes de fontes autorizadas do governo e que o jornalista prefere conhecidos a desconhecidos quando chega o momento de escolher alguém que fundamente a sua pesquisa, sendo que a escolha de um desconhecido como fonte é consequência da ocorrência de um desvio ou uma quebra de rotinas.

Na observação de Edie Goldenberg (1975) sobressai o processo de interaccionismo social, centrando a sua análise na relação existente entre os grupos de poucos recursos, ou aqueles que são meros desconhecidos, com os grupos mais afamados. As conclusões da investigação da autora enaltecem o facto dos grupos de poucos recursos apresentarem como fórmula de acesso aos meios de comunicação social através da credibilidade, visibilidade, superioridade moral que apresentavam, contrapondo com outros grupos, e reputação junto aos públicos que ambicionam atingir, no caso jornalistas, para que as actividades dos grupos encontrem a expressão desejada pelos próprios, alimentando os objectivos que as suas acções visam colher. Goldenberg (1975) discerne os grupos de maiores e menores recursos em função da probabilidade que estes apresentam em aceder ao campo mediático, uma vez que, naturalmente, os portadores de maiores recursos dispõem de uma capacidade diametralmente distinta enquanto geradores de factos susceptíveis de noticiabilidade, algo que se deve aos procedimentos rotineiros das próprias organizações em que estão inseridos, casos de expedientes como envio de comunicados de Imprensa, reuniões, directores de comunicação e relações públicas, conferências de Imprensa, entre outros. Os grupos de poder diminuto, esses, caracterizados pelo reduzido peso financeiro e organizativo, sabem que o acesso aos *media* verifica-se quando os jornalistas e as organizações noticiosas para as quais trabalham são confrontadas pela fuga às normas sociais vigentes, o que pode representar uma variação de atenção que justifique uma observação, acompanhamento e cobertura jornalística. É que perante este tipo de acontecimentos, caracterizados pela invulgaridade ou surpresa, os jornalistas encontram boa parte da génese da notícia, uma vez que estarão perante vários factores valorativos na determinação do valor-notícia de um acontecimento, algo que diariamente ocorre nas redacções, com é o caso da novidade do tema, o insólito que está subjacente ao evento ou mesmo o escândalo que este possa representar.

Ainda dentro da corrente dos autores supracitados, Stephen Hess (1984) centrou a sua observação nos gabinetes de Imprensa de cinco agências federais norte-americanas, centralizando a mesma na relação existente entre os funcionários públicos e as fontes de informação, em particular os vários procedimentos existentes para o fomentar dessa mesma relação, como são os casos, por exemplo, de comunicados de Imprensa ou conferências de Imprensa, tentando igualmente constatar qual o papel desempenhado pelas fugas de informação, em particular, nos momentos de crise. Para Hess (1984), a ligação entre os dois pólos (fontes de informação e jornalistas) é baseada em círculos de influência e defende que os funcionários estatais e os repórteres tendem a fomentar uma conexão assente na honestidade, algo que sofre mutações quando se verificam lutas pelo controlo da cedência e determinação dos conteúdos que devem ser revelados para a arena mediática, sendo que este facto é potenciador de fugas de informação.

No seguimento dos conceptualismos apresentados por Molotch e Lester (1999), bem como por Gaye Tuchman (1978), Mark Fishman (1980), olhando para os pressupostos inerentes à criação de uma notícia, define a denominada *estrutura de fases*, a qual resulta do facto de um determinado acontecimento poder ser expectável em função do momento da divulgação que se verifica, ou seja, dependendo da organização e evolução cronológica subjacente ao mesmo. Considerando os ditos *lugares de permanência*, onde o jornalista sabe que pode aceder, manter e elevar o fluxo diário do seu trabalho e, respectivamente, recolher mais dados de cariz informativo, logo, passível de notícia, o autor enaltece que estes são espaços físicos indispensáveis para que o jornalista fique capacitado para localizar acontecimentos em sociedade, isto, claro, tendo em conta as competentes estruturas organizativas dos *lugares de permanência*. A repetição da consulta efectuada nestes espaços, a qual foi considerada por Hess (1978) como *ronda*, confere alguma estabilidade informativa em termos de conteúdos para noticiar em cada edição, sendo que elimina, ao mesmo tempo, o próprio esforço que resulta da constante procura de informação – algo que hoje em dia, como veremos, foi substancialmente reduzido graças às inovações tecnológicas que marcaram o final do século XX, em concreto devido à expansão da Internet –, possibilitando a detecção, interpretação e redacção da *estória* mais facilitada devido ao contributo dado pelos agentes alocados nos *lugares de permanência*. A cedência de informação ao jornalista que esteja nos espaços em causa acaba por se transformar numa espécie de recompensa, tão granjeada pelo jornalista pela necessidade que possui em enriquecer os fundamentos da notícia que irá elaborar. Estamos assim, como frisou e definiu Fishman (1980), perante um subsídio invisível que condiciona os valores-notícia dos jornalistas, os quais estão limitados pelas organizações

noticiosas, onde estão inseridos profissionalmente, a um parco período temporal nos referidos *lugares de permanência*. O fundamental é pois a recolha da informação, algo que as fontes de informação, com regularidade, aproveitam para amplificar as dificuldades de recolha e observação jornalística, situação à qual, pelo que se vê actualmente nas sociedades, também não é alheia a conjuntura dos *media* no que às limitações e problemáticas económicas diz respeito, que implicam menores recursos – entenda-se, essencialmente, jornalistas – para delegar, somente, na cobertura de eventos em *lugares de permanência*.

Já Herbert Gans (1979), depois da enunciação feita por Sigal (1973), estudando o comportamento de jornalistas das televisões *CBS* e *NBC*, bem como das revistas *Newsweek* e *Time*, sistematizou os vários tipos de fontes de informação e considerou que a fonte é alguém que o jornalista, no decurso da sua prática diária, observa, entrevista ou fornece informações como elemento ou representante de um ou vários grupos, independentemente da existência de uma organização dos mesmos ou não, da sociedade. Assim, na classificação apresentada pelo autor, as fontes de informação distinguem-se enquanto *institucionais* ou *oficiosas* e *estáveis* ou *provisórias*, sendo ainda catalogadas como *passivas* ou *ativas* e *conhecidas* ou *desconhecidas*. No que ao relacionamento entre jornalistas e fontes de informação diz respeito, Gans (1979) define-o como uma luta, na qual as fontes pretendem e desenvolvem actividades para informar ou divulgar os seus propósitos e objectivos mediáticos, enquanto os jornalistas, por sua vez, centram-se na relevância das informações que perseguem, procurando as fontes, as quais podem adoptar – algo que acontece, diga-se, com alguma frequência – uma postura defensiva no que toca a divulgação de cedência de dados relevantes de cariz noticioso aos jornalistas, uma vez que, subjacente a essas mesmas informações, podem estar factos nocivos ao grupo, instituição, estrutura que representam ou entidades e personalidades com as quais existam ligações de poderes ou normativas. Tornou-se evidente para Gans (1979) que há uma gestão das partes envolvidas, que pressupõe uma negociação, dependente de aspectos como o poder que fonte de informação em causa possui ou proximidade da mesma em termos sociais ou físicos face aos jornalistas. “O acesso aos *news media* é socialmente estratificado porque as fontes não são idênticas nem têm idêntico relevo. Por seu turno, os jornalistas especializados podem cultivar laços mais profundos com as fontes, no seio de uma relação negocial onde se vão estabelecendo direitos e obrigações recíprocas. As fontes tentam fazer passar a informação que mais lhes interessa, segundo o ângulo (enquadramento) pretendido, enquanto os jornalistas procuram obter informações que as fontes, por vezes, pretendem esconder, e exploram enquadramentos alternativos para a informação disponibilizada pelas fontes” (Sousa, 2006:277), refere Jorge Pedro Sousa a respeito das

conclusões de Gans (1979). Perante este enquadramento, Gans (1979) defende que as organizações noticiosas incorrem em alguma passividade perante o comportamento contrário das fontes interessadas na divulgação das mensagens que desejam, algo que conduz os *media* a uma permeabilidade perante o poder destas, uma vez que o desejo de informações por parte dos jornalistas com o intuito de proceder à publicação de conteúdos é correspondido (Sousa, 2006).

A definição de *subsídio de informação* foi dada por Óscar Gandy (1982), na sequência de uma observação a respeito da preponderância que os jornalistas assumem na participação das fontes de informação no processo de produção noticiosa. Baseando-se numa lógica em que a fonte tem interesse em fornecer uma determinada informação a um “custo” menos elevado do que outras, Gandy (1982) defende que o *subsídio de informação* “advém do interesse que a fonte demonstra em fornecer uma dada informação em relação a outras fontes, controlando o acesso à informação, utilizando-a no decorrer das suas acções” (Gandy, 1982:61), seguindo assim a ideia de negociação entre jornalistas e fontes evocada por Gans (1979). Os *subsídios de informação*, sublinha o autor, englobam a “publicidade, as relações públicas, a informação governamental, a investigação científica, a informação produzida por consultores e especialistas e a produção de programas televisivos” (Gandy, 1982:198). O autor advoga igualmente que o *subsídio de informação* procura produzir influência em acções exteriores às suas, apresentando reflexos no preço de acesso às informações, em relação a outras fontes de informação. O conceito de *subsídio de informação* é distinguido de duas formas: os *subsídios directos* e *indirectos*. Os primeiros são constituídos por visitas, contactos pessoais, cartas, relatórios e análises, enquanto os segundos são aqueles nos quais a identidade da fonte é omissa, sendo sustentada por fugas de informação anónimas e declarações *off-the-record*, sem que haja qualquer tipo de identificação de quem profere determinado conteúdo.

Como vimos anteriormente, vários autores centraram a sua análise na relação entre jornalistas e fontes de informação. Uns destacam o cariz sagrado da mesma, outros focam-se na preponderância que os diversos tipos de fontes têm nos conteúdos noticiosos produzidos, sendo que a ideia de negociação entre as duas partes tem aparecido subliminarmente nos estudos apresentados. Tal concepção de negócio é abordada por Richard Ericson, Patrícia Baranek e Janet Chan (1989) no livro *Negotiating Control – A Study of News Sources*, onde podemos encontrar, em termos teóricos, reflexos particulares de aspectos vividos pelos jornalistas envolvidos nos casos abordados no presente trabalho, como, por exemplo, no emblemático *Watergate* ou no caso “*Rui Amaral*”.

Assim, em Ericson et al. (1989), encontramos uma abordagem que possibilita a compreensão da relação de interactividade existente entre os jornalistas e as fontes de informação, na qual os efeitos que as notícias produzem nas organizações são observados, assim como a cobertura noticiosa efectuada influencia rotinas de produção, condiciona e afecta carreiras, promove estabilidade ou mudanças no seio das organizações (Gomes, 2009). É igualmente particular, nesta perspectiva, verificar que, através da observação de comportamentos ocorridos em instituições como tribunais, polícia, parlamento ou empresas, os autores enaltecem a capacidade dos *media* para, com o seu natural poder, controlarem a conversação pública e influenciarem a própria ideologia social. Ericson et al. (1989) lembram que numa sociedade onde o conhecimento é o princípio da hierarquia social, o poder do processo noticioso é enorme, pelo que a articulação entre jornalistas e fontes de informação assume-se como um pressuposto essencial para que as notícias sejam um poder de influência das organizações na tentativa destas em controlar as emoções que o público vai revelando quando confrontado com as actividades que estas desenvolvem. É neste âmbito que são enquadradas as estratégias discursivas colocadas em prática pelas fontes de informação junto dos jornalistas com o intuito de produzir um acontecimento, o qual implica uma negociação entre as partes.

Na *sociedade do conhecimento*, como fazem questão de sublinhar os autores, verifica-se uma constante reprodução de conhecimento por parte das estruturas burocráticas, as quais pretendem, utilizando os *media*, incrementar uma autoridade na sociedade, sempre de acordo com as estratégias que possuem. Ericson et al. (1989) começam precisamente a sua abordagem pela perspectiva que as fontes de informação têm, analisando a organização que integram e as expectativas que possuem no que à elaboração da notícia diz respeito, sobressaindo a constatação de que a maioria das fontes de informação encontram-se nas fontes burocratizadas – aquelas que habitualmente possuem mais meios e recursos – dotadas de valências organizativas da comunicação que desejam proferir para o exterior, numa interligação com os *media*, os quais, pela necessidade de dados noticiáveis, acabam frequentemente por reproduzir o discurso proferido pelas ditas fontes. A título de exemplo do referido encontramos a documentação oficial cedida pelas organizações aos *media* (*press releases*, relatórios, comunicados em Imprensa ou convocatórias). “As fontes de informação organizacionais e as organizações noticiosas convergem em diferentes níveis e são vistas, algumas vezes, como uma parte de cada um. A convergência é evidente a nível institucional. A elite dos *media* não está separada das elites que controlam muitas das burocracias cooperativas e governamentais sobre as quais há reportagens” (Ericson et al., 1989:5), algo

que tende a levar o jornalista, de forma natural e inconsciente, a ficar limitado na acção que desenvolve às informações cedidas pelas fontes de nível burocrático. “Enquanto as fontes de informação efectuam um conjunto de actividades com o intuito de rotinizar e influenciar o processo de elaboração de conteúdos noticiosos, as fontes apresentam uma vulnerabilidade que os jornalistas exploram com a pretensão de encontrar notícias desviantes que estimulem o policiamento mediático, reformando, de algum modo, a organização da sociedade. Assim, não são apenas as fontes de informação que organizam o fluxo de notícias, as fontes também respondem, quando o fluxo da sua organização é perturbado por notícias desviantes e por pedidos de maior controlo sobre a sua própria organização” (Ericson et al., 1989:2).

Os autores vão mais longe no que concerne à convergência social existente no discurso adoptado entre jornalistas e fontes de informação. “As fontes de informação e os jornalistas também convergem até ao ponto em que confiam nas fontes para que estas funcionem como repórteres. É razoável argumentar que os repórteres reais são as fontes que falam, quem faz o essencial do trabalho que sai assinado, sem que a sua organização dê azo à produção de uma notícia aceitável para si mesmo. O repórter para as organizações noticiosas assume funções como se fosse um editor, determinando quais os aspectos do material que recolheu devem ser usados nas notícias, de acordo com o que lhe foi dito para construir o discurso das notícias que lhe foram dadas por outras fontes. As fontes de informação estão continuamente a decidir que tipo de informação deve ser revelada, que detalhes devem ser destacados ou descartados, quando a *estória* deve ser oferecida à Imprensa. [...] Não é o que o jornalista, na maior parte das vezes, não consiga obter a informação de forma mais independente, contactando outras fontes na organização ou consultando documentos originais. É que facilita o trabalho de obtenção das notícias ter colegas entre as fontes organizacionais que pretendem fazer o essencial do trabalho que é assinado” (Ericson et al., 1989:6).

A verdade é que grande parte dos investigadores tem concluído que os laços institucionais e organizacionais têm deixado os jornalistas num estado de dependência face às respectivas fontes de informação, porém Ericson et al. (1989) centram a sua análise na forma como as fontes de informação trabalham para proteger a sua organização contra a intrusão de jornalistas, bem como, em sentido distinto, as organizações potenciam, através da utilização dos *media*, os jornalistas para publicitarem os seus eventos e propósitos, algo que é tido fundamental para manter o controlo sobre o ambiente que envolve a própria organização.

Neste sentido, Ericson et al. (1989) construíram uma grelha de regiões que permite enquadrar o comportamento das fontes localizadas nas organizações face aos jornalistas, que assenta em quatro linhas de actuação: *segredo*, *confidência*, *censura* e *publicitação*. Estas

linhas de actuação conferem ainda a possibilidade das fontes de informação adoptarem opção de *fechamento* e *abertura* em regiões da *frente* e da *retaguarda*. A grelha procura expressar os relacionamentos entre fontes noticiosas e os jornalistas, indo ao encontro da forma como as fontes protegem as suas organizações, em particular de notícias de desvio ou fugas de informação, conseguindo, por vezes, anular os efeitos das mesmas no ambiente que envolve a organização.

Ora, perante o enunciado, o *segredo* constitui-se como o *fechamento* da região da retaguarda, uma vez que as instituições têm como objectivo manter um conjunto de informações consideradas como sigilosas no seio da organização. Deste modo, a *confidência* é a *abertura* da região da retaguarda. O controlo da informação é frequentemente associado ao benefício de produzir informação dirigida para audiências particulares ou previamente seleccionadas, através de exclusivos ou fugas de informação. A *censura*, nesta grelha, traduz o *fechamento* da região da frente, reflectindo-se na permissão de acesso até um dado nível, sendo um *fechamento* que nem sempre é benéfico. Quanto à *publicitação*, define-se pela *abertura* na região da frente que expressa o desejo da organização de colocar em prática um conjunto de rotinas diárias de relacionamento, as quais vão possibilitar a edição de boas notícias e que podem implicar uma boa imagem da entidade junto da opinião pública, conferindo-lhe uma publicidade favorável aos seus objectivos, influenciando e controlando os eventuais prejuízos que ocorram na esfera privada da organização.

Como sublinham os autores, as fontes de informação competem pelo acesso aos *media* para, dessa forma, conseguirem negociar os seus valores ou sinais para o exterior. As tácticas utilizadas, essas, variam em função de considerações de tempo e espaço e quando a cobertura do evento ou acontecimento promovido pela fonte não é encontra reflexo no conteúdo noticioso da forma como deseja, esta procura subtilmente chamar a atenção do jornalista, queixando-se desse facto. Por isso, Ericson et al. (1989) defendem que a produção de notícias é resultado de um determinado significado atribuído aos acontecimentos, notando que é usual um conflito ininterrupto entre os sentidos pretendidos por quem promove e tenta exercer o controlo sobre a notícia e o que efectivamente encontra-se ou vem a ser representado na peça jornalística propriamente dita. “As fontes de informação preocupam-se mais com os efeitos do controlo social dos meios noticiosos do que com o seu valor de informação pública. A negociação do controlo social e do sentido atribuído aos acontecimentos ocorre a vários níveis, entre membros e unidades de uma fonte, entre membros de diferentes fontes, entre jornalistas e editores numa determinada organização noticiosa, entre membros de diferentes organizações noticiosas e entre fontes e organizações

noticiosas” (Ericson et al., 1989:377), lembram os autores que destacam, igualmente, as condições em que as fontes hierarquizam os jornalistas ou os *media* em função da forma como os conteúdos produzidos vão ao encontro dos desejos particulares das fontes e organizações. “A confiança está entrelaçada em interesses e valores. A fonte sente que pode confiar num jornalista ou organização noticiosa quando consegue ter a garantia de qualquer maneira que o que diz será construído de forma razoável, mesmo sendo favorável, nas notícias, isto é, de acordo com os valores e interesses das fontes de informação” (Ericson et al., 1989:382) algo que é possível constatar no relacionamento entre *Deep Throat* ou *Garganta Funda* (Mark Felt) e o jornalista Bob Woodward no decurso do caso *Watergate*.

11. Estudos contemporâneos

Depois de termos referido e recuperado os principais estudos subjacentes à forma como os *media* estão organizados e estruturados internamente, resultantes de investigações em torno dos conteúdos que as notícias apresentavam, dos constrangimentos a que são submetidos os jornalistas no decurso da sua prática noticiosa, assim como a própria cultura que as redacções possuem, influenciadas pelo poder económico dos proprietários, muitas vezes exercida através dos directores e editores de cada um dos órgãos de comunicação social, foi incontornável centrarmo-nos nas importantes referências empíricas em torno das fontes de informação. Afinal, como já mencionámos e exemplificámos com a evocação de alguns dos casos mais emblemáticos do jornalismo a nível nacional e mundial, é nas fontes de informação e no cultivo das mesmas, por parte dos jornalistas, que encontramos boa parte da essência do ser jornalista, testando o *ethos* da profissão.

Olhando para as áreas do crime, lei e da justiça, Philip Schlesinger (1990), defende que a prática jornalística tende a favorecer, geralmente, os interesses das fontes de informação que estão dotadas de maior autoridade e peso na arena mediática, em particular aquelas que se encontram no seio dos aparelhos governamentais e estatal. Apesar da constatação desse facto, o autor recusa classificar as fontes de informação apenas como *oficiais* e *não oficiais*, lembrando a existência de grupos de sociais com capacidade para pressionar jornalistas em função da elaboração dos conteúdos das notícias. A existência de tais grupos de influência, que acabam por se aproveitar do sistema social para, dessa forma, cultivarem uma esfera que lhes possibilite a liberdade de criticar o aparelho sistémico implementado na sociedade, em particular o Estado, não invalida o domínio das fontes inseridas no mecanismo governativo.

Deste modo, Schlesinger (1990) defende que as informações, frequentemente, que dão azo a notícias, surgem coladas a afirmações ou determinadas tomadas de posição de fontes de informação, as quais comunicam directa ou directamente com o jornalista para a transmissão da mensagem. Tal como em Ericson et al. (1989) também encontramos nas observações do autor a ideia de negociação subjacente à interacção entre jornalista e fonte de informação, pese o destaque que é dado ao facto da relação ocorrer entre grupos, profissões ou tipos de organizações.

É neste sentido que emerge a concepção de que, no decurso da organização e enquadramento da notícia, se forma um *campo estruturado*, espaço no qual organismos e fontes de informação se digladiam concorrencialmente, chegando mesmo à colaboração entre si, com o objectivo de enfrentar organismos de informação, igualmente em processos de concorrência e colaboração entre si. As fontes de informação, essas, procuram exercer concorrência entre si devido à necessidade que denotam em aceder ao campo jornalístico, isto independentemente de existir uma distribuição díspar das vantagens materiais e simbólicas existentes. É pois dentro deste quadro que o autor considera que as *fontes oficiais* são favorecidas, dada a dificuldade que as *fontes não oficiais* denotam para impor as suas perspectivas sobre um facto ou colocar em prática uma estratégia comunicacional. Schlesinger (1990) menciona, por isso mesmo, acções tácticas de acesso aos *media* desenvolvidas pelas fontes de informação: 1) Criação e manutenção de condições que possibilitem à fonte o sucesso da comunicação proferida, algo que surge devido ao saber cativar os jornalistas e à sensibilização dos mesmos, influenciando-os; 2) Através de uma selecção dos meios de comunicação alvo para colocar em prática a estratégia; 3) Cedência e fornecimento de mensagens que possam ir de encontro aos critérios de noticiabilidade pelos quais se regem os meios de comunicação, isto sem esquecer os padrões do próprio meio e as normas e técnicas profissionais que lhes estão associadas.

Assim, no modelo de actuação das fontes de informação, Schlesinger (1990) enumera três factores: 1) A *institucionalização das fontes de informação*, que inclui as várias organizações que estão inseridas no Estado e respectivo aparelho estrutural, locais de fluxo informativo abundante, grupos com valências de pressão e agentes sociais focalizados em contendas pessoais, cujas capacidades materiais são reduzidas; 2) O factor associado aos *recursos financeiros* implica que possam existir outro tipo de argumentos das organizações noticiosas na produção de conteúdos de forma assídua, almejando objectivos estabelecidos; 3) O *capital cultural* decorre e surge sob a forma de legitimação, autoridade e respeitabilidade, derivando dos contactos estabelecidos diariamente. Lembre-se que o dito modelo de actuação

das fontes de informação proposto não exclui as condições de contexto inerentes à competição, qualificando a actividade que é desenvolvida, a utilização de estratégias concorrenciais e o retorquir perante intervenções no âmbito das estratégias definidas pelas fontes de informação que prosseguem objectivos organizacionais específicos. Como conclusão, Schlesinger (1990) aponta que o facto de as fontes de informação possuírem recursos distintos, condiciona, naturalmente, o posicionamento que adoptam na sociedade, logo tornando-se de forma idêntica desigual o acesso destas aos *media*.

Olhando de uma forma distinta e na sequência das observações efectuadas por Schlesinger (1990), Alison Anderson (1997) centrou a sua análise no peso que as *fontes institucionais* e *não oficiais* detinham na elaboração das agendas políticas relacionadas com questões do foro ambiental, em particular após a observação do caso que implicou a morte de focas nas costas do Mar do Norte. Partindo dessa mesma investigação, a autora elaborou um modelo de arenas públicas que integra um conjunto de agentes, entre os quais os *media*, governo, cientistas, a educação, tribunais, indústria e as organizações não governamentais, considerando diferentes quadros de referência no acesso aos meios noticiosos. Perante este quadro representativo, Anderson (1997) integra os *media* num vasto enredo de factores sociais, políticos e culturais que são condicionadores de enquadramentos provenientes da observação de temas ou assuntos ligados ao risco e ambiente. A definição de *lobby ambiental* emerge precisamente após a verificação do papel desempenhado pelas fontes de informação na actividade e acções dos jornalistas, os quais estão sobre alvo dos interesses inerentes a políticas ecológicas e estratégias adoptadas por organizações não ambientais, sobretudo por via de campanhas encenadas ou acontecimentos de *show-off* com o objectivo de promoção. Assim, Anderson (1997) entende que as fontes de informação procuram e actuam em função de padrões culturais que sejam um reflexo do funcionamento e actuação quotidiana da sociedade, dado que tais condições são expressas na própria selecção noticiosa que é efectuada. Por isso, rapidamente, temos assistido a crescente importância das fontes de informação no processo de concepção das notícias, dado que agem como elementos de construção de agendas por via das estratégias políticas que possuem, logo assumem um papel preponderante no debate na arena político-mediática e no próprio panorama mediático.

Por sua vez, Brian McNair (1998:3) fornece um contributo importante, ao preconizar a sociologia do jornalismo como sendo a conexão entre o jornalismo e a sociedade em que ele se produz, considerando a existência de duas questões fundamentais: por um lado, o verdadeiro impacto dos *media* jornalísticos e o seu contributo nas actividades das sociedades capitalistas contemporâneas; por outro, as determinantes sociais do produto jornalístico, que

são sistematicamente réditos de uma multiplicidade de forças culturais, tecnológicas, políticas e económicas específicas que ocorrem em determinado contexto social e temporal. Inserida na primeira questão levantada, o autor começa por apresentar a sua definição de jornalismo, como sendo, “qualquer texto efectuado, escrito, áudio ou através de forma visual, que evoque factos verdadeiros sobre algo, até então, desconhecidos do mundo social e actual” (McNair, 1998:4). Neste âmbito, destaca a verdade, novidade, autoridade/ideologia e a actualidade como pontos indispensáveis na sua concepção de jornalismo, fundamentando que o contexto e análise das relações sociais é que definem os parâmetros da visão jornalística. Para Brian McNair (1998), a cultura profissional dos jornalistas e os constrangimentos organizacionais, enquanto aspectos influenciadores da prática, são resultado, fundamentalmente, de quatro determinantes sociais: 1) Pressões políticas, como a censura, *lobbies* ou a própria regulação; 2) Tácticas e estratégias das fontes, essencialmente, dos relações públicas e assessores de comunicação; 3) Constrangimentos e possibilidades tecnológicas, resultantes das novas formas de acesso a informações, potenciadas pela *Internet*; 4) Pressões económicas, entre as quais estão os pedidos de proprietários dos órgãos de comunicação e outras forças do mercado.

Enquanto quarto poder, ou no papel de *watchdog*, o jornalismo é, assim, “um disseminador de valores e factos, as suas narrativas são construídas em função de suposições, que os produtores e consumidores consideram como garantidas; este jornalismo é uma força ideológica e moral, mas também uma fonte de informação cognitiva” (McNair, 1998:31), isto, apesar de reconhecer que o jornalismo não serve somente o público, os indivíduos ou grupos em confronto e em igual competição, mas sim, os agregados dominantes, privados e os interesses invejosos existentes na sociedade. Questionando e apontando os efeitos que o jornalismo provoca nos indivíduos, McNair (1998) defende que o efeito ou mensagem pressupõe, no mesmo nível, proporcionalmente, valores como a verdade, qualidade e a partilha de códigos entre emissor e receptor. Desproporcional, no modelo apresentado, está o número de fontes de informação disponíveis na audiência e o estigma inerente ao efeito na audiência.

No que diz respeito, aos determinantes sociais do produto jornalístico, Brian McNair (1998), divide-os em cinco categorias: 1) Éticas profissionais, códigos estéticos, práticas e rotinas que conduzem o trabalho jornalístico; 2) As influências do sistema político e dos seus agentes, através de dois ambientes distintos: democracia liberal e autoritarismo; 3) O mecanismo ou ambiente económico que envolve o jornalismo, nos mercados de *media* e informação, cujo impacto se reflecte em dois aspectos: a produção jornalística é o negócio de uma indústria, controlada e propriedade de grandes grupos económicos e, depois, na

premente necessidade de utilização do seu valor, ou seja, a capacidade de oferecer informação, em troca da angariação de clientes ou consumidores da mesma, concorrendo, assim, cada meio, no mercado e, conseqüentemente, no espaço público; 4) As tecnologias de recolha de informação e de produção que os *media* têm ao seu dispor, sendo que o autor defende, por exemplo, que a *Internet* não pressupõe a morte da Imprensa, advogando a possibilidade de coabitação no mesmo campo mediático; 5) A forma como o discurso jornalístico é formado por actividades de actores sociais que gravitam em torno do jornalismo, concretamente relações públicas e assessores de comunicação que procuram promover as acções dos seus clientes, com o intuito de publicitar as mesmas e alcançar vários objectivos políticos e económicos.

Inserido no estudo da relação entre fontes de informação e jornalistas, Manning (2001) decompõe a história da sociologia do jornalismo em três blocos: o *funcionalista-pluralista*, o *neo-marxista* e o *pós-modernista*. Assim, considera que a conexão entre as correntes *funcionalista* (Wirth, 1948; Lasswell, 1968) e *pluralista* (Truman, 1951; Schumpeter, 1976; Dahl, 1961, 1982) deriva da preocupação comum em torno de problemas de estabilidade política entre o centro político e o cidadão comum (Manning, 2001:28), salvaguardando o papel do jornalista (como “*cão de guarda*” com relativa autonomia e que, apesar da pressão dos proprietários dos *media*, consegue, através dos seus conteúdos, dar uma visão dos problemas existentes no mundo) no conflito ininterrupto pela isenção do conteúdo noticioso. A corrente *neo-marxista*, baseada em modelos de propaganda e de hegemonia, retrata a reprodução de uma ideologia dominante motivada pelo controlo de uma classe sobre a circulação das ideias (Manning, 2001:35), como referia Marx: “A classe social dominante tem os meios de produção material ao seu dispor, tem o controlo, ao mesmo tempo, sobre os meios de produção mental, de modo a falar por aqueles a quem faltam os meios de produção mental, estando sujeitos a eles... os indivíduos que compõem a classe dominante possuem, entre outras coisas, a consciência e o seu pensamento. No entanto, a forma como subjugam, enquanto classe dominante, determina a extensão e o compasso de uma época, sendo por demais evidente que o fazem em toda a sua dimensão, quer como pensadores, produtores de ideias e reguladores da produção e distribuição de ideias numa determinada época: assim as suas ideias são as ideias que dominam a época” (Marx e Engels, 1970:64).

Precisamente, Paul Manning (1999 e 2001) debateu através do seu estudo empírico as funções que são exercidas pelos sindicatos e respectivas fontes de informação na produção da notícia, levando em conta que estes entendem ser socialmente marginalizados em termos

políticos e como *fontes oficiais*, dado que não têm influência nas decisões tomadas politicamente, sendo caracterizados pelos poucos recursos materiais e simbólicos que possuem. Por isso mesmo, o autor lembra o conceito de *primeiro definidor* proposto por Hall et al. (1999), recusando o historicismo inerente ao conceito, colocando-lhe como subjacente o facto da credibilidade das fontes de informação sofrerem mutações ao longo de espaços temporais. Assim, Paul Manning (1999 e 2001) centra-se em duas perspectivas: 1) A dos *spin doctors*, que, de acordo com o investigador, só entrou no discurso político nas duas últimas décadas, caracterizando-se como um conjunto de pessoas ou agentes que produzem, empacotam e tornam pública a informação numa perspectiva de promoção de factos governamentais; 2) O sistema *lobbying*, em que as fontes poderosas e dotadas de recursos materiais constroem para alcançar os seus objectivos junto dos jornalistas, construindo também a dominação da censura enquanto mecanismo de controlo restritivo. Desta forma, o poder acaba por ser exercido através de discursos, formas e modos de conhecimento, ao invés do processo movido por um grupo dominante sobre um outro grupo relegado para a posição de dominado, ressaltando que os próprios governos, no decurso das suas acções governativas, procuram controlar os fluxos informativos com o intuito de os gerir de modo eficaz e mais conveniente para os seus propósitos, enquanto simultaneamente são minimizados os focos potenciadores de fugas informativas, por vezes nocivas para os objectivos estratégicos definidos pelos governos. É certo que nem sempre tais intenções e acções são bem sucedidas, algo frequentemente motivado pelos boatos e fugas de informação que não são anuladas pela malha governamental, como já tivemos oportunidade de ver nos casos abordados anteriormente. Paul Manning (2001) debate ainda o risco, as estratégias inerentes a notícias que revelam uma adaptação da fonte de informação às exigências impostas pelas rotinas e valores-notícia dos jornalistas, bem como a própria construção social da realidade, anotando uma complexa relação de inúmeros actores sociais, desde jornalistas até políticos, que se digladiam na arena mediática, que daí resulta a definição de acontecimentos sociais bem sucedidos ou fracassados.

Paul Manning (2001) confere também uma nova interpretação às práticas discursivas e não discursivas, enaltecendo a eventualidade de uma multiplicidade de acepções resultantes da análise textual de um determinado conteúdo noticioso, em detrimento de uma visão mais sectária ou singular. No entanto, esta multiplicidade interpretativa é motivada pela panóplia mediática em que vivemos (resultado da explosão tecnológica, proveniente da emergência das novas tecnologias da informação e comunicação, com particular destaque para a *Internet*), o que conduz a uma metamorfose constante e contínua de discursos e códigos. Este processo

cíclico obriga os poderosos a organizarem os fluxos informativos de acordo com os seus padrões comunicativos, reduzindo as fugas de informação originárias do seu âmbito institucional e que provocam deformações na sua estratégia comunicacional e organizativa. Assim, a idade moderna impõe discursos renovados, novos conhecimentos e, conseqüentemente, uma adaptabilidade de práticas governativas.

Já Jenny Kitzinger e Jacquie Reilley (2002) abordaram temas relacionados com as notícias de *risco*, identificando a emergência e ascensão das mesmas nas agendas jornalísticas, observando igualmente o declínio, desaparecimento e razões que conduzem a esse estado. Olhando para a definição de *risco* do sociólogo Ulrich Beck (1992), que estabeleceu-o como conceito de debate público e político em que os meios noticiosos desempenham um papel determinante na divulgação e discussão das temáticas, “as autoras cruzaram um conjunto de factores (concorrência entre fontes de informação, formação jornalística, noticiabilidade, momentos de saída da notícia e organizações noticiosas) que possibilitou concluir a existência de um encorajamento em torno de uma questão ou *risco* em determinado momento e que, em outros, essa mesma vontade de debate desaparece num ápice, o que prova a falta de preparação dos *media* para a cobertura jornalística de ameaças ou riscos duradouros” (Gomes, 2009:36-37). O estudo das autoras focou-se particularmente na pesquisa genética sobre a saúde humana, na síndrome da falsa memória e na encefalopatia espongiiforme bovina (doença das vacas loucas), e permitiu concluir que os meios noticiosos têm dificuldade em reflectir os temas mais sérios, não mantendo a necessária atenção sobre as ameaças futuras, sejam elas reais ou imaginárias. Tal facto, lembram, justifica-se pelo cariz apelativo que as peças jornalísticas com conclusões claras, reportando grandes desastres, questões de interesse humano ou reacções oficiais, bem como disputas de organizações e governos têm para os *media*, retirando espaço aos temas de risco na agenda mediática.

Perante este facto, Kitzinger e Reilley (2002) defendem que os padrões noticiosos se encaixam nos dados culturalmente existentes na sociedade, nas mudanças temporais que nela se verificam, nas paragens ocasionais da prática jornalística tida como normal e nas próprias condições em que é efectuada uma reportagem. A noticiabilidade do *risco* pressupõe assim a influência de um leque de factores que molda e enquadra os próprios conteúdos, em particular os conhecimentos do jornalista, o género noticioso, a hora do fecho, o peso da fonte, os valores-notícia, a necessidade ou não de acontecimentos reais e a organização/resposta das fontes de informação, sendo que o próprio envolvimento do jornalista, as estratégias adoptadas pelas fontes de informação e o processo de interacção referente para os agentes sociais não é excluído na análise. (Gomes, 2009). Contudo, verificou-

se que perante notícias com temas de *risco*, a pressão é uma constante, dado que existe sempre a intenção de determinados grupos de interesse – especialistas, estruturas governamentais ou industriais –, em publicitar e divulgar mensagens convenientes aos seus propósitos. Por isso, Kitzinger e Reilley (2002) mencionam a necessidade de uma *democratização do risco*, advogando que os *media* podem assumir-se como patrocinadores desse movimento. “[A *democratização do risco*] Depende, não só das actividades dos grupos de pressão, mas também de transformações culturais, políticas e materiais na sociedade e nas indústrias mediáticas” (Kitzinger e Reilley, 2002:43).

Em termos sociológicos, o jornalismo tem sido pródigo em potenciar visões de controlo sobre o mesmo. Erik Neveu (2005), numa perspectiva distinta, entende a sociologia como o estudo das articulações hierárquicas próprias do jornalismo e das empresas de comunicação social, bem como o respectivo relacionamento com fontes de informação, poderes sociais e públicos. O autor debate ainda questões ligadas à história do jornalismo, à morfologia da profissão e correspondentes rotinas diárias do trabalho jornalístico, problematizando aspectos substanciais, como é o caso dos poderes da profissão e do seu papel político na sociedade.

Porém, Brian McNair (2006) dá-nos a conhecer uma abordagem díspar, apelando a uma nova sociologia do jornalismo, considerando que o paradigma dominante do controlo deve ser substituído pelo arquétipo do caos. Na visão de McNair (2006), a capacidade dos grupos de elite em manobrar e controlar os *media*, impondo uma hegemonia, é relegada para segundo plano por força dos factores económicos, políticos, ideológicos e tecnológicos existentes no processo comunicacional, os quais provocam invariavelmente uma dissidência notória face às perspectivas defendidas pelas elites e, claro, uma competição ideológica mais feroz, com reflexos nas agendas noticiosas. Assim, segundo McNair (2006), partindo do pressuposto de que as notícias sempre foram o relato da realidade socialmente construída, num quotidiano marcado pela diversidade cultural, a qual apelida de caos, a *Internet* surge como uma arma de arremesso para quem pretende disseminar imagens ou conteúdos ameaçadores para o inimigo, exemplificando tal pressuposto com o ocorrido no dia 11 de Setembro de 2001. “Na era do caos cultural, a *Internet* tornou-se numa arma de guerra, usada por organizações no sentido de disseminar imagens de terror nas casas dos seus inimigos” (McNair, 2006:8). Criticando o paradigma do controlo, que visa definir a realidade de acordo com a visão das elites privilegiadas, o académico escocês considera que esse controlo assenta em ligações económicas, barreiras tecnológicas no acesso aos *media*, nas influências de factores políticos e no poder da ideologia dominante. O caos, palavra que utiliza para

caracterizar e expor um padrão existente, é sustentado pela pluralidade de opiniões e diversidade de factores exógenos que influenciam a produção jornalística. “O paradigma do caos reconhece que as mensagens dos *media* não têm impacto na realidade, enquanto uma influência externa de isolamento, mas tornam-se numa parte do que é a realidade, e estes dois elementos são inseparáveis em termos analíticos. O jornalismo, nesta perspectiva, não é só um defensor da realidade, mas um componente essencial da mesma” (McNair, 2006:50).

Deste modo, McNair (2006) enumera cinco factores justificativos da necessidade de alteração de tal paradigma: 1) A democratização global; 2) O aumento da importância da opinião pública quer ao nível global quer ao nível local; 3) A elevação das relações públicas ao estatuto de modelar a opinião pública; 4) O declínio da deferência do jornalismo e do público face às elites políticas; 5) A crescente adversidade do jornalismo face às elites. A existência de uma enorme circulação de discordâncias ideológicas é, segundo o autor, potenciada pelas ferramentas que as novas tecnologias fornecem, e que permitem um ampliar de tendências caóticas e disruptivas na prática jornalística. McNair (2006) conclui mesmo que o paradigma do caos proposto, o qual tem na *Internet* um aliado dinamizador, implica a existência ou criação de fortes fluxos informativos, cada vez mais imprevisíveis, frequentes e difíceis de sustentar após a sua efectivação, o que torna o ambiente informativo vincado pela concorrência, incerteza e caos.

No presente contexto, recorde-se ainda o *Birmingham Centre for Contemporary Cultural Studies*, criado, como vimos, em 1964, procurou precisamente centrar o seu estudo no modo como as formas e práticas das instituições estabeleciam relações com a sociedade em constante mudança social. Hall et al. (1978) ao estabelecerem o conceito do *primeiro definidor*, como resultado da objectivação de que os meios noticiosos se enquadravam em torno de uma teoria de poder ideológico, em que se verificava uma luta pela hegemonia entre classes dominantes e dominadas, mostrou a convicção de que a autonomia dos jornalistas, face ao poderio da organização a que pertence, é condicionada pela hegemonia económica e política dos mais poderosos. Já o *Leicester Centre for Mass Communication Research*, ao interpretar a economia política, destacando as questões de centralidade da propriedade económica, bem como as influências indirectas exercidas pelo Estado na lógica do mercado noticioso, descreve a notícia como uma ideologia que dá uma imagem integrada da realidade.

Por sua vez, Herman e Chomsky (1988), no estudo efectuado aos *media* norte-americanos, defenderam a ideia de que os *media* sublinham e reforçam as ideias e pontos de vista do poder instituído, focalizado nos proprietários dos grandes grupos económicos e dos anunciantes. O papel desempenhado pelos proprietários dos *media*, a ligação estreita com as

elites e classe capitalista, sem esquecer os produtores mediáticos; A constatação de um acordo tácito entre personagens da classe dominante e respectivos produtores de conteúdos; A total concordância existente entre o produto ou notícia apresentada e os interesses de proprietários e elites são os pontos focados pelos autores, que recusam liminarmente o grau de diversidade das notícias. Herman e Chomsky (1988) avançam com o conceito de *propaganda framework*, ou seja, modelo de propaganda que sintetiza a ideia de que a total cobertura de um determinado acontecimento nos vários meios de comunicação social é tratada como uma campanha de publicidade em larga escala. O interesse do mesmo é crucial, pois, habitualmente, um tema com evento é móbil para uma acção de relações públicas ou de exigências ideológicas de um grupo de poder. Estes acontecimentos podem ser essenciais na mobilização da opinião pública, depois os mesmos, ao serem considerados como uma campanha publicitária para políticas específicas, ajudam a compreender a dinâmica que a história possui. “A *propaganda framework* sugere a seguinte hipótese: Quando surgem situações em que podem ser ‘marcados pontos contra países inimigos’ ou ideias ameaçadoras, os *media* serão frequentemente activos em ‘campanhas publicitárias’ de grande intensidade e paixão. Pelo contrário, quando os acontecimentos muito semelhantes ocorrem em países amigos, os *media* mostrarão interesse pelas circunstâncias especiais envolvidas e prosseguirão uma política de negligência benigna” (Traquina, 2002:93). Uma arena fechada – é a conclusão a que Herman e Chomsky chegam a respeito do campo jornalístico, que, na opinião dos autores, reproduz opiniões favoráveis aos sistemas capitalistas.

Perspectivando o paradigma das notícias como construção, pese as mesmas não signifiquem ficção, Tuchman (1978) defende, precisamente, que a notícia resulta de uma realidade construída com a sua própria validade interna, como já tivemos oportunidade de verificar. Schlesinger (1978), observando os membros da comunidade jornalística, nos locais de produção, procurando perceber e compreender o comportamento dos jornalistas, entrando dentro deles e da sua função, verificou a preponderância e a dimensão transorganizacional existente no processo de produção noticiosa, isto é, a rede e a conexão que provêm da inserção numa comunidade jornalística. O autor reconheceu igualmente que as rotinas estão vincadas e são cruciais na produção da notícia.

Stuart Hall et al. (1978), porém, reconhecem a existência de uma autonomia relativa dos jornalistas face ao controlo económico directo que os afecta. Considerando que os *media* são um aparelho do próprio processo de controlo, Hall et al. (1978) enumeram factores que tornam as notícias num produto social: 1) A própria organização burocrática dos *media*; 2) A estrutura do valores-notícia que são fundamentais na prática profissional dos jornalistas; 3) O

momento da construção da notícia que implica a existência de uma identificação e contextualização, em que os aspectos culturais do mundo social são utilizados na organização.

Como objectivámos, Brian McNair (2006), ao propor uma nova sociologia do jornalismo criticando o paradigma do controlo, apesar de entender que as notícias mantêm-se como uma espécie de retractor da realidade socialmente construída, considera que há um novo elemento no quotidiano social que interfere drasticamente na capacidade das elites exercerem o seu poder: a *Internet*. A rede, ao tornar-se numa arma de arremesso por organizações radicais e outros agentes, tem vindo a reduzir substancialmente a apetência das elites para manobram o jornalismo, uma vez que estas vêm a sua acção mais limitada. Assim, McNair (2006) propõe o abdicar do paradigma do controlo, em que a definição da realidade pelas elites privilegiadas devido à sua força manipuladora, seja substituído pelo paradigma do caos, que enaltece características da informação, tais como a pluralidade de opiniões ou as divergências resultantes dos ambientes externos que influenciam a própria produção jornalística. São vários os factores, entretanto já enumerados, que explicam a necessidade de alteração do paradigma, certo é que o declínio da validade total e absoluta das fontes dominantes em relação ao público tem vindo a provocar um enorme abalo no panorama comunicacional. Neste contexto, as novas tecnologias, como frisa o autor, ampliam as tendências viradas para o anarquismo do jornalismo, em resultado do elo de ligação entre o espaço público e o comunicacional, cada vez mais globalizado. Para McNair (2006), “num mundo cada vez mais caracterizado pelo paradigma do caos, a estrutura em rede da *World Wide Web*, em combinação com a presença da informação em tempo real 24 horas por dia nos canais por satélite, produz um ambiente onde as torrentes informativas são mais imprevisíveis, mais frequentes e mais difíceis de conter quando irrompem” (Traquina, 2008:114).

Seguindo esta linha, a *Internet*, como teremos oportunidade de constatar mais à frente, foi evoluindo no sentido da total partilha de dados e informações. Os efeitos deste rumo natural libertaram e permitiram a divulgação um vasto número de opiniões, ideias, pressupostos, conceitos e factos sobre as mais variadas temáticas, contribuindo decisivamente para o instalar da verdadeira definição de aldeia global em que vivemos. Porém, essa mesma capacidade de aceder a um manancial de informações, num curto espaço de tempo, através da rede, foi tendo um efeito perverso no próprio jornalismo e nos intérpretes da profissão. As questões e factores económicos dos meios de comunicação social, dependentes da publicidade que conseguem angariar, para parte do seu sustento diário, têm vindo, paulatinamente, a ser evocadas como entrave à realização de reportagens. Este género, indispensável ao desenvolvimento da própria profissão, como está bem evidente na evolução

histórica da mesma, sofre na pele no momento de impor restrições orçamentais, que têm na *Internet*, como veremos mais à frente, um aliado de peso na supressão da presença de um jornalista, de determinado meio de comunicação, em dado local do acontecimento. Está tudo na rede, pensa quem marca as agendas diárias em função da capacidade que as redacções possuem para a cobertura dos eventos. Assim, a *Internet*, involuntariamente, acarreta consigo, independentemente das valias que lhe são reconhecidas, efeitos nefastos para o próprio desenrolar da prática jornalística.

Os jornalistas, não indo ao local do acontecimento e sabendo, de antemão, que o ocorrido no mesmo será reproduzido em qualquer sítio oficial, ou não, da rede, vêem o seu trabalho condicionado, na exacta medida em que não são, não foram, testemunhas dos factos que vão relatar. Perdem, assim, a sua capacidade de acesso directo ao campo jornalístico. O paradigma do caos (McNair, 2006), resultante das múltiplas influências a que os jornalistas estão sujeitos na elaboração de notícias, amplificado pela *Internet*, se por um lado permite o arremesso de vários conteúdos para os fluxos informativos, tornando-os inesperados, por parte de quem tem acesso à rede, por outro, limita o acesso de determinados actores sociais, com menos poder, ao campo jornalístico. Actores, esses, sem capacidade para influenciar e obter preponderância num espaço mediático caótico, quer pela sua exígua expressão, quer pelo seu desconhecimento das ferramentas para o fazer. São eles que, nos locais do acontecimento, sem os meios e conhecimentos necessários de acesso à rede, perdem a oportunidade de entrar no círculo noticioso devido à ausência dos jornalistas, entretanto cada vez mais confinados ao exíguo espaço da redacção.

12. Conclusões sumárias

- James Curran (1977, 1991, 1996, 1997 e 2000a), partindo de uma análise funcionalista, entende que a sociologia do jornalismo deve ser encarada pela distinção entre duas correntes, a *pluralista* e a *marxista*. Na primeira, as organizações mediáticas mostram elevada capacidade e grau de autonomia face ao poder do Estado, partidos políticos e

grupos de pressão institucionalizados, na segunda perspectiva, está presente a visão de que a sociedade capitalista representa o exercício da dominação da classe, em que os *media* frequentem a arena em que decorre a disputa ideológica dominada por determinadas classes defensoras do controlo. Na abordagem, o autor entende que os meios noticiosos privilegiam o favorecimento das forças sociais dominantes;

- No enquadramento da sociologia do jornalismo, Michael Schudson (2000 e 2003) preconiza três abordagens distintas: 1) *A economia política* ou *political economy* – a qual coloca em semelhante patamar a propriedade dos meios jornalísticos e os conteúdos das notícias produzidas; 2) *A organização social* ou *social organization* – que procura compreender a forma como os esforços dos jornalistas são condicionados pelas orientações organizacionais e ocupacionais; 3) *Os contributos culturais* ou *cultural approach* – Em que a notícia é resultado de uma relação entre o acontecimento e um determinado sistema simbólico;
- Na procura de entender a verdadeira essência das notícias, Nelson Traquina (2002) apresenta cinco teorias explicativas: 1) *Teoria do espelho*; 2) *Teoria de acção pessoal*; 3) *Teoria organizacional*; 4) *Teoria de acção política*; 5) *Teorias construtivistas*;
- David Manning White (1999), através da *teoria do gatekeeper*, defendeu que a notícia se apresenta como um produto final de uma actividade sistémica dos canais de comunicação percorridos, os quais condicionam o resultado final da mesma. O processo é pois resultado de uma selecção pessoal e arbitrária, em que as decisões do jornalista acabam por ser subjectivas e dependentes dos juízos de valor efectuados com base num conjunto de experiência, atitudes e expectativas do *gatekeeper*;
- Uma perspectiva distinta foi apresentada por Warren Breed (1999), que enquadra o jornalista no contexto da organização em que está inserido, recordando os constrangimentos organizacionais a que está sujeito, deixando seis motivações para tal: 1) A autoridade institucional e as sanções passíveis de serem colocadas aos jornalistas; 2) Sentimentos de obrigação e estima para com os superiores; 3) Aspirações de mobilidade dos jornalistas; 4) A ausência de grupos de lealdade em conflito; 5) O prazer da actividade; 6) As notícias como valor máximo, bem como a procura incessante das mesmas, contrapondo com a pressão pelas horas de fecho;
- Molotch e Lester (1999), no âmbito de um quadro sistémico que eleva a dinâmica e complexidade associada ao jogo noticioso propuseram o conceito de *promotores de notícias*, fundamentando-o com o facto de as fontes de informação procurarem

transformar determinados factos em acontecimentos públicos, com o intuito, simultaneamente, de impedir que outros factos, geralmente nocivos ou negativos para quem os promove, alcancem um estatuto elevado. Os autores identificaram três categorias distintas de pessoas que se posicionam especificamente na arena mediática em função da prática jornalística: 1) *Os promotores da notícia* ou *news promoters*; 2) *Os profissionais dos media* ou *news assemblers*; 3) *Os consumidores de notícias* ou *news consumers*. A *necessidade de acontecimento* é outro dos conceitos propostos pelos autores, necessidade, essa, que é comum aos *promotores das notícias* e aos jornalistas, sustentando e fortalecendo as relações entre os dois grandes grupos presentes no palco público;

- Richard Ericson, Patrícia Baranek e Janet Chan (1989), através da sua abordagem, debatem a relação de interactividade existente entre jornalistas e fontes de informação, na qual os efeitos que as notícias produzem nas organizações são observados e o modo como a cobertura noticiosa influencia as rotinas de produção, condicionando e afectando carreiras, promovendo estabilidade ou mudanças no seio das organizações. Os autores propuseram ainda uma grelha de regiões que confere um enquadramento relativamente ao comportamento das fontes de informação, definindo quatro linhas de actuação fundamentais: *segredo*, *confidência*, *censura* e *publicitação*. Estas, por sua vez, podem optar pelo *fechamento* ou *abertura*, bem como pelas regiões da *frente* e da *retaguarda*. No fundo, Ericson et al. (1989) entendem que a produção de notícias resulta de um determinado significado que é atribuído aos acontecimentos, ressaltando que são normais os conflitos ininterruptos entre os sentidos pretendidos por quem promove e tenta exercer o controlo sobre as notícias e o que vem ou está representado na peça jornalística;
- Hall et al. (1999) enquadram o *primeiro definidor* como a opinião proveniente das fontes poderosas e que os jornalistas assumem, consequentemente, um papel secundário, motivadas muitas vezes por pressões internas de produção jornalística, orientações para a imparcialidade, equilíbrio e objectividade. Neste quadro, a autonomia inerente à acção jornalística face à organização em que os jornalistas estão inseridos, está condicionada pela preeminência económica e política da classe dominante, a qual altera o pressuposto de autonomia, modificando a essência do mesmo, dando visibilidade reflectora às estruturas de poder nos meios noticiosos, traduzida no controlo editorial, com expressão nas rotinas organizacionais e nos valores-notícia utilizados ou determinados pelos *media* no seu agendamento;

- Já Schlesinger (1990), preconiza que a prática jornalística tende a favorecer, com maior frequência, os interesses das fontes de informação que estão dotadas de maior autoridade e peso na arena mediática, concretamente as que estão no seio dos aparelhos governamentais e estatais. Apesar de tudo, o autor destaca a existência de grupos sociais com capacidade de pressão junto dos jornalistas em função dos conteúdos das notícias. Três acções tácticas de acesso aos *media* são identificadas por Schlesinger (1990): 1) Criação e manutenção de condições que permitam à fonte o sucesso da comunicação desejada; 2) A selecção dos meios de comunicação alvo para colocar em acção a estratégia; 3) A cedência e fornecimento de mensagens que possam ir de encontro aos critérios de noticiabilidade dos meios de comunicação social;
- Na teoria construtivista – variante interaccionista, a qual olha para as notícias como sendo um produto de um processo produtivo resultante de uma construção social, onde é necessário impor uma ordem no espaço e no tempo, Gaye Tuchman (1978) –, não existe necessariamente um definidor primário, mas frequentemente, um processo de produção de notícia dominado pelas fontes oficiais. Nota ainda que o discurso da organização é sequência do estipular de objectivos intrínsecos a uma estratégia da estrutura mediática, que, por via da força e influência que detém, impõe perspectivas e rotinas jornalísticas, quando os jornalistas, esses, tendem a desviarem-se no sentido da autonomia profissional perante injunções, as quais tornam, para Tuchman (1978), as notícias numa amálgama reflectida de constrangimentos que expõe as estruturas institucionais;
- Para Brian McNair (1998), a sociologia do jornalismo resulta de duas questões: O impacto dos *media* e o seu contributo nas actividades das sociedades; Os determinantes sociais que resultam de forças culturais, tecnológicas, políticas e económicas específicas. Por isso, ao autor aponta quatro factores influenciadores da cultura jornalística e definidores de constrangimentos: 1) Pressões políticas; 2) Tácticas e estratégias das fontes de informação; 3) Constrangimentos e possibilidades tecnológicas; 4) Pressões económicas;
- Paul Manning (2001) decompõe a história da sociologia do jornalismo em três blocos: o *funcionalista-pluralista*, *neo-marxista* e o *pós-modernista*. O autor centra-se também no risco e estratégias inerentes às notícias que revelam uma adaptação da fonte de informação às exigências impostas pelas rotinas e valores-notícia dos jornalistas, dando igualmente uma nova interpretação às práticas discursivas e não discursivas,

destacando a eventualidade de uma multiplicidade de acepções resultantes de uma análise textual de um determinado conteúdo noticioso, em detrimento de uma visão mais sectária ou singular;

- A substituição do paradigma do controlo pelo do caos é defendida por McNair (2006), que justifica a perda de capacidade dos grupos de elite em manobrar e controlar os *media* com a força dos factores económicos, políticos, ideológicos e tecnológicos presentes no processo comunicacional. E enumera cinco motivos para tal alteração: 1) A democratização global; 2) O aumento da importância da opinião pública; 3) A elevação das relações públicas à função de modelar a opinião pública; 4) O declínio da deferência do jornalismo e do público em relação às elites; 5) A crescente adversidade do jornalismo face às elites. Como aliado de peso para a instauração do paradigma do caos, o autor aponta a Internet como factor de aumento de concorrência, incerteza e caos.

Capítulo IV – A era da Internet transversal a dois séculos com impactos e consequências no jornalismo

13. A Internet já não é novidade

Os fluxos de informação mudaram ao longo do último século. A velocidade de transmissão dos mesmos ganhou novas formas, outras práticas e trouxe consigo impactos distintos, amplificados por mediadores técnicos, delimitadores, por sua vez, da acção dos *players* na esfera pública. Vê-se no quotidiano. Na génese da derradeira aceleração dos processos de comunicação que temos presenciado está a Internet. A rede mudou o modelo de uma realidade comunicativa, esbatida pela ditadura de “um para muitos”, redutora na capacidade do receptor intervir, agir, influenciar e determinar características do processo, agora entendido como multifacetado. O jornalismo, pelo seu peso histórico ao longo dos anos, e até como resultado da forma como é praticado, um pouco por todo o mundo, é inseparável do vórtice em que a sociedade, no sentido lato, está mergulhada. Mas isso, afinal de contas, já não é uma novidade, tal como a indubitável preponderância da Internet nas nossas vidas. O homem gosta das redes sociais em que se envolve por via da sua natureza milenar e a Internet

é, nos dias que correm, a materialização técnica de desejos e acções manifestadas ao longo da evolução da própria condição humana.

Manuel Castells (2004a) começa precisamente por aí, lembrando que a Internet é a base tecnológica da forma organizacional que está na origem da edificação de uma era caracterizada pela primazia à informação, isto é, a rede. “Uma rede é um conjunto de nós interligados. As redes são formas muito antigas da actividade humana, mas actualmente essas redes ganharam uma nova vida, ao converterem-se em redes de informação, impulsionadas pela Internet. As redes têm enormes vantagens como ferramentas organizativas, graças à sua flexibilidade e adaptabilidade, características fundamentais para sobreviver e prosperar num contexto de mudança permanente. [...] A Internet é um meio de comunicação que permite, pela primeira vez, a comunicação de muitos para muitos em tempo escolhido e a uma escala global” (Castells, 2004a: 15 e 16). Se este é o ponto actual, com implicações e evoluções que veremos mais à frente, não podemos esquecer o que precede este trilho percorrido, o qual historicamente está prestes a ser apelidado de cinquentenário.

Relembro por isso a forma como tudo começou, no início dos anos 60 do século passado, quando a prioridade das duas superpotências da altura, Estados Unidos e União Soviética, era a mobilização dos seus recursos para o duelo da superioridade tecnológica. A ARPANET, uma rede de computadores criada pela ARPA⁵⁹, em Setembro de 1969, radica na génese da Internet como ponto de partida para o que hoje continua em constante mutação. O objectivo, então de um dos departamentos da agência que integrava o Departamento de Defesa dos EUA, foi o de criar um meio de repartição do tempo de trabalho *online* dos computadores entre os centros de informática e grupos de investigação constantes na organização. A rede informatizada permitia que os investigadores partilhassem um conjunto de informações, colocando a interactividade no centro das potencialidades desse mesmo sistema, de modo a que este contribuisse para o progresso tecnológico. O processo subjacente à conexão estabelecida assentava na utilização das linhas telefónicas normais, através das quais o utilizador da rede poderia aceder ao conteúdo existente em outra unidade integrante do sistema, podendo efectuar o envio de mensagens, algo que progressivamente contou com a ampliação da velocidade de transmissão e o respectivo aumento de capacidade de envio.

⁵⁹ *Advanced Research Projects Agency (ARPA)* – Agência de projectos de investigação fundada em 1958, com o intuito de mobilizar recursos provenientes, essencialmente, do âmbito universitário para potenciar e permitir uma superioridade tecnológica e militar sobre a União Soviética, que tinha dado um sinal de força ao lançar o Sputnik, em Outubro de 1957, naquele que foi o primeiro satélite artificial do planeta.

A tecnologia *packet-switching*⁶⁰, desenvolvida por Paul Baran nos primeiros anos da década de 60, foi basilar no sucesso evolutivo da rede, tudo porque conferia uma estrutura e organização na transmissão de dados sem quaisquer cortes. Depois da sua apresentação pública, em 1972, o caminho apontado girava em torno da perspectiva de junção da ARPANET e outras redes de comunicação, que, entretanto, estavam a ser desenvolvidas na ARPA, em concreto a PRNET E SATNET (Castells, 2004a). Neste contexto, como recorda Gustavo Cardoso (2003), em 1973, Vinton Cerf, Robertn Kahn, Robert Metcalfe e vários investigadores europeus propõem um protocolo de transmissão com o objectivo de interligar as redes cuja base assentasse em distintas tecnologias. Emerge o *Transmission Control Protocol* (TCP). Já em 1978, Cerf, Kahn e Jon Postel somam-lhe o *Inter-network Protocol* (IP), concluindo o padrão operativo da Internet.

Paralelamente a este processo, outro aspecto de relevo contribuiu para o que a rede é hoje, em particular, as *Bulletin Board System*⁶¹ (BBS), meio pelo qual o programador Tom Jennings, em 1983, elaborou o seu próprio programa sustentando uma rede de BBS, a FIDONET, que centrava-se na utilização de computadores pessoais ligados pelas linhas telefónicas então existentes. Nesse mesmo ano, a adopção do sistema operativo UNIX, elaborado no final dos anos 60 e que se tornou no código utilizado pelos departamentos universitários, deu origem, por via da comercialização a custos reduzidos, a uma amplificação da rede. Com a conversão da ARPA em ARPA-INTERNET, dedicada à investigação, em 1984, o *National Science Foundation* (NSF) dos Estados Unidos concebe a sua própria rede de comunicações, denominada NSFNET, que, em 1988, passou a utilizar a rede criada anteriormente como suporte da sua. Em 1990, a ARPANET é desmantelada e o cariz militar que sempre esteve subjacente à sua acção desaparece, e, apesar do controlo da mesma ter sido entregue à NSF, esta viria a dar azo à privatização da Internet, quando a tecnologia que facultava poderes para a criação de redes informáticas se tornou acessível ao público, pois a decisão de comercialização da tecnologia já tinha sido anteriormente tomada, inclusivamente instalada na produção norte-americana de computadores. A extinção da NSFNET abriu portas

⁶⁰ É fundamentalmente uma técnica de comutação de pacotes que permite, por um lado, a concepção de elementos básicos a um sistema de comunicação sem o recurso a qualquer controlo centralizado, uma vez que a rede de distribuidores está munida de ferramentas para encaminhar a informação rumo ao seu destinatário; por outro, esses mesmos pacotes de informação conseguem integrar e conter no seu âmago um conjunto de conteúdos processável por várias máquinas, fundamentalmente constituídos por sons, textos, gráficos a cores e com elevada resolução, programas informáticos, dados e vídeos sem a perda de qualidade.

⁶¹ Elos de ligação em rede de computadores pessoais que surgiram nos finais dos anos 70, permitindo arquivar e a transmitir de mensagens.

à utilização privada da rede, sustentando o aparecimento de ligações, aproveitadas pelos *Internet Service Providers* (ISP) para fornecerem serviços, indispensáveis às próprias redes de fins comerciais, que entretanto foram ganhando força. O desenvolvimento da Internet assumiu então uma índole global, sendo inquestionável a sua propensão para multiplicar nós, elos e reconfigurações, transformando-se e adaptando-se às necessidades de comunicação impostas pela sociedade.

A ligação entre palavras, texto, som e imagem de uma forma não linear, denominada de hipertexto, definição resultante do trabalho de Tim Berners Lee, em 1974, viria a ser preponderante no procedimento de navegação na Internet, atraindo utilizadores cativados pela possibilidade, por exemplo, de saltar de páginas e linhas entretanto já elaboradas pelo autor da articulação. A *World Wide Web* resulta disso mesmo. “O carácter aberto da arquitectura da Internet constituiu a sua principal força. O seu desenvolvimento auto-evolutivo permitiu que os utilizadores se convertessem em produtores de tecnologia e em configuradores da rede. Como se revelou bastante simples juntar novos nós, os custos mantinham-se consideravelmente baixos e o *software* estava aberto e disponível; desde meados dos anos 80, qualquer pessoa com conhecimentos técnicos suficientes tinha potencialmente capacidade para entrar na Internet. Destas múltiplas contribuições surgiu toda uma série de novas aplicações nunca antes planeadas, desde o correio electrónico ao MODEM, passando pelos *banners* de anúncios e os *chatrooms*, chegando, finalmente, ao hipertexto” (Castells, 2004a: 45-46).

Contudo, a Internet não viu estagnado o seu percurso evolutivo. A força da inovação que representou nos processos sociais e organizativos tornaram a rede como uma ferramenta indispensável na matriz de uma sociedade, contribuindo para o desenvolvimento cultural, económico e humano da diversidade de sociedades existentes entre nós. De modo mais ou menos efectivo, atendendo às naturais discrepâncias existentes nas inúmeras culturas que fazem parte deste nosso mundo, a Internet tem vindo a deixar marcas. Mudou comportamentos, entrando abruptamente no tecido das nossas vidas como algo, hoje, integrante das mesmas, onde é tida como fundamental. Afinal, a Internet permite-nos potenciar o simples acto de comunicar, tão querido e intrínseco da qualidade humana, um dos valores centrais da sociedade (Walton, 1999; Rifkin, 2000). Dominique Walton (1999), ao apontar a autonomia, domínio e rapidez como conceitos indispensáveis para o sucesso das novas tecnologias, já perspectivava a capacidade que os novos mecanismos simbolizavam, como liberdade inquestionável de propriedade do tempo e espaço. “A *Web* torna-se a figura da utopia de uma sociedade onde os homens são livres, capazes de se emancipar por eles

mesmo. Nada disto é falso; corresponde ao ar de um tempo que valoriza a liberdade individual, a um momento em que não existem muitos mundos de aventuras novas para explorar, nem muitas formas de evasão a oferecer às novas gerações. As novas tecnologias constituem incontestavelmente um lugar de abertura, um *Far West*, uma referência à utopia. É fundamental que se conservem assim. [...] O indivíduo tudo controla, podendo desenvolver livremente as suas competências, assegurar o seu destino, cultivar-se, corresponder-se e criar relações sem o menor constrangimento de qualquer estrutura” (Walton, 1999:78).

A utopia é por si só uma definição da ausência de limites. Vacuidade própria da necessidade que o homem tem em atingir patamares constantemente qualificados como inalcançáveis. O inovar, construir tecnicidade, tem conceptualizado e ajudado a materializar essa vontade. Assim, cresceu a rede. Raymond Williams (1981) considerou mesmo que a tecnologia pode ser definida como “uma instituição social” que inclui “as invenções técnicas”, as “técnicas utilizadas”, o “conhecimento para desenvolver os dispositivos” e respectivas suas valias, bem como o “conhecimento para as utilizar num determinado contexto social” (Williams, 1981:226-227).

A inovação tecnológica surge, então, como uma espécie de produto do sistema social vigente, no qual as necessidades identificadas dão azo às inovações científicas que vão passando os tempos, transformando-se em rotinas cumpridas ou desideratos fúteis, marcados pela repetição natural de comportamentos. Hoje, a Internet já é um pouco disso, tem um algo de rotineiro nas práticas diárias que o homem assume e desenvolve. O modelo de análise das reais implicações da Internet como um meio de massas preconizado por Brian Winston (1996 e 1998) vai precisamente ao encontro da flutuação de preponderância que a rede atravessou e prosseguirá ao longo dos tempos, até se refugiar definitivamente na banalidade encontrada em tempos pela rádio ou televisão. Já não são novidade. A invenção e a adopção social da Internet é apenas mais um passo na sua longa e firme evolução, rumo à trivialidade.

Neste sentido, Winston (1996 e 1998) sistematizou um modelo que simplifica o contexto social da inovação tecnológica, colocando em cima da mesa dois conceitos elucidativos das tensões existentes no processo de consolidação da adopção social de uma determinada tecnologia. Para o autor, verifica-se a presença de *aceleradores* e *travões* à mudança tecnológica (1996). Os *aceleradores* são precisamente conotados com as necessidades sociais (1996) que empurram a inovação tecnológica para a frente e a respectiva adopção social de um novo tecnicismo. Winston (1998) identifica *aceleradores* em várias áreas da sociedade, enquanto consequência dos pedidos de grupos sociais, inovações relacionadas com tecnologias ou necessidades industriais na prossecução e obtenção de novos produtos. “A

solução técnica estará disponível, mas só pode estabelecer-se como tecnologia quando os promotores da necessidade social podem usufruir da mesma” (Domingo, 2008:22). Por *travões*, Wintson (1998) entende as acções de determinados actores sociais que procuram abrandar a adopção social da nova tecnologia, em particular através de leis delimitativas da sua introdução e massificação. Assim, defende o autor, é natural a confrontação social sempre que surge uma inovação de cariz tecnicista e as primeiras reacções, que também ocorreram no jornalismo, como veremos mais à frente, vão habitualmente no sentido de parar ou atrasar a admissão da mesma, o que possibilita a existência de um período de adaptação e mudança no seio das instituições, sem que tal venha a significar a perda dos principais atributos e o poder que a tecnologia tenha.

Esse hiato temporal dedicado à integração da Internet numa realidade social, ávida de fluxos de informação constantes (Rosenbeg & Feldman, 2008), já foi cumprido e a prova está nas rotinas diárias dependentes da rede que use pessoas, serviços e acções. “A Internet é hoje o tecido das nossas vidas. Não é o futuro. É o presente. A Internet é um meio totalmente abrangente que interage com o conjunto da sociedade” (Castells, 2004:221). Mas o futuro, necessariamente marcado pela evolução dos tempos, continuará a ser determinado pela ideologia técnica (Walton, 2006), a mesma que tem ajudado a rede no processo transitório rumo à banalização do que, em tempos, foi inovação. “Daqui a alguns anos constaremos talvez que a Internet foi o apogeu e o tórumulo da ideologia técnica. Apogeu porque entre 1995 e 2000 só se falava da ‘revolução da Internet’. Tudo o que a informática, depois as auto-estradas da informação nos anos 80 e 90, não conseguiu resolver, deveria ser resolvido pela Internet. A *Web* e as redes instalavam a economia da informação, iam diminuir o fosso entre o Norte e Sul, subverter os regimes autoritários, regenerar as velhas democracias e criar um homem novo. A derrocada da ordem especulativa entre os anos 2000 e 2002 foi a prova da verdade, mas a ideologia técnica, aquela que confere a uma técnica, de informação e comunicação, o poder de mudar toda uma sociedade, não morreu. Irá renascer amanhã com outros tipos de técnicas. Não existem lições da história. A ideologia política clássica esmoreceu, deixando os homens sós perante as ciências e as técnicas. Esta ideologia ressuscita com toda a facilidade no domínio da comunicação na medida em que aí o progresso técnico é considerável” (Walton, 2006:65).

Efectivamente, o progresso técnico tem sido substancialmente determinante no desenvolvimento de novas formas geradores de fluxos comunicacionais, isto por via da Internet, entretanto já consolidada enquanto ferramenta indispensável da sociedade. A *mediamorfose* defendida por Fidler (1997), à qual a sociedade está sujeita, é certo, ainda não

foi completamente concluída, sobretudo, no que à abrangência global diz respeito, algo invariavelmente dependente das assimetrias económicas e sociais existentes entre as subculturas presentes na aldeia global (McLuhan, 2001). A convergência de meios, por exemplo, como veremos mais à frente, é um processo em constante mutação, sobretudo no que à utilização da rede com fins profissionais. Mark Deuze (2007) aborda essa perspectiva e defende uma alteração da natureza de várias profissões por força de influência da rede. “A mudança da natureza do trabalho e da vida no início do século XXI deve ser enquadrada de acordo com as constantes inovações nas tecnologias de informação e comunicação que se têm desenvolvido como reflexo dos novos pedidos de consumo e produção. Os *media* tornaram-se parte de cada um dos aspectos da vida diária das pessoas, facilitada pela proliferação mundial da Internet e dos serviços similares que ligam os subscritores a uma global, sempre ligada, informação digital e rede de comunicação” (Deuze, 2007:13). Por isso mesmo, Deuze (2007), ciente de que a nova condição humana numa sociedade em rede é mais dinâmica do que era, delimita o conceito de *liquid life*, como forma de caracterizar o constante processo de mutação que a sociedade vai atravessando, em particular os elementos que a constituem. “Viver uma *liquid life* envolve uma complexa dança entre trabalho, jogo e vida no contexto de rápidas mudanças no ambiente ‘glocal’, em que a vida é definida através dos *media*. [...] A *liquid life* da sociedade moderna é onde a incerteza, o fluxo, a mudança, o conflito e a revolução são condições permanentes de uma vida diária” (Deuze, 2007:42-43).

A Internet já faz parte dessa *liquid life*, ajudando na sua promoção e amplificação. A adopção tecnológica pela sociedade está consumada, os efeitos da mesma têm-se tornado, de forma mais ou menos acelerada, visíveis e globalizados. É pois um estágio distinto, aquele que a Internet preenche actualmente. Não vemos na rede algo de novo, mas sim um meio conhecido onde as suas ferramentas permitem chegar a outros patamares, sejam eles sociais, económicos ou culturais. “A ligação entre a tecnologia e a sociedade é um processo em movimento”, recorda Pablo Boczkowski (2005: 10). E assim continuará a ser, mesmo depois de a rede ter invadido o final de século passado e assumido o seu papel enquanto tecnologia fundamental para a sociedade contemporânea (Bastos, 2000; Rifkin, 2000; Dreyfus, 2001; Cardoso, 2003; Rodgers, 2003; Castells, 2004a; Gomes, 2009), que prossegue o seu caminho na procura de saciar necessidades técnicas, sociais, económicas e culturais, sempre com a tecnologia a seu lado, a mesma que deu azo à Internet.

14. Influências no jornalismo

A dependência do jornalismo face à tecnologia é histórica (Bastos, 2008) e a multiplicidade de ferramentas que a Internet disponibiliza para a prática da profissão é inequívoca, alternando procedimentos e rotinas outrora inimagináveis. A simples transmissão rápida e perceptível de informação (Deuze, 2006) através da rede é uma premissa indesmentível nos dias que correm, a qual advém das próprias características que a Internet possui, as mesmas que estiveram na génese do seu aparecimento. “A Internet não só engloba todas as capacidades dos meios de comunicação antigos [texto, imagens, gráficos, animações, som, vídeo, difusão de conteúdos em tempo real], como oferece um conjunto de novas capacidades, incluindo a interactividade, acesso *on-demand* e controlo por parte do utilizador” (Pavlik, 2001:3). Tais potencialidades, acrescidas da transição tecnológica acelerada e vinculativa nas últimas décadas, implicaram indubitavelmente mudanças radicais no seio dos órgãos de comunicação social, influenciando, naturalmente nos procedimentos comunicacionais em que o jornalismo é condutor e determinante de fluxos informativos. A necessidade de fazer com que a informação chegue a um grande e indeterminado número de pessoas dispersas em espaço e tempo (Queiroga, 2008) teve na Internet uma resposta cabal.

É um facto, como aponta Hélder Bastos (2000), que a Internet apresentou dois níveis de impacto distintos no jornalismo, em particular, em primeiro lugar, na forma como os jornalistas executam a pesquisa de informações, inclusive no contacto com fontes de informação (Gomes, 2009), e, em segundo, ao nível da produção para a plataforma virtual que foi adquirindo poder comunicacional, por via da massificação de utilizadores. A produção e consumo da informação (Noci e Aliaga, 2003), devido aos novos formatos emergentes, aspecto do qual não estão dissociados os processos de recolha e edição, tornaram-se díspares e o seu rumo distintivo prossegue com a consolidação da rede, algo que suscita igualmente o aparecimento de novas ferramentas de atractividade. A Internet mudou, portanto, o ambiente da notícia e respectiva produção. “As notícias são também aquilo que os jornalistas fazem delas. Como os jornalistas fazem as notícias depende do ambiente de trabalho que os envolve. O seu ambiente de trabalho é condicionado por factores económicos, sociais, políticos e tecnológicos, e todos formam um denso inter-relacionamento com os componentes comerciais, éticos, reguladores e culturais. Se queremos entender a natureza das notícias nas sociedades contemporâneas, então temos de interrogar as notícias na sua complexidade contextual” (Fenton, 2010:3).

Por força de tal complexidade, não podemos esquecer o contributo que a envolvência mediática tem dado à produção incessante de conteúdos, para a qual a Internet dá um auxílio

fundamental na aceleração de ciclos informativos e, conseqüentemente, premência de produção quase instantânea. A rede, é um facto, trouxe consigo o valor do imediatismo, a sectores do jornalismo, concretamente aos meios de comunicação social, que até então lidavam somente com períodos de fecho ou noticiários previamente calendarizados no tempo e espaço. A Internet teve a força de afirmar que as notícias não têm tempo nem hora para circular. A exigência deste pressuposto tornou-se presente no jornalismo. Como refere Mitchell Stephens (2007) citado por Rosenberg e Feldman (2008), “a palavra revolução é justificada”. “Esta é a mais profunda mudança que vi no jornalismo desde a invenção da Imprensa escrita. Certamente, nunca na minha vida, nem nos vários países, vi uma mudança tão dramática na forma como as pessoas obtêm informação, com tantas conseqüências dramáticas para as organizações noticiosas de onde são alcançadas essas informações. E estamos apenas no meio disso. Vai ficar pior para os *media* tradicionais; vai ficar melhor para os novos *media*, claramente. E vai continuar a reconfigurar as nossas vidas em larga escala e as políticas em grande extensão” (Stephens cit. Rosenberg e Feldman, 2008:25).

A constatação da transversalidade do impacto da Internet no jornalismo é igualmente focada por Barbie Zelizer (2009), lembrando que o processo metamorfofísico está em curso. “Desde as formas de comunicação oral até às mais recentes trocas de informação *online*, o jornalismo foi sempre múltiplo, multi-dimensional, multi-direccional e multifacetado, e a sua multiplicidade tornou-se mais pronunciada à medida que o jornalismo foi necessariamente mudando de região ou local” (Zelizer, 2009: 1).

A popularização da rede (Deuze, 2007; Bastos, 2008; Gans, 2009) acelerou impactos esperados, estabelecendo um novo mercado, uma distinta realidade, desta feita virtual, mas em que se tornou urgente estar presente. A corrida para a rede foi imediata. E sendo o jornalismo um factor essencial de uma sociedade democrática, pelo que produz e pela forma como o faz, isto perante determinadas condições propósitos, delimitadas em função dos objectivos organizacionais e uma identidade profissional (Deuze, 2009a), seria impensável virar de costas à Internet, exemplo evolutivo da democraticidade elevada pela participação dos utilizadores. É difícil resistir a uma combinação de todas as formas de comunicação humana existentes no formato digital, em que os constrangimentos analógicos do mundo não conhecem uma aplicação verdadeiramente prática (Pavlik, 2001).

“Considerar o domínio da tecnologia enquanto amplificador e acelerador da mudança no jornalismo pressupõe colocar o foco na forma como os jornalistas se apropriam das tecnologias, colocando-as ao serviço de objectivos, estratégias e relacionamentos de modo a acelerar e estabelecer tendências, desenvolvimentos e actividades jornalísticas. A tecnologia,

neste âmbito, não é um necessário agente de mudança, nem um veículo de reprodução indiscriminada. É vista como uma ‘*supercharger*’ de tendências e desenvolvimentos emergentes que afectam o trabalho dos jornalistas” (Deuze, 2009a:82). Marcando a rede, uma nova era no jornalismo (Koch, 1996), permitindo a presença no mesmo espaço virtual de fornecedores de informação e utilizadores (Gomes, 2009), onde é possível aceder a um leque infindável de recursos susceptíveis de alcançar respostas para as mais variadas questões colocadas diariamente, Pavlik (2001) defende que a Internet é determinante nos processos democráticos, sobretudo na promoção do denominado jornalismo cívico, decorrente da transmissão de informação dos utilizadores da rede através de *blogs*, redes sociais, *chatrooms* ou fóruns, como veremos mais à frente. “O jornalismo cívico tem crescido rapidamente através dos *media online* e tornar-se-á uma parte vital da república electrónica do século XXI. O acesso electrónico público a informação relevante para o processo democrático é expandido, à medida que o acesso dos cidadãos aos serviços governamentais aumenta via Internet. Os cidadãos estão cada vez mais habilitados a obter informação através da Internet directamente junto das fontes governamentais e políticas” (Pavlik, 2001:132).

Tal acessibilidade do público às fontes de informação habitualmente utilizadas pelos jornalistas colocou a bitola do escrutínio na veracidade de conteúdos divulgados num patamar distinto. Diferença que, em última instância, afecta a credibilidade da notícia divulgada e, conseqüentemente, o órgão de informação através do qual o jornalista executa a prática comunicacional. “O crescimento da sociedade civil global, ligada à globalização do jornalismo, é poderoso e transformador. Há muitas novas vozes jornalísticas (notavelmente, *bloggers*) e novas formas e fóruns jornalísticos (*blogs*, agregadores de notícias, *wikis*, fontes oficiais presentes na rede)”, (Schudson, 2009:109).

Entre os impactos e transformações que a rede continua a provocar no jornalismo, encontramos essencialmente a própria natureza da tecnologia, que influencia, como temos verificado, não só a prática do jornalismo como o acesso à profissão, algo que apresenta contornos positivos e negativos (Fenton, 2010). Com efeito, a partir de metade da década de 90, vários estudos académicos (por exemplo Garrison, 1995, 1997, 2000a, 2000b; Bastos, 2000; Reddick e Elliot, 1995, entre muitos outros) centraram-se na forma como os jornalistas desempenhavam as suas funções perante a Internet, a própria estrutura assumida pelas redacções e as alterações das relações entre jornalistas, organizações noticiosas e os seus públicos (Pavlik, 2001; Gomes, 2009; entre outros). A consideração da natureza interactiva da Internet, a sua complexidade, o volume e a variedade da informação que nela consta, assim como a convergência que possibilita tem vindo a assumir maior preponderância, à medida que

os obstáculos de aceitação vão sendo superados. No fundo, a análise às novas formas de recolha de informação têm estado subjacentes aos diversos estudos, mas esse caminho percorrido tem dado azo a novos desafios, os quais pressupõem, como muitos designam, um novo jornalismo. Um jornalismo aberto a principiantes, com reduzido controlo editorial, que pode ser efectuado em qualquer lado, não apenas na redacção, que envolve uma nova forma e técnicas de escrita, que, por via das funções da Internet, fragmenta audiências, a quem a entrega de conteúdos é efectuada a grande velocidade, é aberta e, sobretudo, interactiva (Fenton, 2010). Assim, lembrando um pouco os pressupostos enunciados por Deuze (1999), prevalecem sobre o jornalismo, delimitando a produção noticiosa, três características inerentes à rede: *espaço e velocidade*, a *multiplicidade e policentralidade*, a *interactividade e participação*. Todas elas potenciando, em conjunto, uma nova marca de jornalismo (Deuze, 1999).

Com efeito, o espaço aberto que a rede oferece no ambiente *online* representa uma abertura tremenda a novas oportunidades de divulgação de conteúdos, as notícias, por via da fluidez alcançada (Rosenberg e Feldman, 2008), surgem em distintos formatos, sujeitos a constantes *upgrades* de valor acrescentado. Arquivar e encontrar conteúdos no manancial de arquivos que a Internet possui no seu âmago aumentou, claramente, as possibilidades do jornalista recolher e aprofundar temáticas que pretende tratar. As formas inovadoras de apresentação das mesmas, através de multimédia, tornaram a missão jornalística mais exigente enquanto produtores num mercado globalizado e substancialmente competitivo. Uma notícia veiculada a quilómetros de distância, em outro idioma, com um par de cliques e ferramentas, torna-se notícia noutra canto do mundo em poucos minutos. A velocidade inerente ao *online* reduz espaços. Esta celeridade de processos permite aos jornalistas o acesso a informações sem que saiam das suas redacções, as reportagens podem ser colocadas na rede em fracções de segundos e o próprio público tem a possibilidade de interrogar-se sobre as mesmas, participando e comentando o conteúdo divulgado. O mediador virtual aproximou o jornalista do público, tornando-o um agente acessível à interactividade e, conseqüentemente, exposto à própria crítica e elogio. Os tempos de notícia, as horas de fecho, os *timings* de produção, alteraram-se substancialmente com rede. A velocidade dos fluxos aumentou, tornou-se bidireccional e, fundamentalmente, os espaços foram reduzidos. O público deixou de ter fronteiras, transformando-se num alvo global, pelo que uma presença no ambiente virtual dos meios de comunicação social foi requisito indispensável na globalização já consumada.

Aspectos negativos sobressaíram da velocidade e redução de espaço imposta pela rede. As organizações noticiosas, pressionadas pelo factor tempo, têm encorajado a divulgação de notícias sem os habituais procedimentos de comprovação de veracidade dos factos, colocando amiúde em causa a integridade jornalística do próprio jornalista e credibilidade do mesmo, bem como do órgão em que exerce a prática profissional (Gunter, 2003; Silvia, 2001). A fobia pelo imediatismo tem sido saciada pelas forças das agências mediáticas em detrimento da reportagem original, como veremos mais à frente, tornando os jornalistas, como defende Ian Hargreaves (2003), em “*robohacks*”, praticando “*churnalism*” (Davies, 2008), ou seja, uma forma de jornalismo em que os *press releases* e as histórias pagas às agências noticiosas são usados para criar artigos, em particular nos jornais, de modo a fazer face às pressões do tempo e da redução de custos produtivos, sem a verificação dos dados fornecidos. Estes procedimentos vão de encontro ao pressuposto inerente à obra de Howard Rosenberg e Charles Feldman (2008), defensores de que o aumento da velocidade dos fluxos noticiosos tem degradado a qualidade do jornalismo moderno. “A intensificação da pressão sobre as redacções para produzir mais artigos em menos tempo é reivindicada como causa condutora para a existência de menos jornalistas a recolher informações fora das redacções” (Fenton, 2010:8). A juntar a este facto, a própria pressão das organizações noticiosas no sentido dos seus jornalistas efectuarem várias tarefas para as distintas plataformas decorrentes e potenciadas pelas próprias características da Internet tem levado à diminuição dos parâmetros de profissionalismo (Gunter, 2003).

Se o espaço *online* confere aos *media*, no que à redução e eliminação das barreiras físicas e geográficas de contactos diz respeito, uma das grandes armas de expansão noticiosa, não deixa de ser verdade que o aumento de pluralidade informativa tem sido drástica, em particular devido à possibilidade de novos fornecedores de conteúdos entrarem no ciclo noticioso, cedendo elementos que ameaçam os pseudo-monopólios dos grandes grupos de comunicação. A Internet, como já observámos, tornou o modelo comunicacional assente numa lógica de “muitos para muitos”, logo, é inerente o aparecimento de utilizadores com propensão noticiosa, ora através de páginas pessoais, *blogs* ou fóruns, entre outros. O imenso espaço virtual representa, conseqüentemente, um enorme desafio para os jornalistas sob o ponto de vista da cobertura noticiosa. O repto tecnológico coloca-se em dois níveis distintos, por um lado, no aumento concorrencial na procura de informação que sustente as notícias elaboradas, algo que em última instância determina e suscita o valor exclusivo das mesmas. Todos os jornalistas desejam noticiar em “primeira-mão”; no entanto, a rede aumenta a concorrência e agressividade noticiosa, reduzindo, aos olhos do consumidor e respectivo

mercado o valor do exclusivo. Por outro lado, a Internet alarga o acesso à informação aos utilizadores e leitores mais interessados, fundamentalmente porque permite ao público o acesso a algumas das fontes de informação, colocando a missão jornalística num patamar de maior exigência, uma vez que o jornalista passa a estar sujeito a uma crítica mais fundamentada, decorrente da exposição de parte do seu trabalho. Os valores da objectividade, imparcialidade e fidedignidade, traves mestras do jornalismo, estão, assim, perante o escrutínio público com maior frequência.

Esta multiplicidade de vozes emergentes explana culturas, pontos de vista diversos, e contribui, também, para o diluir da voz jornalística. A quantidade emerge como valor, fruto das múltiplas plataformas alimentadas pelos interesses dos cidadãos, sejam eles portais, *blogs* ou redes sociais, como o *Facebook*, *My Space* ou *Hi5*. Alguns destes aspectos, elencados como nocivos à prática jornalística, têm sido rebatidos com a interactividade associada à rede, suscitando o que muitos entendem como *jornalismo cívico*, sustentado no pressuposto de que qualquer indivíduo pode ser jornalista com as ferramentas certas. “Os jornalistas de hoje não disputam a atenção do público apenas com outras empresas jornalísticas; cada vez mais competem com fontes não tradicionais de notícias, tais como *shows* de entretenimento, sites especializados e *blogs*” (Kolodzy, 2006:28).

Os *blogs* surgiram precisamente como uma espécie de alargamento e enriquecimento dos grupos, listas e fóruns, *chats* e, particularmente, do correio electrónico (Barbosa e Granado, 2004), estando subjacente, na sua construção discursiva e de formato, a ideia de um diário pessoal, algo que possibilita aos utilizadores escrever, editar, interagir e publicar livremente os conteúdos desejados, que reflectem os assuntos que estão ou figuraram na ordem do dia em determinado tempo. “Milhões e milhões de palavras têm sido escritas e lidas por indivíduos sem quaisquer ligações aos *media* antigos” (Hewitt, 2005:XVI). Este processo de libertação tem permitido uma filtragem da informação na própria rede por força do carácter selectivo que o seu autor promove aos factos que integra na sua base hipertextual, tornando-se, dessa forma, um modo de contextualização da própria informação, uma vez que verifica-se uma justaposição complementar da mesma. É que o *blogger* pode facilmente, ao destacar um determinado artigo ou conteúdo nele presente, anexar-lhe fontes de consulta, histórias relacionadas, interpretações díspares, através de uma simples hiperligação (Blood, 2002). O convite à participação é logo feito ao utilizador, por via da possibilidade deste comentar o

assunto através de um *post*⁶², encorajando uma avaliação de conteúdo do próprio e promovendo a colocação de pontos de vista alternativos ao exposto.

Para McNair (2006), os *bloggers* integram precisamente uma das quatro categorias de actores que advêm da tensão que defende existir entre os antigos e novos *media*, assumindo-se como *actores individuais não profissionais*. Como *actores institucionais profissionais* são considerados os grandes grupos comunicacionais, detentores de várias plataformas de transmissão de informação, casos da BBC, CNN ou Al Jazeera, os *actores individuais profissionais* são tidos como aqueles que, reconhecidos pela opinião pública, se dedicam exclusivamente à emissão de opinião em fóruns, *chats*, *blogs* e outros meios de informação, já os *actores institucionais não profissionais* agregam agências governamentais, organizações não-governamentais, partidos políticos, grupos de *lobbies* e até organizações terroristas.

“A ‘grande ideia’ da Internet é o poder de distribuir informação e toda a gente pode fazê-lo, sem grande trabalho, desenvolvendo um *site* que centenas e milhares de pessoas possam ler ou participar nele. [...] A Internet pressupõe a personalização da comunicação. Os *blogs* criaram uma pequena ilha de racionalidade e estabilidade no mar da informação em que a Internet se tornou para todos” (Blood, 2002a:30). Esta força permite identificar três características diferenciadoras dos fornecedores habituais de informação já conhecidos. Com os *blogs*, ganha força a *subjectividade* no discurso, o risco assumido pelo mesmo é menor, as obrigações profissionais não estão subentendidas nem condicionam os actos de expressão individual, e a agressividade da linguagem utilizada é claramente mais combativa e opinativa, dado que os *bloggers* estão preparados para exporem as suas ideias ao escrutínio público, sem restrições, fomentando o debate virtual em torno das ideias e pressupostos transmitidos. Aí, entra em campo a *interactividade*, assente na evidente reciprocidade entre o produtor e leitor, que pode assumir, sempre que desejar, o papel de interlocutor. A Internet torna o espaço do diálogo ilimitado, desafiando a participação dos utilizadores em função dos seus interesses particulares, potenciando unívocos fluxos comunicativos bidireccionais. A *conectividade* é intrínseca ou não fossem os *blogs*, frequentemente usados como portais, portas de entrada em outros *sites*, por via das hiperligações que neles coexistem (McNair, 2006). “*Blogs* são páginas *Web* interactivas e não sincronizadas em que o anfitrião efectua *uploads*⁶³ e *postings* em torno de um tópico. Esse tópico não tem de ser notícia, nem precisa de obedecer e ser

⁶² Comentário colocado por um utilizador num *blog*.

⁶³ Transferência de dados para um determinado *site* por parte de um utilizador.

escrito de acordo com os procedimentos e práticas utilizadas nos *media* tradicionais”, (Zúñiga, 2009:109).

Atendendo ao facto de a rede permitir o acesso a uma extraordinária abundância de informação, sendo que a velocidade com que é criada tem acarretado importantes implicações no jornalismo e na sociedade (Chyi, 2009), os defensores dos *blogs* têm vindo a considerar que estes, servindo como “*cães de guarda*”, podem impor e obrigar os *media* tradicionais a serem mais responsáveis (Gilmor, 2004; Burns, 2005). Neste sentido, os mais entusiastas têm vindo a apelidar os *blogs* de *novo género de jornalismo* (Wall, 2005), *jornalismo amador* (Lasica, 2003) e até *jornalismo popular* (Haas, 2005). Considerar, porém, os *blogs* como jornalismo parece-me excessivo e até contraditório face aos valores em que assenta o exercício da profissão. Se, desde a massificação da prática jornalística, o jornalismo tem vindo a evoluir e a desenvolver qualidades como a confiança, credibilidade, fidedignidade e objectividade, em que medida uma forma de expressão subjectiva pode ser entendida ou conotada directamente como tal? “Os *blogs* são especialmente favoráveis à introdução de informações negativas no fluxo informativo e para fazer circular rumores como factos. [...] É um lugar onde todos têm a sua verdade”, (McNair, 2006:131).

Rebecca Blood (2002) acrescenta mesmo que, independentemente da preponderância que os *blogs* possam ter na forma como alimentam, sustentam e dão azo à abordagem de temáticas várias, a diferença entre estes e o jornalismo é notória. “O que os *weblogs* conseguem fazer é impossível de reproduzir pelo jornalismo tradicional; por sua vez, o que o jornalismo materializa é impraticável para os *weblogs*. [...] Os relatos de notícias consistem na entrevista de testemunhas oculares e de especialistas, na confirmação dos factos, na escrita de uma representação original do assunto, uma revisão editorial: o jornalista faz a sua pesquisa e escreve a história e o editor assegura-se de que essa está em conformidade com os requisitos. Cada passo está pensado para criar um produto consistente, conforme aos padrões da agência noticiosa. Os *weblogs* não fazem nada disto. Os *weblogs* não têm monitores, geralmente são geridos nos tempos livres dos responsáveis. Os *bloggers* não usam verificadores de factos e não têm de responder perante ninguém. Os *bloggers* também não costumam redigir artigos acerca dos acontecimentos da comunidade onde se inserem, pelo menos não do tipo que jornais e revistas costumam apresentar” (Blood, 2002:33-34).

Tal como Rebecca Blood (2002), Andrews (2003) entende não ser possível e adequado qualificar o *blogging* como jornalismo. “Se o jornalismo é o fornecimento de factos verificáveis a uma audiência através de um *mass medium*, então a maioria dos *blogs* está longe de se adequar a estes *standards*. Muitos *blogs* focalizam-se em matérias de interesse limitadas para

um nicho seleccionado, mas circunscrito. E os *blogs* que de facto contêm notícias fiáveis são largamente derivativos, colocando hiperligações para outros *blogs* e, em muitos casos, para o jornalismo impresso”, (Andrews, 2003:63). Evidentemente, associado a estes pressupostos está a própria profissionalização dos intervenientes, facto indesmentível pela natureza dos actores participantes em cada um dos processos. No jornalismo, encontramos profissionais especificamente preparados para os formatos de concepção e divulgação noticiosa, nos *blogs*, os autores, não têm idêntica preparação, não são pagos para a terem e muito menos são norteados por regras de verificação de informação e dados obtidos. Claro que, nos dias que correm, pela força da expressão que assumem no seio virtual, é, para os jornalistas, indispensável a conexão entre as práticas da profissão e os *blogs* em si, devido ao manancial de informação que vagueiam no seu interior, ainda que os cuidados a ter com a verificação dos dados sejam naturalmente elevados.

“O género do *blog* é, primeiro, firmemente situado dentro de uma aceleração contemporânea da vida social, não apenas na compressão de espaço e tempo que a tecnologia permite, mas também para que a compreensão seja feita em sentido de como algo deve ser avaliado. O *blog* oferece pensamentos e observações logo após terem sido formados e produzem igualmente um sentido de partilha ao leitor e escritor. Como o imediatismo da palavra é agradável, a cultura ocidental permite que a velocidade desta comunicação se torne associada com o sentido de comunicação imediata, ou não mediada, conseqüentemente vivida e obviamente real. *Blogs* pertencem, assim, a uma retórica da realidade em tempo real” (Matheson, 2009:154).

A capacidade que a Internet concede ao utilizador de transcender barreiras, associada aos fluxos informativos que circulam em dois sentidos, entre produtores/emissores e audiência, a apresentação multimédia de notícias, atraindo cada vez mais utilizadores e o público, a transmissão em tempo real de informações, bem como o aumento exponencial de informação a circular (Chyi, 2009), foram aspectos determinantes para que o impacto da rede influenciasse o modo como os jornalistas passaram a efectuar as suas pesquisas de informação (Pavlik, 2001; Gomes, 2009). Novas fontes surgiram no horizonte dos jornalistas, que, entre a panóplia de ferramentas que foram colocadas à sua disposição, viram o seu campo de recrutamento informativo diversificado e complementado. “A tecnologia digital condicionou progressivamente os conteúdos de forma a desafiar os próprios valores das notícias” (Lee-Wright, 2010:82).

A pesquisa de informações tornou-se, assim, cada vez mais preponderante, sobretudo, pela velocidade com que a mesma pode ser feita. O contacto com as próprias fontes de

informação sofreu igualmente mutações. Novas formas emergiram, facilitando processos e outras preponderâncias veiculares como o correio electrónico. “A Internet é uma fonte valiosa de informações para trabalhos jornalísticos. Contém um vasto conjunto de informações que podem ser úteis aos jornalistas para que estes identifiquem potenciais *estórias*, *leads* e fontes de informação. A nova tecnologia disponibiliza o acesso instantâneo a um vasto conjunto de bases de dados, [...] a pesquisa virtual de uma determinada *estória* pode complementar e enriquecer a notícia. Os jornalistas, através do *online*, podem integrar informações nas suas notícias e dar à audiência o acesso material em primeira mão como um suplemento das suas próprias notícias, fundamentando as mesmas. Apesar de nem todos os leitores entenderem este aspecto como valioso, pelo menos permite que ocasionalmente os leitores possam aceder e conhecer em maior profundidade a *estória* ou notícia” (Pavlik, 2001:80).

Constituindo a rede um desafio modificador da profundidade da pesquisa, da própria produção e, conseqüentemente, da difusão da informação (Agostini, 1997), sem esquecer o carácter sagrado existente na relação entre os jornalistas e as suas fontes de informação (Traquina, 2002), John Pavlik (2001) entende que os efeitos produzidos pela Internet no jornalismo resumem-se em quatro categorias distintas, contudo interligadas pelo fio condutor a que estão associadas. 1) A natureza das notícias sofreu alterações como consequência natural da evolução tecnológica que se foi verificando; 2) Os jornalistas constataram rapidamente que o seu trabalho estava a ser revolucionado de modo transcendente face ao que estavam habituados e adaptados; 3) A própria estrutura das redacções foi sendo adequada às necessidades sentidas e as empresas jornalísticas iniciaram processos de transformação recorrentes e cíclicos por força da constante inovação a que têm estado sujeitas; 4) Os relacionamentos entre jornalistas e todos os agentes que estão à sua volta, nomeadamente com a própria organização em que estão inseridos, as organizações com as quais interage, colegas de profissão que partilham também o raio de acção mediático, o público, as audiências, a concorrência no mercado, ou a forma como o relacionamento com as fontes oficiais e não oficiais, conheceram mudanças.

Ferramentas como o correio electrónico, *blogs*, como observámos anteriormente, redes sociais como o *Facebook*, *My space*, ou outras de *microblogging*, em particular o *twitter*, estreitaram laços entre jornalistas e fontes de informação, colegas e novas fontes, sejam elas oficiais ou não oficiais. A velocidade de transmissão da informação ganhou um ímpeto tremendo (Rosenberg e Feldman, 2008). “A nova condição humana na sociedade em rede certamente que é mais dinâmica do que habitualmente era. As pessoas movem-se constantemente em todos os tipos de redes, físicas e virtuais, e essas mesmas redes nunca se

mantêm na mesma. Os contextos dessas redes variam – desde as mais tradicionais, como os relacionamentos com vizinhos, familiares, ou o ambiente de trabalho, incluindo as listas de correio electrónico. *Usenet newsgroups* e os chamados clãs *online* nos jogos com múltiplos jogadores, também. Numa sociedade em rede, cada um e todos nós estamos conectados e ligados a densas redes fortes ou fracas, mas de temporárias afiliações, e essas redes são permitidas e amplificadas pelos novos *media* como a Internet” (Deuze, 2007:17). Esta condição está evidentemente presente na acção diária dos jornalistas, sentem-na como ninguém. E as fontes, nas suas acções de promoção, conjugam essa realidade com os propósitos que possuem.

Na constante luta travada pelos jornalistas em busca da sua própria autonomia, vários agentes têm vindo a beneficiar da Internet para assumirem a preponderância no fluxo informativo que outrora nunca tiveram, condicionando, agora, os conteúdos desse mesmo fluxo. A pressão do tempo, com a qual os jornalistas têm de lidar na sua acção, é um aliado determinante dos agentes condicionadores, presentes, sobretudo, nas fontes oficiais, na forma de assessores de Imprensa, *spin doctors* e relações públicas, os quais, ao longo dos últimos anos têm disponibilizado como nunca informação, nem sempre fiel aos acontecimentos, mas permanentemente de acordo com os desideratos das organizações em que estão inseridos. O desafio para os jornalistas, por via desse facto, também aumentou ao nível da selecção do que é verdadeiramente significativo, dentro do noticiável. “Uma das grandes mudanças trazidas pela Internet foi a tendência de as organizações enviarem a resposta por correio electrónico para a lista inteira da Imprensa” (Phillips, 2010:94). Na verdade, actualmente, qualquer anúncio público de uma organização é classificado como um acto de relações públicas e a procura de jornalistas para que as técnicas de relações públicas sejam aceites é intensa. O correio electrónico tem sido uma ferramenta indispensável neste processo de contacto e um elo de ligação como os jornalistas, tornando o envio de informações mais intenso e regular (Fenton, 2010).

É evidente que, neste contexto, a rede tem potenciado igualmente a sobreposição das agências noticiosas no campo mediático. Os conteúdos e notícias que fornecem aos seus clientes aumentaram drasticamente a competição pela divulgação das mesmas no mundo virtual. As agências noticiosas possibilitam, por exemplo, que as organizações noticiosas optem pela cobertura de serviços de agenda em detrimento de outros que sejam acompanhados por essas mesmas agências, as quais, estão naturalmente, integradas no competitivo mercado da informação. O contributo das agências noticiosas para o acelerar dos fluxos informativos, através da cedência de *estórias* a uma velocidade cada vez maior, tem sido vital igualmente

para o aumento da pressão sobre os jornalistas das organizações. Agora, cada história entra no mundo *online* em minutos e os jornalistas estão sobre intensa pressão para não falharem nada que apareça no sítio da Internet do órgão de informação rival (Phillips, 2010). Como anota Angela Phillips (2010), estamos perante uma certa canibalização, pois a prática de reescrever conteúdos difundidos pelos meios de comunicação concorrentes ou pelas agências noticiosas, em alguns casos com apenas um telefonema a complementar, geralmente para um assessor de comunicação ou relações públicas, tem vindo a ganhar força, devido à pressão a que os jornalistas estão sujeitos e, em última instância, pelas opções de agenda adoptadas pelas organizações noticiosas, as quais, por força das dificuldades económicas que enfrentam, possuem poucos recursos para fazer face aos eventos ou acontecimentos agendados.

Por isso, na Internet, os jornalistas podem encontrar de tudo. Em alguns casos, a pressa de execução e elaboração da redacção noticiosa é tal que a fidedignidade e verdade da mesma é inexistente, inclusive encontram-se, em vários portais de notícias, informações contraditórias e com pouco sentido. “As fontes de informação não estão, não só, a ser confirmadas, como há casos em que as notícias são feitas de forma tão rápida que não fazem sentido. Esta canibalização das notícias é prática, cada vez mais frequente entre os repórteres, que corrobora uma suposta forma jornalística, o ‘*churnalism*’” (Davies, 2008).

Invariavelmente, a rede, como temos observado, representa o disponibilizar de um manancial de informação ao qual o jornalista não pode ser indiferente e os motores de busca, como o *Google* ou *Yahoo*, tornam-se indispensáveis na missão de encontrar dados complementares, nomeadamente quando a pressão do tempo se sobrepõe, cada vez com maior regularidade, à qualidade do trabalho jornalístico. “As pressões do tempo têm sido sentidas em todo o lado e os repórteres estão claramente à volta de notícias rotineiras de alta velocidade, no mais autónomo espectro, as chamadas telefónicas continuam a ser uma norma [só se o objectivo for tentar obter uma citação ligeiramente diferente] e as opiniões alternativas são procuradas. Mais importante, para aqueles que têm tempo para explorar estas possibilidades, a Internet não é apenas uma máquina que exige mais e cópias mais rápidas, é também uma forma de melhorar a recolha de informação relançando substancialmente a qualidade da informação recolhida” (Phillips, 2010: 97).

Perante estes pressupostos, os jornalistas são confrontados com a possibilidade de utilizarem diversas ferramentas existentes no ambiente virtual para localizar pessoas, informações adicionais, consultar sítios oficiais das instituições ou empresas. Estes têm de facto aumentado boa parte da eficiência da procura de informações, sobretudo, devido aos dados que neles são encontrados. Muitas vezes, para conhecer os pressupostos que estão

subjacentes à acção de uma empresa ou instituição, assim como para saber qual génese histórica da mesma basta consultar o sítio oficial para aceder a essas informações, diminuindo, muitas vezes, o tempo de procura e enquadramento do jornalista, antes da elaboração da peça. Nos sítios oficiais das empresas e instituições encontramos igualmente, com frequência, comunicados à Imprensa que concedem informações sobre o posicionamento da organização face a um determinado facto ou rumor. A rede é assim uma forma de estreitar e fortalecer o elo de ligação aos jornalistas, evitando, por exemplo, uma exposição pública a um outro tipo de abordagens por parte dos jornalistas, quando estes confrontam os ditos responsáveis com questões paralelas ou dispares que escapem à temática que estes desejam abordar. Também por isso, de forma jornalisticamente perversa, a rede é utilizada para conceder uma posição oficial, sempre de acordo com os objectivos colectivos da organização que a torna pública, sem dar qualquer abertura para a exploração de outras abordagens. Evitando questões incómodas, as organizações vêm na Internet uma forma de transmitir a sua mensagem, sem que a mesma seja alvo de confrontação jornalística, escapando, assim, ao escrutínio mediático.

Novas vozes (Phillips, 2010) surgem igualmente na rede, a diversidade dos intervenientes, potenciados pela possibilidade de participação que ferramentas como os *blogs* (Blood, 2002 e 2002a; Andrews, 2003; McNair, 2006; Zúñiga, 2009) ou o *Facebook*, impõe ao jornalista, paralelamente à disponibilidade e panóplia de informação, maiores cuidados de verificação de conteúdos e focos noticiosos, sob pena da própria *agenda-setting* (McCombs e Shaw, 1972 e 2000) da organização que integram ser deturpada, condicionada e influenciada por factos inverosímeis. Pode ser esse um dos riscos do excesso de informação, como aponta Chyi (2009), que defende duas possibilidades e caminhos a seguir para responder à questão de como o conceito de *agenda-setting* pode ser alterado pela excessiva informação que a Internet disponibiliza. “Como o número de meios de comunicação é diversificado, o conceito de ‘agenda’ pode ser expandido para incorporar itens heterogéneos, como as notícias propriamente ditas e os itens não noticiosos. Este pensamento transforma o conceito de ‘agenda noticiosa’ num conceito mais geral como ‘agenda de informação’. [...] A segunda direcção para responder à questão é ‘quem estabelece a agenda dos *media*’. No mundo digital, as notícias são distribuídas através de uma variedade de tecnologias. [...] Então quem está a definir a agenda dos *media* na era da *Web 2.0*? A dinâmica da relação entre os múltiplos *agenda-setters*, a agenda dos *media* e a agenda do público tem particular interesse” (Chyi, 2009:102-103).

Quando falámos no pressuposto de que a Internet já era passado, perspectivámos a natural evolução tecnológica que está subjacente ao próprio percurso da rede, que,

consequentemente, tem sido pródigo na aceitação de novas formas de alcançar e cativar os utilizadores. Associada a este cariz evolutivo está a era da *Web 2.0*, conceito proposto por Tim O’Reilly (2005), que emana precisamente com a percepção do aparecimento de novas aplicações, considerando que a rede tornou-se, fundamentalmente numa plataforma capaz de preencher um núcleo com uma série de ferramentas em seu redor como “um sistema de princípios e práticas que se traduzem num verdadeiro sistema solar de sítios que mostram alguns desses princípios, a uma distancia variável desse núcleo” (O’Reilly, 2005). Neste contexto, no centro da plataforma, o utilizador controla a sua própria informação, tem acesso a um conjunto de comunidades e serviços virtuais, que envolvem aplicações próprias de fomento de um ambiente interactivo que envolve distintas linguagens e motivações (Meraz, 2009). Apesar das críticas que tem suscitado o conceito defendido por O’Reilly (2005), considerado como uma manobra de *marketing* por utilizar muitos dos componentes que estiveram na base do surgimento da rede, o autor entende que a regra subjacente, e mais importante, é o desenvolvimento de aplicações que aproveitem os efeitos da rede para que se tornem melhores à medida que a utilização é maior, potenciando um aproveitamento da inteligência colectiva, ideia que, como já vimos, assentou boa parte do desenvolvimento da Internet.

Contudo, o conceito de O’Reilly (2005) serve de base para uma nova proposta de rede, também ela sujeita a críticas no que à sua exequibilidade diz respeito, avançada por John Markoff (2006), na qual a *Web* transforma-se numa versão 3.0, onde, com base no desenvolvimento e investigações que tem sido levados a cabo pelas principais empresas do sector, casos da *IBM* ou *Google*, o autor defende a pretensão de a rede se transformar numa *World Wide Database*, uma base de dados mundial, onde a organização e uso do conhecimento da rede será utilizado de uma forma mais inteligente e autónoma. Esta teoria assenta nos pressupostos de que a *Web 1.0*, na sua primeira versão, correspondeu à implantação da mesma na sociedade e à inerente popularização que se verificou junto das massas; posteriormente a *Web 2.0* (Kaye e Quinn, 2010), tida como a que actualmente é conhecida de todos, determinada e centrada pela preponderância dos mecanismos de busca como o *Google* ou *Yahoo* e nos sítios alimentados pela colaboração dos utilizadores, casos da *Wikipédia* ou *Youtube*, bem como nos sítios de relacionamentos sociais, denominados como redes sociais, em particular o *Facebook* e *Hi5*, finalmente, a *Web 3.0* (MacNamara, 2010) focada essencialmente nas estruturas dos próprios sítios da rede e menos no próprio utilizador, dando azo à criação de sistemas completos de inteligência artificial, capazes de organizar e agrupar informações e páginas de acordo com os temas, assuntos e interesses

previamente expressados pelos utilizadores. “A partir dos biliões de documentos que formam a *World Wide Web* e os *links* que os ligam, os cientistas da computação e um crescente grupo de novas empresas têm vindo a encontrar novas formas de minar a inteligência humana. O seu objectivo é adicionar uma camada de significado sobre a Internet já existente, o que a tornará menos um catálogo e mais um guia – fornecendo inclusive a fundação para sistemas que possam raciocinar de forma humana. Esse nível de inteligência artificial, com as máquinas a executarem pensamentos em vez de seguirem simples comandos, tem iludido os investigadores há mais de meio século. [...] No futuro, sistemas mais poderosos podem agir como consultores pessoais em áreas tão diversas como o planeamento financeiro, ou como um sistema inteligente de planificação de um plano de aposentação de um casal, ou por exemplo, consultadoria educacional, com a Internet a ajudar um aluno a identificar o colégio certo. Todos os projectos que visam criar a *Web 3.0* (MacNamara, 2010) aproveitam-se de computadores cada vez mais poderosos que consigam explorar de forma mais rápida e completa a Internet” (Markoff, 2006).

Boa parte do enunciado provocou, conseqüentemente, alterações de procedimentos no que à produção de conteúdos se refere. A presença das organizações no espaço virtual tornou-se vital, não apenas como extensão da marca referencial do órgão de comunicação, mas também por força do mercado concorrencial em que a força da notícia em primeira mão ou em exclusivo deixou de estar condicionada, particularmente na Imprensa, pela hora de fecho da edição. Na Internet, o fecho da edição não existe, o limite de espaço também não, e a multiplicidade de ferramentas e potencialidades confere à mesma a valia de agregar sons, imagens, vídeos, enquanto complementos da notícia colocada em rede. A proximidade dos *media* com o público reduziu-se e o elo de ligação fortaleceu-se graças à interactividade que a Internet prestou à relação multidireccional. Assim, tornou-se indispensável a produção exclusiva de conteúdos noticiosos para as edições presentes na *Web* (Bastos, 2000), prática enquadrada em conceitos idênticos, mas com denominações distintas de diversos autores, refugiados em expressões como *jornalismo digital*, *jornalismo electrónico*, *jornalismo em rede*, *jornalismo multimédia*, *jornalismo online*, *ciberjornalismo* ou *Web jornalismo*.

“O ciberespaço é um conceito cada vez menos tecnológico e mais social. [...] A conexão entre máquinas deu lugar ao diálogo entre pessoas. Agora, essa comunicação é peculiar. Não dialogam de igual maneira duas pessoas quando se encontram frente a frente e quando comunicam através de computadores. Em cada um dos dois casos, o contexto retórico – aquele que resulta do combinar das circunstâncias específicas do emissor, receptor, canal, linguagem e conteúdo da mensagem – é distinto. Portanto, assim como a comunicação oral é

sempre diferente da escrita pela diferença do canal, também é distinta a comunicação impressa da mediada pelos computadores” (Salaverría, 2005:21). Salaverría (2005) lembra precisamente o *policronismo* que a rede possibilita, devido ao facto da comunicação no ciberespaço ser multitemporal, logo dá múltiplas possibilidades de relação temporal entre a emissão e recepção de mensagens nesse espaço virtual, e elenca a *multidireccionalidade*, como forma que permite que as mensagens sejam transmitidas através de redes de formas unidireccionais, bidireccionais e multidireccionais.

“O desenvolvimento das novas tecnologias obriga à redefinição das relações comunicativas entre os informadores, as fontes de informação e a audiência. A Internet acentua esta tendência; a sociedade irrompe nos processos de produção e reclama o seu sítio onde se negocia o controlo dos acontecimentos. Se a monitorização crescente dos instrumentos de captação e edição se aproximam do jornalista no seu lugar noticioso, dando um novo sentido ao conceito de actualidade e facilitando a incorporação no fluxo informativo do acontecimento imprevisto, a Internet cria um novo cenário, que dá suporte às novas tecnologias existentes e permite canalizar, trocar e actualizar mensagens desde qualquer ponto da rede, completando um círculo de autonomia na produção e criando novos espaços, alternativos, para o consumo” (Torres e Amérigo, 2003:49).

Estes pressupostos impuseram, portanto, novos conceptualismos de produção noticiosa, que, segundo Boczkowski (2005), podem acarretar três efeitos díspares nos conteúdos e formas das notícias, isto face ao que é inicialmente produzido para os meios tradicionais. Em primeiro lugar, Boczkowski (2005) defende que as notícias da rede passam a ser centradas, com maior frequência, nos utilizadores em detrimento dos jornalistas, sendo que o ambiente *online* dá a possibilidade dos utilizadores produzirem maior efeito directo nas notícias, em virtude da interactividade entre quem produz e a audiência, promovida essencialmente pelas trocas de *e-mails*, em que opiniões são debatidas, por exemplo. O noticiário mais centrado no utilizador é, segundo o autor, uma forma de fomentar o *jornalismo cívico* ou *público*, defendido por diversos investigadores. Em segundo lugar, as notícias em ambiente virtual passaram a incluir declarações unidireccionais em torno de uma conversação em curso mais alargada ao invés de monólogos comunicados de forma unidireccional. O grau de contestação das mesmas é assim maior, expresso de forma mais contundente e directa. “A cobertura *online* expõe as notícias a um maior grau de contestação, expresso ou pelo conflito directo de opiniões ou através da multiplicidade de pontos de vista, do que no caso típico dos *media* tradicionais” (Boczkowski, 2005:186). Em terceiro lugar, as notícias *online* apresentam, cada vez mais, um enfoque micro-local, nas quais são encontrados conteúdos susceptíveis de

maior interesse para comunidades de utilizadores de menor dimensão, agregadas em função de interesses comuns ou aspectos de cariz geográfico. Boczkowski (2005) entende mesmo que a economia das comunicações na rede e o aumento da preponderância dos utilizadores na produção de notícias pode conduzir à crescente proeminência de conteúdos micro-locais nas notícias, isto à medida que os maiores segmentos da população acedam às tecnologias *online* e se mostrem adaptados com a nova cultura que possa surgir de co-produção de conteúdos noticiosos.

Por sua vez, Susana Pajares Tosca (2004) debate a questão qualitativa adquirida por um texto elaborado para um suporte virtual como a Internet, enumerando uma série de características que desvinculam um conteúdo do suporte físico tradicional. 1) A *multilinearidade*, uma vez que a informação pode ser estruturada de forma linear ou através de formatos que façam a ruptura com essa mesma linearidade do discurso; 2) *Multimédia*, que ganha força após a desvinculação do suporte papel para o formato digital, podendo, então, um texto incluir imagens, sons e movimentos; 3) *Multiplicidade* decorrente da separação que o suporte digital faz entre a forma e o conteúdo, dado que o conteúdo pode ser apresentado de várias formas e o processo alterado quantas vezes se pretender por parte do produtor; 4) *Interactividade*, pois um texto colocado na rede pode incorporar dimensões específicas de tempo e espaço, que o tornam imersivo e lúdico, transformando o hipertexto numa cadeia de destinos narrativos à mercê do utilizador; 5) *Dinâmica*, em virtude da estruturação automática dos textos de uma forma combinatória, possibilitando que os leitores possam compor textos recorrendo a textos em bruto; 6) *Conectado*, devido à integração em redes interactivas, podendo ser manipulado e lido por várias pessoas ao mesmo tempo.

Já Salaverría (2005) entende serem três as principais características da linguagem noticiosa na rede, destacando a *hipertextualidade*, *multimedialidade* e *interactividade*. “O *hipertexto* é um documento polimorfo que se constrói entrelaçando distintas peças textuais e ou audiovisuais, interconectadas entre si graças à tecnologia digital. [...] A *multimedialidade* é a capacidade, outorgada por um suporte digital, de combinar numa só mensagem pelo menos dois dos três elementos: texto, imagem e som. [...] A *interactividade* é a possibilidade de um utilizador interaccionar com a informação que é apresentada pelo cibermeio” (Salaverría, 2005: 28-34). Esta *interactividade*, ainda segundo Salaverría (2005) pode ser de *transmissão*, *consulta*, *conversação* e *registo*. Por *interactividade de transmissão* o autor entende ser a mais básica, assente no simples activar ou cancelar uma emissão; a *interactividade de consulta* reside no facto de se produzir em canais bidireccionais em que, para além do cancelar e activar de uma determinada função, existe ainda uma opção com um menu de possibilidades; A

interactividade conversacional enquadra-se na valia que o utilizador tem em poder assumir o papel de receptor, mas também de emissor de mensagens, sendo o correio electrónico uma aplicação importante na *interactividade bidireccional*; a finalizar, a *interactividade de registo* decorre da imposição de determinados sítios em solicitar o registo dos utilizadores, fornecendo os respectivos dados, para aceder a um determinado conteúdo ou obter uma subscrição. Este último nível de *interactividade*, assinala Salaverría (2005), é alcançado quando um meio é capaz de registar a informação dos usuários e adaptar automaticamente, de acordo com esse dados e preferências fornecidas, um formato e conteúdos. Hélder Bastos (2000) anotou: “A combinação de diferentes elementos de comunicação numa só mensagem requer um entendimento das relações entre diferentes tipos de *media*. Será preciso saber quando utilizar cada um, como misturá-los e como permitir ao leitor mover-se livremente dentro da própria narrativa. O desenvolvimento de uma nova escrita, que poderíamos designar por *escrita hipermédia*, exigirá ao jornalista o domínio conceptual e instrumental de modalidades a que não estava habituado, tais como o desenho, grafismo, edição multimédia, fotografia, videografia e design” (Bastos, 2000:147).

Neste contexto, Salaverría (2005) efectua a distinção entre *ciberperiodismo*, ou melhor *ciberjornalismo*, e *periodismo multimédia*, *jornalismo multimédia*, considerando que o primeiro resulta da utilização do ciberespaço para investigar, elaborar e difundir mensagens informativas, enquanto o segundo advém, por força da plataforma de multimédia que a Internet potencia, da articulação de diversos meios de comunicação em constante coordenação em prol da difusão noticiosa, traduzida, no caso dos grandes grupos económicos na difusão de conteúdos nos variados formatos, complementados com as especificidades de outros.

Oferecendo a Internet um espaço privilegiado para o desenvolvimento de novas formas de jornalismo, como temos vindo referir, em que o acesso global a vasta informação, a disponibilização de reportagens instantâneas, elencando valias de interactividade com a audiência, permitindo aos *media* abarcar um conjunto de capacidades que os meios de comunicação tradicionais não conseguem fazer – como por exemplo a agregação no mesmo espaço de textos, imagens, gráficos dinâmicos, animações virtuais, sons ou vídeos –, é, pois, natural que a narração e divulgação das notícias seja distinta, no que à sua forma e elaboração de conteúdos diz respeito. Emerge, portanto, um novo modo de contar a história, narrar a notícia, divulgar os conteúdos noticiosos, que, segundo Pavlik (2001), dá azo a um *jornalismo contextualizado*, o qual apresenta cinco dimensões essenciais: 1) O alcance das modalidades comunicacionais; 2) Hipermédia; 3) O potenciar do envolvimento das audiências; 4) Os

conteúdos dinâmicos; 5) A personalização. A preponderância das modalidades comunicacionais advém precisamente da conjugação de potencialidades já referidas que a Internet possui, enquanto a hipermédia confere às *estórias* divulgadas em ambiente virtual a valência de estabelecer conexões para outros meios com maior facilidade, através de uma associação de *hiperligações*, elevando as *estórias* para um contexto histórico, político e cultural de maior relevo. Por sua vez, o próprio envolvimento das audiências é substancialmente superior na rede, evitando a presença de audiências passivas confinadas às limitações dos meios de comunicação mais tradicionais. A Internet é naturalmente um meio de comunicação mais activo, pelo que Pavlik (2001) defende o recurso à *reportagem imersiva*, como modo de apresentação e interacção com *estórias* em tridimensionais, que amplifiquem o envolvimento desejado com as respectivas audiências, cativando-as. Neste contexto, os conteúdos dinâmicos resultam não só da necessária actualização contínua das notícias, como da imposição do factor tempo, também como condicionante à produção de conteúdos. Aí, Pavlik (2001) faz questão de lembrar a ausência de tempo sentida pelos jornalistas no desempenho das suas funções, condicionadora de reflexões antes da publicação de notícias, como recordam Rosenberg e Feldman (2008). A personalização de notícias em ambiente virtual é igualmente uma das dimensões básicas do *jornalismo contextualizado*, na medida em que as audiências podem ter uma visão do mundo mais contextualizada e focada do que está à sua volta, de acordo com as preferências da sua navegação e procura informativa, fazendo uso da necessária conjugação com as restantes dimensões abordadas.

“Estes desenvolvimentos estão a transformar a natureza das notícias e o *storytelling*. No século XXI poderemos ver o mundo através de uma realidade mediada pelo computador e tornando-nos participantes do jornalismo contextualizado. O que está a começar a emergir é um novo tipo de *storytelling* que ultrapassa o romântico, mas inalcançável objectivo da pura objectividade no jornalismo. Este novo estilo vai oferecer à audiência uma complexa mistura de perspectivas nas *estórias* e acontecimentos, que será muito mais completa do que qualquer único ponto de vista que possa ser alguma vez alcançado” (Pavlik, 2001:24). A propósito, Artwick (2004) fala em *digital storytelling*, como sendo um género próprio da Internet, como resultado das qualidades que a mesma possui e resumidas pelos cinco I’s: *Interactivity, involvement, immediacy, integration* e *in-depth oportunities*.

Intimamente relacionada com a interactividade subjacente à Internet, entre jornalistas e audiências, verifica-se também que as mutações no jornalismo reflectem-se no conceito de *gatekeeper* (Lewin, 1947), até então alocado na arena dos jornalistas, ou não fosse a rede uma tecnologia dotada de inúmeras ferramentas de pesquisa de conteúdos que passou a estar

acessível, de forma massiva, às audiências e utilizadores, capazes, entretanto, de aceder a toda a informação que desejem com uns quantos cliques no rato. Tem cabido aos jornalistas ao longo dos anos o papel de filtrar a panóplia de informações que chegam às respectivas redacções, provenientes dos canais de informação e fontes de informação que possuem, apresentando, depois, ao público em forma de notícias de acordo com a importância subjacente a cada uma delas (White, 1999). É certo que a filtragem de assuntos relevantes entre os crescentes fluxos de informação (Bardoel, 1996) fomentados pela rede não dá por finalizada a missão jornalística nesse processo de selecção. Se é verdade que a informação flui passando por uma série de *gates* e *gatekeepers* antes de chegar ao público (Artwick, 2004; MacNamara, 2010), com o advento da Internet esta condiciona o papel singular dos *media* tradicionais enquanto *gatekeepers* (Meraz, 2009), ou não fosse a personalização de conteúdos um factor de mudança entre quem fornece e consome (Stovall, 2004). “A Internet é o único meio que é inerentemente personalizável. Os utilizadores podem ser alcançados simultaneamente com uma mensagem única. A velha fórmula dos editores e directores serem os únicos a determinar o que é importante tornou-se um anacronismo no ciberespaço. O utilizador, afinal de contas, está em melhor posição para saber o que considera mais interessante, valioso, útil e noticiável” (Stovall, 2004:47). O carácter interactivo da Internet veio claramente facilitar o acesso directo das audiências às fontes de informação, ignorando a espaços a figura do jornalista na mediação, permitindo que as pessoas se lancem numa busca incessante pelas informações, dotando-as de uma lógica de *empowerment* do indivíduo face à capacidade adquirida (Cardoso, Espanha e Araújo, 2009).

Estes pressupostos, aliados à crescente produção já observada de conteúdos por parte dos utilizadores, têm representado um desafio ao jornalismo, colocando em questão o papel do jornalista enquanto *gatekeeper* e fornecedor de informação. Boczkowski (2005) preconiza mesmo a passagem de um estádio em que existia *gatekeepers* para um momento de *gateopening*. “Com a mudança de *gatekeeping* para *gateopening*, as práticas nas redacções centraram-se em parte sobre o controlo da circulação de informação proveniente de uma multiplicidade de fornecedores de conteúdos” (Boczkowski, 2005:162). Para além deste facto, o autor fala de uma construção distribuída, decorrente da transformação de utilizadores em produtores, em que os profissionais, nesse quadro, dinamizam, após a respectiva construção, o espaço de citação da circulação de informações e, conseqüentemente, conhecimento. As tarefas passam, assim, a ser dedicadas à facilitação e inerente mediação dos fluxos de informação.

Tais factos, entendo como muitos outros autores, não representam um fim do jornalista enquanto *gatekeeper*. “Serão sempre necessários profissionais que administrem com eficácia e honradez o direito dos cidadãos à informação. Os públicos sempre necessitaram de intermediários capazes de investigar a realidade e de difundi-la. As bases de dados não podem substituir jornalistas. Nem sequer a possibilidade de acesso directo dos utilizadores a fontes e arquivos documentais quebrará a necessidade de contar com profissionais eficazes que filtrem, seleccionem e dêem forma às mensagens” (Valcarce e Marcos, 2004:143). Shaw (1997) já tinha anotado a evidência de que a maior parte das pessoas e utilizadores não possui o tempo nem as aptidões necessárias para a selecção e avaliação de toda a informação presente na rede, algo que, é certo, os motores de busca e agregadores de notícias ajudou a atenuar, mas não a dissipar.

A verdade é que vários investigadores defenderam que a maior oferta de informação determinava uma menor importância do jornalista no papel de mediador, mas rapidamente foi perceptível que tal mediação se assume como vital num cenário de excesso de informação, contrapondo com a mesma necessidade em situações de escassez da mesma. A tarefa dos jornalistas, agora, integra também, para além da localização e descoberta de informações, a selecção entre a vasta informação disponível (Deuze, 2002). Seleccionar o que verdadeiramente é importante torna-se indispensável nos dias que correm. Axel Burns (2008) fala da passagem do estágio de *gatekeeper* para *gatewatcher*, como consequência da mudança do papel do jornalista. “O que emergiu como alternativa ao *gatekeeping* é uma forma de reportar e comentar as notícias que não ópera de uma inerente posição de autoridade da marca ou impressão, na posse e controlo do fluxo noticioso, mas trabalha aproveitando a inteligência colectiva e o conhecimento dedicado das comunidades para filtrar os fluxos noticiosos, para destacar e debater os tópicos salientes e de importância para a comunidade” (Burns, 2008:176-177). Afinal, perante os fluxos de informação presentes na rede tornou-se impossível os jornalistas centrarem-se na missão de guardiões de tantos portões, num cenário em que a acessibilidade geral aumentou exponencialmente (Cardoso, Espanha e Araújo, 2009). Assim, temos uma audiência capaz de observar os vários portões, por onde a informação vai passando e sendo seleccionada de acordo com a importância da mesma, não segundo a escolha individual de um jornalista, mas de uma comunidade (Burns, 2005).

15. Opção rumo à convergência

O conjunto de pressupostos enunciados anteriormente tem conduzido as empresas jornalísticas para um caminho marcado pela crescente união e conjugação de factores de produção, provenientes dos diferentes *media* pertencentes ao mesmo grupo económico, gerando um aproveitamento substancial e múltiplo dos recursos jornalísticos possuídos. A Internet, em particular, é indispensável na cultura de convergência (Deuze, 2007) que o quotidiano jornalístico adopta, por força das pressões económicas existentes da parte de quem manda, em busca da redução de despesas, relacionada com o decréscimo da comercialização da Imprensa paga, a estagnação de audiências televisivas, o aumento dos utilizadores da rede e respectiva acessibilidade dos mesmos, a informação presente na rede (Bastos, 2008), onde a expansão de sítios dedicados ao fornecimento de informações e notícias ganhou um tremendo impulso. “Algumas pessoas vêm a convergência, quer cooperativamente ou num nível individual, como inevitável no futuro do jornalismo. Faz sentido economicamente, dizem, para que mais pessoas estejam aptas para fazer mais coisas, a *Web* irá exigir múltiplas capacidades” (Stovall, 2004:106).

A factualidade de uma nova realidade a que os jornalistas estão sujeitos impõe, sobretudo e fundamentalmente, uma questão de adaptação. Ajustamento a novas tecnologias, distintas práticas e modos de difusão noticiosas. A palavra revolução perde força face à acomodação ou adaptação a procedimentos, ou não fosse a convergência de meios de comunicação, anteriormente tradicionalistas – porém, com a evolução dos tempos, transformados em progressistas –, um foco de mudança e expansão de processos de produção que passam a responder a diferentes exigências. A transformação e aceleração que o mundo frequentemente imprime à sociedade acarreta novas exigências aos *media* e se o papel dos consumidores sofreu alterações com a rede, a abordagem dos meios de comunicação ao seu público também teve de se modificar, sob pena de a desconexão entre emissor e receptor tornar-se cada vez mais frágil, representando esse facto a continuidade de perdas económicas para os grupos de comunicação e respectivos meios. “A convergência reconhece que os consumidores de notícias estão a ganhar mais controlo sobre o processo noticioso. Que a mudança nas forças de controlo das notícias exige mudanças no modo de produzir notícias. A convergência tem a ver com o ser suficientemente flexível para fornecer notícias e informação a qualquer um e a toda a gente, em qualquer altura e a toda a hora, em qualquer lugar e, às vezes, em todo o lado, sem abandonar os valores jornalísticos fundamentais. A convergência recentra o jornalismo na sua missão principal – informar o público sobre o mundo da melhor maneira possível e disponível. A convergência tem como objectivo dar escolhas às audiências

através da coordenação e cooperação na recolha e apresentação de notícias” (Kolodzy, 2006:VII).

Neste sentido, James Foust (2005) lembra que a Internet é o ponto central da convergência, pois é na rede que jornais, televisões e rádios conseguem combinar os seus produtos mediáticos. Todavia, para que essa simbiose seja efectiva, como recorda Kolodzy (2006), é fundamental que os jornalistas conheçam de forma efectiva as motivações dos consumidores, agora com um poder decisório inimaginável até então, que acaba, também, por influenciar os fluxos económicos associados ao sector. “A convergência exige, deste modo, a junção de jornalistas e de certos tipos de jornalismo que têm operado em esferas separadas – jornais, revistas, rádio, televisão e *online* – com vista ao fornecimento de noticiário de qualidade em todos estes formatos” (Bastos, 2008:42). Deuze (2009) evoca as características institucionais da convergência como factores de adaptação jornalística, sendo o movimento afluyente caracterizado também por parcerias jornalísticas e não jornalísticas em que as organizações fornecem, promovem ou trocam notícias, englobando igualmente a introdução de projectos integrados de marketing e gestão. Kolodzy (2006) perspectiva três tipos de convergência que interagem, mostrando uma dependência intrínseca entre si, concretamente a afluência de meios ou a dita convergência económica, tecnológica e jornalística. “A convergência é uma resposta à questão de saber para onde se deve dirigir o jornalismo do século XXI. É uma resposta à convergência do estilo de vida, negócios e tendências tecnológicas que estão a forçar a mudança na relação entre as pessoas que fazem a informação – os jornalistas – e as que a usam – o público. A convergência é uma resposta a duas tendências aparentemente dicotómicas – a fragmentação da audiência das notícias e a consolidação da propriedade das notícias” (Kolodzy, 2006:11).

A esse propósito Jeffrey Jones (2009) lembra que os desafios impostos pela era digital no jornalismo, em que a Internet é um verdadeiro braço armado, potenciador de novas ligações e conexões, não são apenas económicos e sociais. “Essas mudanças também se manifestam na forma como a utilização e a disponibilidade da interligação de tecnologias digitais ajudou a transformar as expectativas do público sobre quem, na sociedade, tem autoridade e legitimidade discursiva, e que participa na formulação da realidade e verdade. Os cidadãos consumidores reconheceram o seu próprio poder de serem participantes na definição do mundo (em oposição ao mundo criado pelo grosso da população e pelos meios de comunicação social), uma realização que questiona a legitimidade institucionalizada da tradicional prática jornalística” (Jones, 2009:129). Mark Deuze (2009) defende mesmo que o processo de convergência multimédia tem colocado desafios tremendos à organização e

departamentalização das organizações noticiosas, até porque a cultura de notícia é vista como estando a ser ameaçada pela partilha de conhecimento e pelo trabalho conjunto. “A experiência profissional e a literatura sugerem que as novas tecnologias desafiam uma das ‘verdades’ fundamentais no jornalismo, denominada: o jornalista profissional é quem determina o que o público vê, ouve ou lê sobre o mundo. A combinação de todas as técnicas de recolha e narração de todos os formatos noticiosos, bem como a integração das tecnologias digitais, associado ao pensamento da relação entre produtores de notícias e consumidores tende a ser vista como um dos grandes desafios que o jornalismo enfrenta no século XXI” (Deuze, 2009a:92-93).

José Álvarez Marcos (2003) preconiza a convergência sob o espectro de uma nomenclatura distinta, a *multitextualidade*, a qual é tida como a possibilidade e capacidade de um determinado texto se transformar em muitos de cada vez, disponível na *pirâmide mediática* por si defendida. “A convergência de diferentes meios numa mesma estrutura empresarial e a proliferação de companhias multimediáticas, que tornaram o mercado cada vez mais competitivo, gerou uma tendência de aproveitamento múltiplo dos mesmos recursos jornalísticos. Nasceu assim a *multitextualidade* [...]. O desenvolvimento de uma *estória* jornalística para a sua difusão por diversos meios com tantas diferenças de volume informativo como o telemóvel convencional (mensagens de SMS) e o diário digital, aconselha a utilizar a técnica da pirâmide invertida, amplificada e multiplicada pela acção do hipertexto. Por isso, podemos conceber a *multitextualidade* como a adequada combinação da estrutura piramidal com a linguagem hipertextual. Neste novo conceito de *multitextualidade*, o hipertexto, para além de multiplicar as possibilidades informativas, adquire uma nova função especial como *tie-in*, ou cola noticiosas que une o *lead* ao corpo da notícia. A nova pirâmide convergente estrutura-se, como a clássica pirâmide invertida, para que a mesma notícia ou texto possa ser utilizada pelos diferentes meios que confluem ou convergem na mesma sociedade mercantil” (Marcos, 2003: 250-251).

Neste contexto, Marcos (2003), lembrando Terceiro (2001), defensor de que a convergência tecnológica é a causa mais importante da globalização que a sociedade actual vive, constata um conjunto de exemplos reveladores da convergência para a qual, hoje, os meios de comunicação caminham. “Convergem em tecnologias clássicas, como a rádio e o telefone, para iluminar um novo telefone celular. Convergem empresas e meios em plataformas multimediáticas. Convergem redacções de diversos meios para reduzir custos e aproveitar as sinergias informativas. Convergem, em definitivo, modos de narração jornalística para as mesmas notícias, mais ou menos decoradas e carregadas de *bits*, que podem ser

difundidas de forma quase simultânea por todos ou pela maioria dos meios de comunicação do grupo editorial. Neste contexto empresarial, a técnica da pirâmide invertida torna-se convergente e surge como um padrão polivalente para a redacção multitextual” (Marcos, 2003:253).

Emerge assim uma cultura de convergência (Deuze, 2007) em que, no caso particular do jornalismo, como já mencionamos, é determinada em boa parte para reconfiguração da relação entre quem produz e a quem se destina a notícia. Verifica-se, pois, lembra Deuze (2007), a existência de dois tipos de redes sociais que trabalham no ambiente que envolve os *media* nos dias que correm, contribuindo para a dita cultura de partilha. Por um lado, os grupos de pessoas que criam, colaboram e trocam todos os tipos de informação e produtos, em ambiente virtual ou não, dando ênfase, concretamente, à livre partilha de conhecimentos e ideias. Todavia, por outro lado, as organizações mediáticas com o seu cariz comercial, utilizando os meios de protecção dos direitos de autor para controlar e impor limites no fluxo de trabalhos culturais, beneficiando de alguma desregulação governamental para aumentarem a sua aglomeração de meios, explorando o trabalho de graça que os consumidores, extasiados pela possibilidade de interferência no ciclo noticioso, promovem nos seus sítios da Internet. “Entre as condições de uma cultura de convergência, as pessoas de diversas instituições e produtores de *media* profissionais ou amadores vão passar cada vez mais (espera-se que assim seja) a trabalhar juntos a colaborar e a criar. Este processo, amplificado pelos novos meios de comunicação, só acelera o fluxo de pessoas, processos e ideias através destas organizações” (Deuze, 2007:235).

Foust (2005) entende que a convergência representa a possibilidade de novas formas de narração por parte dos jornalistas, deixando estes de estarem reféns da especificidade de actuação de um único meio de comunicação. Deuze (2009) fala-nos ainda, entre a emergência de uma cultura global de convergência, em diversas formas de a mesma se consumir, concretamente nos âmbitos empresarial, industrial, pessoal, e na relação, como já foi referido, entre jornalistas e audiências ou público. Deuze (2009) aponta como exemplos a convergência de lugar, materializada pela utilização de sítios na Internet, enquanto agentes promotores da divulgação de conteúdos dos distintos meios mais tradicionalistas, enquadrando a convergência de identidade no conflito entre a identidade profissional e o culto do amadorismo, decorrente do carácter assumptivo da audiência, bem como a convergência de experiência, suscitada pela interacção das pessoas com os meios de comunicação, sendo estes, as janelas para o que se passa no mundo. Em termos de trabalho nos *media*, o autor enaltece que o conceito de convergência ganha força com a inclusão de várias partes interessadas –

produtores profissionais, audiências, fontes de informação ou patrocinadores – nos processos de criação de conteúdos mediáticos e experiências, recordando a crescente integração de várias indústrias do campo dos *media* numa rede global de produção, que conduz à imaterialização das práticas de produção de notícias, ou seja, as capacidades, valores e ideias que pessoas e máquinas fazem correr pelas redes de trabalho criadas, levando, igualmente, à coordenação de diferentes objectivos estabelecidos no processo de produção mediático, tais como de criatividade, comércio, conteúdo e conectividade (Deuze, 2009).

No jornalismo, a reconfiguração de práticas imposta pela Internet foi tremenda. “Foi uma mudança de gestão e jornalisticamente. Ao nível editorial, a convergência representa uma nova forma de fazer jornalismo que requer novas capacidades. Como processo de negócio, a convergência é uma tentativa de reagrupar as audiências divididas. As pessoas acedem às notícias através de uma variedade de fontes, em diferentes horas e momentos do dia. A única maneira de as organizações noticiosas poderem chegar à maior audiência possível é oferecendo notícias através dos diferentes *media* em diferentes horas do dia” (Quinn e Lambie, 2008:3). Não é novidade que o processo de produção sofreu uma aceleração drástica. Lou Cannon, antigo correspondente do *Washington Post* na Casa Branca, que trabalhou igualmente no *San Jose Mercury* e *Los Angeles Times*, entrevistado por Rosenberg e Feldman (2008), deu conta disso mesmo, lembrando que as diferenças de procedimentos são diametralmente distintas entre um meio de comunicação de maior dimensão e outro possuidor de menores recursos. “Nos melhores jornais tu tens tempo para ser um pouco mais cauteloso [...]. Tens tempo para falar com outros repórteres, falar com os editores, e voltar a falar com as fontes de informação. Há imensas *estórias* que podiam ser desenvolvidas, e penso que, agora, muito disso desapareceu. [...] O problema neste ciclo [noticioso], mesmo comparando com o que era há quatro anos atrás, é que os repórteres têm de perder muito tempo a fazer uma série de coisas, como por exemplo escrever para a versão *online*... e não há tempo para pensar sobre a *estória*. Actualmente, quando se fazem grandes reduções no número de jornalistas nos principais jornais, o impacto nos repórteres é enorme. Muitos pedidos, pedidos extra. Os repórteres são bombeiros de serviço [...]. O resultado tende a ser um jornalismo menos reflectivo e mais apressado” (*cit.* Rosenberg e Feldman, 2008:135). Consequentemente, os autores, em tom crítico e irónico, falam de uma nova função jornalística, desempenhada por *repórteres multimédia*. “Nos Estados Unidos, é usualmente chamado de *multimédia* – um forte e irreversível movimento em torno da divisão de personalidades no negócio das notícias. Mas as escolas de jornalismo, espalhadas por todo o país, têm outro nome para o processo transformativo de redefinição que a Imprensa e a

indústria de notícias electrónicas estão a sofrer. Eles chamam-lhe convergência, em que elementos divergentes dos *media* coalham num simples glóbulo androgenésico. Não há repórteres de jornais, repórteres televisivos, repórteres de rádio, nem repórteres de Internet, os estudantes são informados. Há apenas repórteres... que fazem tudo. Sim, repórteres *multimédia*, designados de super-heróis de uma nova era do jornalismo. [...] *Multimédia* significa velocidade, não há tempo para pensar!” (Rosenberg e Feldman, 2008:136).

Quinn e Lamble (2008) defendem que a grande mudança que o jornalismo e o mundo dos *media* sofreram, com o conceito e práticas de convergência de meios, foi o estabelecimento de multi-plataformas. “A convergência é também conhecida como a publicação em multi-plataformas (em algumas partes do mundo, cada meio é visto como uma plataforma; assim, temos a plataforma de jornal ou a plataforma da rádio). A convergência chega de diversas formas. O *staff* editorial trabalha em conjunto para produzir múltiplas formas de jornalismo para múltiplas plataformas para atingir audiências em massa. Em muitos casos, uma redacção produz conteúdos para o jornal diário, noticiários de rádio e televisão, sítios *online*, e, às vezes, para revistas ou jornais semanais. Alguns repórteres trabalham só para o jornal; outros trabalham para produzir notícias televisivas. Mas alguns repórteres trabalham para vários *media*, outros produzem conteúdos interactivos para a *Web* [...]. Para este último grupo, a convergência representa uma nova forma de jornalismo. Uma redacção convergente tem ligações com os *media* tradicionais, que selecciona da sua história e tradições, mas a convergência também requer repórteres para produzir conteúdos originais em formas *multimédia*” (Quinn e Lamble, 2008:4).

A verdade é que tem vindo a ganhar força a ideia de que a convergência tem sido factor de enfraquecimento do jornalista, por limitar a presença de jornalistas no terreno, ou seja, quando destacados para a cobrir acontecimentos e, conseqüentemente, contribuído para a existência de menores recursos nas redacções, ideias que estão na base do discurso de muitos dos que criticam a nova política, cada vez mais dominante. É certo que perante a realidade que verificamos nos vários *media*, parte das críticas apontadas, no que aos efeitos da convergência mediática diz respeito, encontram correspondência na prática, até porque a disponibilidade para efectuar uma cobertura eficaz e de qualidade por parte das empresas jornalísticas diminuiu consideravelmente, retraindo, por exemplo, a possibilidade de novas investigações, as quais exigem tempo e dedicação, susceptíveis de *estórias* a revelar. Os fluxos noticiosos, esses, como recordam Rosenberg e Feldman (2008), tornam-se mais rápidos, transformando os padrões de verificação dos mesmos menos eficazes, concretamente na missão de aferir dados e factos que neles são constatados. Não há tempo para pensar, apenas

agir, escrever, filmar, gravar, enfim... O conflito entre os procedimentos habituais em cada um dos meios de comunicação, e dos jornalistas que actuam em tais organizações, torna-se igualmente evidente. Visível, pois as culturas profissionais apresentam traços distintos vinculados pelos próprios tempos de actuação no contexto mediático, como por exemplo nas horas de fecho ou horas de colocação de conteúdos no ar.

O equilíbrio passa a ser uma palavra-chave na prática jornalística. Equilíbrio que, num cenário de convergência, se enquadra no pressuposto de que o jornalista tem de conseguir efectuar um conjunto de tarefas de forma veloz, eficaz, prática e, sobretudo, fidedigna. “De há anos a esta parte, qualquer redactor convencional de um jornal efectua tarefas de investigação, documentação, redacção, revisão e escreve em página. Com a chegada dos cibermeios, surgiu o modelo do ‘jornalista multi-área’ [...]. À medida que os avanços na tecnologia digital se têm intensificado não só para tirar fotografias, como também para gravar sons e vídeos, era de prever que os jornalistas iriam acumular tarefas. Para esse processo contribui também, como não poderia deixar de ser, o incessante desejo das empresas de comunicação em reduzir custos. Mas convém recordar que esta aposta não está isenta de riscos. Como dizia o provérbio, quem tudo quer, tudo perde. Assim, entender que o ‘jornalismo multimédia’ como uma única possibilidade de um grupo cada vez mais reduzido de chegar a muitas pessoas não parece a melhor maneira de garantir qualidade” (Salaverría, 2005:39-40).

Efectivamente, o desgaste a que o jornalista está sujeito é substancialmente maior, prejudicando o questionar de factos, argumentos, posições e, em última instância, a planificação de agendamento de tarefas e acções de cobertura mediática. A cobertura mediática, num âmbito convergente, torna-se dependente do imediato, apenas, sem reflexões ou abordagens distintas de factuais ainda por revelar. Domingo et al. (2007) colocam nos pratos da balança aspectos positivos e negativos da convergência. De um lado, identificam: a) A possibilidade de o jornalista ter maior controlo sobre o produto final, dado que participa na sua concepção desde o início, não necessitando de qualquer intermediário ou ajuda para a divulgação do mesmo; b) A coerência e unicidade do trabalho pode ser maior no tratamento dos dados recolhidos, pois os mesmos são atribuídos e de responsabilidade da mesma pessoa, apesar de a difusão ser efectuada por meios diferentes e, claramente, complementares; c) A liberdade de acção do jornalista pode ser superior, por força da mobilidade que lhe é conferida pelas novas tecnologias, graças à portabilidade e complementaridade das mesmas. Negativamente, os autores contemplam: a) O aumento da carga de trabalho decorrente da opção pela convergência, a qual obriga e implica uma necessária adaptação do jornalista às

linguagens diversas dos vários meios, bem como aos procedimentos jornalísticos que acarretam; b) Perda de reconhecimento económico e profissional do trabalho executado, dado que se verifica uma dispersão do produto do mesmo, sem especificidade inerente a uma formação mais especializada; c) A responsabilização do jornalista torna-se maior, já que a sua acção tem influência nos resultados dos vários meios em que o seu trabalho é exposto, nomeadamente nas audiências.

Boczkowski (2005) defende a existência de três abordagens, interconectadas, quando se trata de debater a convergência. Em primeiro lugar, o autor destaca o facto de o foco, muitas vezes, estar centrado nos produtos da convergência e não no processo que conduz à produção, a qual recebe menor atenção em termos de compreensão, enaltecendo, num segundo patamar, a ênfase dada ao que é novo e único nos produtos decorrentes da convergência face à negligência pelos caminhos em que é consumada a fusão entre o novo e o velho, num caminho e trilho comum. Numa terceira abordagem, Boczkowski (*Ibid.*) entende que os investigadores tentam “entender a convergência dos *media* pela caracterização que está por detrás dos novos produtos ou avaliando as suas consequências editoriais, históricas, organizacionais e de regulação” (Boczkowski, 2005:179). Nesse sentido, defende que o traço único que une os produtos da convergência, como resultado da combinação de tecnologias num só domínio digital, é o esbater de diferenças entre as formas originais de *media* que partilham o *new-media space*.

O crescimento da Internet, alargando e multiplicando as possibilidades de comunicação dos utilizadores, contribuiu para a fragmentação da audiência, que tornou-se claramente mais exigente e detentora de maiores expectativas sobre a forma e o momento em que deseja obter informações. Este facto acarreta novos desafios aos *media*, é inegável. Os meios de comunicação têm ido a reboque do conceito da convergência na procura de uma solução que lhes permita, não só cativar as audiências estratificadas, como manter o aparente domínio e veículo preferencial de visualização do mundo. “O jornalismo de convergência é uma nova forma de pensar sobre as notícias, a produção de notícias, e a transmissão de notícias, utilizando todos os meios disponíveis no seu potencial máximo de modo a alcançar um público diverso e cada vez mais confundido. Interessa direccionar a crescente fragmentação da audiência da notícia com a crescente consolidação dos donos da notícia” (Kolodzy, 2006:24).

O factor económico é pressuposto essencial num cenário de convergência jornalística, afinal é mesmo disso que se trata. As dificuldades económicas dos grupos de comunicação, provenientes e resultado de um cenário de crise financeira que se concretizou na primeira

década do século XXI e perdura, conduziram à limitação e controlo dos custos, impondo a redução dos mesmos como forma de manter margens de lucro, quando é o caso, ou de equilíbrio. A queda das receitas de publicidade tem afectado, não só a Imprensa, mas também televisões e rádios, logo o estabelecimento de uma cultura de convergência foi parte preponderante da solução adoptada pelos grupos de *media*, sem que o cenário de perda da qualidade e fidedignidade dos conteúdos fornecidos às audiências fosse contemplado. Afinal, o objectivo de fornecer informações com a mesma cadência e velocidade do ciclo noticioso, respondendo à sagacidade do mesmo, pode ser cumprido, logo porque não seguir o rumo da convergência, económica, tecnológica e jornalística? “É inestimável para um jornal contar com regulares contributos da televisão e vice-versa, e ter a capacidade para divulgar a notícia imediatamente, independentemente da plataforma que forneça as melhores e grandes oportunidades” (Brooks et al. 2005:19). Associado a esse pressuposto, a adaptabilidade dos jornalistas a novas funções criou excedentes de recursos humanos nos meios de comunicação, levando à redução dos mesmos, alimentando sinergias e manutenção de lucros (Cottle, 2003).

Ficou claro, com o passar do tempo, que a Internet e as tecnologias de comunicação que navegam na sociedade iriam liderar a procura de novas e inovadoras formas de criar e fazer circular notícias e conteúdos (Colson e Heinderyckx, 2008), por isso, Jenkins (2001) apontou cinco formas de convergência para definir o que realmente é a convergência: tecnológica (digitalização); económica (permite redução de custos pela integração horizontal); social (adopção dos canais multimédia por parte dos utilizadores); cultural (novas formas de criatividade e transmissão do *storytelling*) e global (fluxos internacionais de notícias ou conteúdos). Os modos de convergência identificados foram, naturalmente, adoptados sem reservas, em primeira instância, pelas empresas multinacionais, como reforça Cottle (2003). “Estão geralmente na frente do processo de mudança organizacional, incluindo a fixação de regimes de trabalho flexíveis, culturas incorporadas reflexivas, e a introdução de tecnologias digitais, produção multimédia e práticas de múltiplas capacidades” (Cottle, 2003:3). Mas o autor vai mais longe, abrindo caminho ao questionar de efeitos provenientes da convergência, sobretudo no que à condição do jornalista diz respeito, enquanto assalariado e produtor em série de conteúdos noticiosos sem espaço para questionar.

“Hoje, as tecnologias digitais, os sistemas de entrega por cabo e satélite e as oportunidades para a convergência que fornecem, estimularam a perseguição pela incorporação de *players* noticiosos provenientes de sinergias noticiosas, bem como os lucros através da produção simultânea para as plataformas multimédia. Estas mudanças, por sua vez, abriram caminho para os jornalistas ‘*multiskilled*’ (ou é ‘*deskilled*’), que estão agora obrigados

a contractos de curta duração, uma carreira casualmente achatada pelas estruturas com o intuito de os tornarem 'flexíveis' para as práticas de trabalho, 'empacotando' notícias de acordo com os formatos convencionais. Hoje, a 'cultura das notícias' já não está confinada aos profissionais do meio inabitado por trabalhadores de notícias e pela sua imersão sem a usurpação de 'notícias factuais' plagiada pelos colegas competidores. [...] As notícias, agora, também chegam de muitas e diferentes formas [...]. São entregues por tecnologias *online*, tal como pelos *media* impressos tradicionais e pelos *media* de transmissão global, aumentados pelas 24 horas e as capacidades em 'real-time'" (Cottle, 2003:16).

Perante o enunciado verifica-se que a opção sinérgica tem visado fundamentalmente dois pressupostos, o que está subjacente à redução de custos e aquele que prevê a tentativa de alcançar uma maior e mais alargada parte da audiência, na procura de uma espécie de binómio baixo custo/elevada difusão. Se assim é, independentemente da factualidade dizer-nos que o consumidor acede a notícias de todas as formas possíveis e imaginárias, na hora e momento que deseja, importa questionar até que ponto as audiências efectuem ou não uma distinção entre a notícia massificada ou a que apresenta uma diversidade face ao empacotamento de que é alvo por parte de jornalistas, condicionados pelo convencional do grupo económico a que pertencem. Sem tempo para questionar e sobrecarregados por múltiplas tarefas, e não sendo um crítico acérrimo de práticas convergentes, os jornalistas têm perdido a capacidade e o hábito da diversidade, criatividade e assertividade na narração. Não estará o jornalista de um meio impresso condicionado pelas práticas habituais do seu colega da rádio quando se trata de narrar a notícia? Não estará o jornalista da televisão delimitado pelos procedimentos que adopta, quando elabora uma peça de um minuto para o telejornal, no momento de colocar o mesmo conteúdo na Internet? E será que a Internet não pressupõe, por exemplo, novos procedimentos de elaboração noticiosa face aos restantes meios tradicionais? E essa prática, centrando-me apenas na difusão, não é diametralmente oposta e mais exigente, quando comparamos com a simples colocação de um texto em página, como é o caso dos jornais? Onde fica a diversidade no meio da convergência?

Assim sendo, urge pois questionar, sabendo que os fluxos noticiosos são indubitavelmente superiores nos dias que correm (Rosenberg e Feldman, 2008), qual a estratégia mais adequada para obter o desejado sucesso junto das audiências. Será a opção pelo trilho da massificação e divulgação de um determinado conteúdo ou notícia, por via da convergência ou sinergia entre meios de comunicação – partilhando jornalistas, difundindo a mesma forma de narração das notícias pelos *media* existentes no grupo – ou, por outro lado, dar primazia à especificidade dos conteúdos e jornalistas, sem esquecer os meios de

transmissão, não prejudicando a criatividade própria de cada um e a diferenciação saudável dentro de um universo mediático em que o “diferente” e a “originalidade” surgem como armas de conquista de público? Quando Jenkins (2001) colocou sobre a mesa cinco formas de convergência não pressupôs a sobreposição que se tem verificado entre elas, em particular a económica, decorrente da tecnológica. Como referimos anteriormente, sabendo que o objectivo é o lucro, a convergência tem sido o móbil em que os grandes grupos empresariais se refugiam para a maximização dos factores de produção, em que os jornalistas são parte integrante e tidos como um número, entre tantos outros. A máxima de que os jornalistas adaptam as suas práticas e procedimentos habituais aos distintos meios, sejam eles um jornal, rádio, televisão ou na Internet, é evocada amiúde nos corredores das administrações como argumento para a criação da categoria do “jornalista faz-tudo”, desde a preparação do tema a abordar, passando pelo relacionamento com as fontes de informação, confirmação de dados recolhidos, elaboração da notícia, edição da mesma para os vários formatos possíveis da rede em forma de áudio e vídeo ou infografias.

Associada ao pressuposto que ganha força nas organizações noticiosas encontramos outra ideia nefasta para o rigor, exactidão, fidedignidade e factualidade dos conteúdos transmitidos, isto é, a mecanização do trabalho jornalístico, cada vez mais utilizada devido às exigências que os constantes fluxos de informações colocam. A necessária adaptação dos jornalistas a uma nova realidade sob o primado da tecnicidade está em marcha, ao mesmo tempo que a confrontação de informações e de fontes perde terreno à medida que muitos dos conteúdos Internet são, por vezes, tidos como insofismáveis. A pressão do tempo, amplificada pela própria vontade das organizações em alimentarem o espaço mediático, marcando a sua posição igualmente face à concorrência, é, como vimos, um dos obstáculos que os jornalistas têm vindo a encontrar no decorrer da sua acção, progressivamente mais limitada na exactidão e comprovação de elementos. A formatação de notícias, sobretudo no que concerne ao conteúdo, tem sido evidente, apesar das formas distintas de narração que a convergência potencia. Por isso, a elaboração das mesmas, considerando o parco tempo dedicado à sua composição, nem sempre reflecte a especificidade do meio em que será reproduzida, transmitindo a ideia de que o essencial é a divulgação da informação, ainda que a mesma seja desprovida de detalhes, quando não são falhas de palmatória, linguísticos e expressivos, característicos de outros meios. Tal exemplificação é recorrente encontrar, concretamente, na Internet, com a reprodução exacta, no caso dos jornais, de peças que são noticiadas nas versões impressas em ambiente *online*, procedimento que não aproveita as potencialidades

que a rede confere à adequabilidade e conjugação de textos com vídeos, áudios e ligações para informações complementares.

É certo que, aos poucos, em diversos ritmos, um pouco por todo o mundo, essa lacuna tem vindo a ser colmatada. Porém, o foco continua a estar na quantidade dos conteúdos a divulgar, deixando escapar, com regularidade, a exactidão dos mesmos. O jornalista é cada vez mais um reproduzidor de conteúdos, perdendo o tempo descrito na planificação de uma investigação, assim como não encontra nas exigências do mercado lugar para a reportagem no terreno em que os acontecimentos decorrem, sendo, nesse aspecto em particular, as agências noticiosas, com mais meios, ou os órgãos de comunicação locais, através das suas edições *online*, muitas vezes utilizados como fontes únicas de elaboração de peças jornalísticas, dando azo a um jornalismo sedentário (Boczkowski, 2009). A convergência entre meios dos grandes grupos de comunicação, associada à contratação do serviço de agências, e à possibilidade de aceder a informações/notícias que necessitam para o exercício da sua actividade através da rede, tem potenciado, como veremos, a supressão de recursos nos locais dos acontecimentos, retirando-lhes, assim, a capacidade acesso a fontes de forma presencial e, fundamentalmente, às próprias fontes de contexto. “A convergência e a consolidação estão na ordem do dia. Indústrias específicas de *media* estão a ficar cada vez mais concentradas e os *players* dominantes em cada uma das empresas de *media* são cada vez mais subsidiárias nos grandes grupos económicos de *media*” (Cottle, 2003:29).

Esse procedimento implica, devido à retirada de meios do terreno, a perda de alguma exactidão de conteúdos, dado que o conceito de convergência tem vindo a ser utilizado de forma perversa mais como maximizador de lucros, reduzindo custos, do que melhoria do produto, ou melhor notícias, oferecidas à audiência. A sobrecarga de trabalho aumentou para os jornalistas, não apenas devido à aceleração dos fluxos noticiosos, que invariavelmente, como referimos, delimitou, tornando exíguos, os momentos de reflexão, ponderação e planificação de investigações ou trabalhos informativos, mas pela necessidade que os responsáveis pelas organizações noticiosas impuseram no sentido dos jornalistas terem de realizar múltiplas tarefas, consumadas em conteúdos para várias plataformas, obrigando-os a uma adaptabilidade intrínseca às características dos meios noticiosos, com pouco tempo para o fazer. A qualidade dos conteúdos oferecidos não pode ser a mesma, no que à fidedignidade, fundamentação, factualidade e exactidão diz respeito, sendo estes aspectos descurados em prol da quantidade de notícias colocadas no ciclo noticioso. A primazia é assim quantitativa numa profissão e prática que sempre viveu do qualitativo. Cottle (2003) aponta outra evidência subsequente. “As convergências técnicas, baseadas na capacidade de transferir

informação digital através de várias plataformas, ofereceram novas possibilidades de difusão de programas, mas, na prática, têm sido exploradas com a intenção de maximizar as oportunidades de mercado. O que temos testemunhado nos anos recentes, então, é a troca da ênfase, de promoção da cultura como um bem público para uma cultura de *marketing* de comodidade” (Cottle, 2003:149).

Outro aspecto vicioso que tem sido suscitado pelo conceito da convergência, ou melhor, pela deturpação da sua aplicabilidade, encontra-se na utilização de recursos de distintos meios impressos do mesmo grupo de comunicação, unindo-os em parcerias estratégicas que conduzem à elaboração de notícias, difundidas e publicadas nos diferentes títulos da mesma organização. A utilização de jornalistas de um jornal desportivo e de uma secção de desporto integrada na mesma área num título generalista para a cobertura em parceria de um determinado evento, publicando os dados referentes aos acontecimentos de forma idêntica nos dois títulos, no desportivo e generalista, como resposta à premência de redução de custos, é prática exemplificativa da massificação de conteúdos, aliada à perda de autonomia e identidade editorial, contribuindo, inclusive, para a perda do valor da exclusividade. Não poderá um leitor assíduo de ambos os títulos questionar a leitura e compra de ambos se os conteúdos são iguais? Se, por exemplo, o diário generalista oferece maior diversidade de notícias, incluindo de desporto, porquê, em busca da especificidade, adquirir o jornal desportivo do mesmo grupo económico quando os conteúdos sobre desporto referentes a um determinado evento são precisamente os mesmos nos dois títulos? A questão legítima é uma entre muitas que a deturpação dos princípios da convergência tem levantado e para a qual a resposta passa pelo equilíbrio. Falta equilíbrio na implementação dos princípios pelos quais a convergência se assume, equilíbrio quando se trata de reduzir recursos, limitando acesso a fontes de informação, bem como na relação entre a quantidade e a qualidade das notícias atiradas para o acelerado círculo mediático, onde os fluxos raras vezes quebram.

16. Dilemas no jornalismo em era digital

São múltiplas as questões que a Internet tem suscitado no jornalismo, no que aos impactos da mesma diz respeito. Se, por um lado, é inegável o contributo que a rede dá à produção noticiosa, por força do manancial de informação que disponibiliza, de forma rápida, assegurando igualmente um aumento drástico na transmissão de dados, por outro, lamentos têm vindo ao de cima reflectindo a dúvida sobre a preponderância que detém no

empobrecimento das notícias, sobretudo em termos de credibilidade e fidedignidade. “Enquanto o jornalismo parece beneficiar dos desenvolvimentos tecnológicos na recolha de notícias (câmaras digitais cada vez mais pequenas, gravadores de voz digitais, tecnologias convergentes), ao nível da distribuição (através da Internet e por satélites), na exibição (a *World Wide Web*, impressões a cores, telemóveis), existe igualmente a ideia de que a tecnologia é responsável, em parte ou totalmente, por uma desvalorização dos padrões jornalísticos – *bloggers* amadores que não aderem a práticas de verificação de factos, os finais de prazos que tornaram-se mais curtos e mesmo contínuos, porque a Internet é *always on*, escrita mais superficial e com mais irregularidades” (Tsui, 2009:53). Paralelamente, a facilidade de acesso a informação, outrora só disponível através de uma presença efectiva no local do acontecimento, a possibilidade de alcançar dados complementares indispensáveis à elaboração noticiosa, bem como a comodidade que a *Web* oferece no contacto com novas fontes de informação (Gomes, 2009), tornaram-se aspectos causadores de mudanças profundas no modo como o jornalismo passou a ser exercido, em particular no processo de recolha, confirmação e divulgação de informação. E, claro, aspectos determinantes na definição de estratégias organizacionais dos *media* e das estruturas em que estão integrados. A convergência, num sentido lato, enquanto processo centrado no objectivo de maximização de recursos e potencialização de lucros, foi apenas um dos conceitos adjacentes à Internet que subitamente emergiram como aliados de políticas regressivas de recursos humanos e financeiros que afectaram, como veremos, invariavelmente a reportagem.

É no âmbito económico que as dificuldades inerentes e subjacentes à prática jornalística têm surgido, impondo desafios a um modelo de negócio essencialmente centrado nas receitas provenientes da publicidade. “Quando a nova tecnologia tornou prática a elaboração de jornais, de forma mais rápida e barata, um novo modelo económico nasceu, baseado na venda de publicidade, que, em compensação, requer a atracção do maior número de audiência possível” (Jones, 2009:13). A Internet levantou – isto sem negar os contributos decisivos que a rede tem dado ao desenvolvimento social em todas as dimensões das sociedades contemporâneas –, igualmente, alguns problemas resultantes da qualidade intrínseca para disponibilizar informações, ou melhor, notícias, às audiências, entretanto capazes de aceder a conteúdos que outrora eram apenas pagos de forma gratuita. A Imprensa, em particular, sentiu o impacto da nova realidade e tem tardado em conseguir encontrar o caminho para um novo modelo de negócio que faça frente ao cenário vigente. Surgiu então uma espécie de *tecno-pessimismo*, como propõe Rodney Benson (2010): “O dramático declínio da circulação de jornais e das receitas de publicidade, em boa parte devido à transferência da

publicidade de classificados para a Internet; o forte aumento das audiências nos *media online* acompanhados pela incapacidade de encontrar uma forma dos *media online* serem pagos por si mesmo, apesar das empresas familiares de *media* se manterem completamente rentáveis; a fragmentação das audiências de notícias pelos múltiplos meios de comunicação social, *offline* e *online*; despedimentos massivos nas redacções e cortes de custos, em particular com reduções profundas em trabalhos no estrangeiro e na reportagem de investigação, grande insegurança para aqueles que permaneceram; e, finalmente, intensificação das pressões de tempo sobre os jornalistas para a produção de ‘conteúdos’ para as múltiplas plataformas de *media*, contribuindo para o aumento da homogeneização de conteúdos e uso de ‘notícias’ pré-embaladas que são disponibilizadas pelas relações públicas profissionais” (Benson, 2010:188).

Estes factos reflectem precisamente a desadequação do modelo de negócio em que assenta o jornalismo dos dias que correm, o qual invariavelmente acaba por colocar em causa a qualidade da produção noticiosa. “A comunidade corporativa determinou que o jornalismo comercial, como conhecemos, seja uma impossibilidade, estando a abandonar o campo a um ritmo vertiginoso. O modelo de negócio está a morrer e em breve estará enterrado para sempre, ou pelo menos no futuro imaginário. Os meios de comunicação social estão a ser tapados, recursos que são vitais para que os *media* continuem a sua acção estão a ser reduzidos e as pressões comerciais têm ganho mais força sobre os valores jornalísticos” (McChesney e Nichols, 2010:11). Alex Jones (2009) coloca o enfoque na rede, ou não fosse esta já a fonte primária de notícias dos mais jovens, comparando com outros meios de comunicação social em termos de informação disponível (Yaros, 2009). Afinal, a *Web* é um meio que satisfaz os cidadãos ao facultar a desejada informação num formato curto, permitindo a localização de um contexto específico, uma interpretação ou opinião sobre determinado assunto (Tremayne, 2004). “A tecnologia digital – e especialmente a Internet – está rapidamente a rebentar e a transformar o modelo económico de longa data em estilhaços. As notícias tradicionais já estavam em problemas, mas a resolução digital atingiu o negócio das notícias com uma força esmagadora. E como o antigo modelo de comunicação de massas está a ser rapidamente substituído por outro cada vez mais próximo das audiências especializadas, o armazém está a transformar-se numa alameda de boutiques. As notícias sérias, que foram sempre protegidas, estão a ser moldadas progressivamente a um mundo cruel para se afundarem ou nadarem pelos seus próprios meios. Passou-se de um estado de protecção [...] para algo como um ambiente de puro mercado. E enquanto alguns vêem o mercado como o melhor árbitro para decidir o que vive e morre, a permissão para que as

forças independentes do mercado governem é vista como tendo um elevado preço social” (Jones, 2009:16).

A verdade é que o jornalismo está invariavelmente, nos moldes actuais, nas mãos da publicidade, ficando para trás os pressupostos que permitem a obtenção de maiores receitas por via dessa fonte. “O futuro do jornalismo é muito determinado pelo futuro da publicidade, pelos modelos económicos dos *media*, que possam ou não emergir, pelas relações públicas, e pelas práticas da comunidade como *‘citizen media’* desenvolvidas sem o jornalismo. Similarmente, a esfera pública dos políticos e da sociedade civil estão fundamentalmente condicionadas pelas mudanças no jornalismo, na publicidade e relações públicas – e vice-versa” (MacNamara, 2010:9). Jeff Kaye e Stephen Quinn (2010) colocam ênfase na incapacidade das organizações noticiosas da Imprensa em encontrar soluções que suportem um jornalismo que contribua para a saúde da democracia. “As organizações tradicionais de notícias continuam a fornecer a informação essencial do volume noticioso com notícias que denominamos de *‘the news’* sobre eventos diários, locais, regionais, nacionais e globais. Onde recém-chegados fizeram o caminho como fornecedores de notícias através de tópicos dirigidos a nichos ou por via dos esforços de cidadãos jornalistas. E, claro, mais notável, agregadores de notícias dos outros. As organizações noticiosas estão a perder a capacidade para fazer o dinheiro suficiente através da publicidade que suporte a qualidade e quantidade do jornalismo em que os leitores confiam e que ajude a manter a saúde da democracia. [...] Inovações nas novas tecnologias e nos processos de negócios, para além das mudanças sociais tornaram o modelo de negócio tradicional dos jornais virtualmente obsoleto. E nenhum modelo de negócio sustentável emergiu como suporte de profundidade e fôlego à cobertura noticiosa que é requerida ao jornalismo para desempenhar o seu papel de *watchdog* da sociedade” (Kaye e Quinn, 2010:18).

Como vimos, nos valores da credibilidade e confiança assentam parte das opções das audiências pelo consumo de informação de um determinado meio de comunicação, concretamente jornais, mas tal só pode ser fomentado com uma aposta efectiva no jornalismo de qualidade, o qual necessita intrinsecamente de recursos e investimento que o suportem. E se as quedas das receitas publicitárias nos jornais têm sido acentuadas, por força das limitações e dificuldades económicas que os mercados financeiros têm enfrentado, isto, claro, para além do aumento do custo de vida dos cidadãos, que subitamente viram a Internet desempenhar uma função indispensável de veículo quase gratuito para aceder aos mesmos conteúdos pagos em versões papel, urge questionar de que forma será possível às empresas proprietárias de jornais e aos jornalistas inverter o paradoxo que a rede coloca ao estipular um

frente-a-frente entre os benefícios que a Internet confere ao acesso de informação, à rapidez de comunicação, redução de espaços e barreiras físicos, e os malefícios resultantes dos contributos descritos anteriormente para a evolução da sociedade, já que a *Web* acaba por fomentar uma corrida para si mesma por parte dos utilizadores, impondo paralelamente uma fuga das audiências dos conteúdos pagos de suporte físico, tornando-os dispendiosos e frágeis. Afinal, o jornalismo de qualidade tem custos. “Recolher, elaborar e divulgar notícias é dispendioso. [...] Os leitores *online* já deixaram claro – até ao momento, de modo algum, eles vão pagar por informação a que estão habituados a obter de graça” (Kaye e Quinn, 2010:34).

Olhando para a necessidade, premência de conteúdos com qualidade e credibilidade da informação, enquanto factores indissociáveis da influência social, aumento de circulação e, conseqüentemente, rentabilidade, Philip Meyer (2009) expõe o modelo lógico revelador de que a influência social de uma publicação resulta da confiança adquirida do público, por força da fidedignidade dos conteúdos e da qualidade elevada das notícias difundidas, o que envolve, naturalmente, de acordo com o autor, a necessidade de investimento em recursos na produção das notícias e de cariz editorial. “Como resultado do aumento de qualidade ganha-se a confiança do público no jornal e não apenas se aumenta a leitura do mesmo e a circulação, como influencia os anunciantes que desejam ver os seus nomes associados. [...] A influência social de jornal é alcançada com a prática de um jornalismo de qualidade, um pré-requisito para o sucesso financeiro. [...] Revertendo o argumento, os cortes na qualidade dos conteúdos vai, a seu tempo, diminuir a confiança do público, fragilizar a influência social, e eventualmente destabilizar a circulação e a publicidade” (Meyer, 2009:26).

Neste contexto, em que tem ficado claro que a emergência da Internet revolucionou a comunicação, no qual fica patente um tremendo impacto no modelo de negócio das publicações impressas (McChesney e Nichols, 2010), não pode ser esquecido o dado de que as gerações mais jovens passam tempo significativo a consultar notícias em ambiente virtual (Jones, 2009), ainda que estas não sejam definidoras do comportamento global dos consumidores de notícias. “O jornalismo como é está a chegar ao fim. Os limites entre o jornalismo e outras formas de comunicação pública – através de relações públicas ou anúncios até *weblogs* e *podcasts*⁶⁴ – estão a desaparecer, a Internet está a tornar as outros tipos de

⁶⁴ O termo deriva do *podcasting*, que reflecte a junção dos termos *iPod* e *broadcasting*, sendo uma forma de publicação de arquivos de media digital, como por exemplo áudio, vídeo e fotografias, pela Internet através de um *feed RSS*, isto é uma parte do conjunto de dialectos de XML que agregam conteúdos, fornecendo-os aos utilizadores que se inscrevem em determinado sítio, o qual vai mudando ou actualizando os dados expostos de forma regular. Desta forma, é possível, assim, o acompanhamento e/ou o *download* automático de um conteúdo de *podcast*.

newsmidia obsoletos (especialmente para jovens adultos e adolescentes), a comercialização e as fusões dos *media* têm gradualmente apagado as diferentes identidades profissionais das redacções e das suas publicações (sejam impressas ou de transmissões), e por insistirem na sua orientação tradicional da nação, os jornalistas estão a perder o contacto com a sociedade que é global e também local” (Deuze, 2007:141). Daí a força que, segundo alguns autores, a reconfiguração das formas de *storytelling* seja uma realidade cada vez mais próxima, isto aliando à previsível constatação de menor disponibilidade das audiências para conteúdos extensos na rede, mas não só. A reportagem, como veremos, tem vindo a perder espaço e aqui nem se trata de efectuar distinções entre reportagem, grande reportagem ou jornalismo de investigação. “No futuro, as notícias de qualidade serão sobretudo consumidas pelas elites [...]. A cultura de *Web journalism*, que está a tornar-se rapidamente num sistema de entrega à escolha das audiências mais jovens, que geralmente não suporta notícias detalhadas ou de jornalismo de investigação. A cultura de *Web journalism* é de contar histórias em multi-plataformas que podem ser muito interessantes e fascinantes. Mas um artigo na *Web* com mais de 150 palavras já é geralmente considerado muito longo e daqueles que ninguém quer ler. Este tipo de coisas interessa? Obviamente, notícias aborrecidas que também são entediantes e longas fazem pouco bem. Mas estamos a um grande passo de viver num mundo em que a vasta maioria das notícias é do tamanho de partes de um *bit*, em que uma reportagem diferente pode desaparecer ou ser salva pela pequena elite” (Jones, 2009: 55).

Efectivamente, a reconfiguração de práticas nas diversas redacções tem sido clara, por força da presença de um aliado fascinante e de peso como a Internet, em particular devido ao entendimento que a utilização da mesma potencia junto das administrações e direcções dos diferentes jornais ou meios de comunicação impressos. “A Internet é radicalmente menos dispendiosa em termos de produção e distribuição; assim que os proveitos comecem a cair, será complicado justificar o enorme aumento de produção de informações em papel que podem ser produzidas numa fracção de tempo no *online*” (McChesney e Nichols, 2010: 28). Esta é apenas uma parte do problema no que à perspectiva dos proprietários e gestores diz respeito, já de si reféns da migração publicitária para a rede, pois, paralelamente à constatação desta evidência, encontraram na *Web* uma forma de simplificar processos produtivos, reduzindo recursos jornalísticos nas redacções, privilegiando uma diminuição de elementos nas estruturas, como os despedimentos verificados nos últimos anos ajudam a provar, isto sem equacionar a perda de capacidade na produção de notícias próprias, nomeadamente através da cobertura de eventos com os respectivos cortes em deslocações aos locais dos mesmos, em detrimento de conteúdos provenientes de agências ou presentes

em agregadores de notícias alocados na Internet. A produção orientada para o consumidor ou audiência, de forma subentendida, foi substituída por uma produção orientada somente atendendo à perspectiva do “*quanto mais barato melhor*”, cumprindo apenas com os mínimos exigíveis para o preenchimento do espaço constante na publicação, de modo a sustentar o maior fluxo publicitário possível. Logo, perante a perda de recursos que afectam invariavelmente a qualidade das notícias oferecidas à audiência, emerge a questão: Será que a perda de qualidade da publicação é compatível com a manutenção e aumento das receitas de publicidade, devido à captação de um maior número de anunciantes, que corresponda naturalmente ao elevar de montantes provenientes dessa via? A resposta negativa tem sido dada amiúde pelo mercado, onde o grau de influência que determinado jornal detém na sociedade se tem mostrado preponderante na capacidade de captação de publicidade. A confiança e o grau de influência em determinado espaço geográfico são aspectos chave, cultivados pela fidedignidade dos conteúdos elaborados e noticiados pelo corpo de jornalistas capaz de cobrir eficazmente o panorama mediático correspondente à cobertura do órgão em causa. Dados como a circulação dos jornais, o público-alvo a que se destina, a eficiência ou frequência do meio de comunicação e a implementação são considerados através de várias estratégias de medição. Mas Internet colocou os anunciantes perante uma realidade distinta, dando-lhes a possibilidade de estabelecerem a sua própria influência, não apenas através das inúmeras formas de *marketing*, mas oferecendo a opção de *marketing directo* (Meyer, 2009). Todavia, é o factor influência social que faz a diferença. “A influência dos jornais dentro da sua comunidade é o bem que pode ser criado e sustentado apenas pela elevada qualidade, especificidade geográfica em termos editoriais e de conteúdo, algo que tornará a missão de replicar muito difícil a qualquer novo *medium*” (Meyer, 2009:63).

Um dos obstáculos à credibilidade e, conseqüentemente, ao aumento de influência de um meio de comunicação impresso tem sido a perda de valor da reportagem, bem como a respectiva agressividade que lhe está inerente, como vimos anteriormente, em detrimento de estratégias amorfas de acompanhamento noticioso que não colidam com interesses económicos associados ao modelo de negócio subjacente aos jornais, atendendo às naturais especificidades. O corte de recursos humanos e financeiros conduz forçosamente a uma dependência de fontes oficiais, por via da diminuição de elementos capazes de investigar, aprofundar e recolher informação sobre um foco de notícia que seja descoberto, independentemente das conseqüências que possam decorrer desse mesmo facto. Se a credibilidade diminui, a influência ressent-se e a qualidade do jornalismo praticado decresce, levando consigo a previsível perda de interesse dos anunciantes. “O problema principal do

jornalismo profissional, como se cristalizou, é que confiou em demasia nas fontes oficiais [pessoas com poder], como definidores apropriados de agenda noticiosa e ‘*decisores*’ no que diz respeito à escala do legítimo debate da nossa cultura política. Isto tirou alguma controvérsia às notícias e tornou-as menos dispendiosas de produzir. Não custa muito colocar repórteres onde as pessoas com poder político se juntam e reportar o que elas dizem – certamente muito menos do que custaria enviar os mesmos repórteres à volta do mundo com missão de determinar quais eram os oficiais de Washington que estavam a dizer a verdade. Isto deu às notícias um tom de ‘*establishment*’. Tornou os repórteres cuidadosos no momento de se oporem a esse poder, do qual dependem para ‘*aceder*’ às suas *estórias*” (McChesney e Nichols, 2010:45). Os profissionais de relações públicas, através de comunicados de Imprensa ou cedências de outro tipo de informações, dão o seu contributo para a produção jornalística condicionada ou amorfa.

Questões como o que é um bom jornalismo, ou o que torna o jornalismo bom, surgem com particular frequência, apesar de todos concordarem com o valor da exactidão como sendo indispensável à caracterização positiva. Alex Jones (2009) fala-nos, sublinhando alguns aspectos enunciados anteriormente neste trabalho, em justiça e equilíbrio, centrando-se na objectividade como pressuposto indispensável ao exercício da profissão, lembrando que tem sido a diminuição dos níveis de objectividade a causa principal, entre o sensacionalismo, o excesso de agressividade e o sentimento de fraude imediato, para o declínio do jornalismo junto do público. Por isso, o autor lembra: “A objectividade jornalística é o esforço para distinguir a verdade prática, não a abstracta, a verdade perfeita. Os repórteres que procuram a genuína objectividade tentam encontrar a melhor verdade possível das evidências que, na sua boa vontade, conseguem encontrar. Desacreditar a objectividade por ser impossível chegar à verdade perfeita é como a demissão de um julgamento por parte do júri, porque este também não é perfeito nos seus julgamentos” (Jones, 2009:88).

Falando da objectividade como valor intrínseco para o desenvolvimento da mesma, pelo manancial de informações que a rede disponibiliza, é um facto que esta está sujeita a um certo declínio, impondo ao jornalista um papel cada vez mais activo de triagem de informações, de filtragem de dados, pois o assumir público da influência da Internet, libertando os utilizadores em funções de edição, elaboração e publicação de conteúdos, impõe a verificação, confirmação da origem e autenticidade de muitos dos dados com os quais os jornalistas são confrontados. “O jornalismo tem normas, regras e critérios. No plano deontológico e técnico. [...] Um deles é a confirmação dos factos, que é uma questão-chave no jornalismo e, por maioria de razão, no jornalismo de investigação. Verificar as fontes de

informação de forma rigorosa – eis um ponto crucial. Por outro lado, são ignoradas as regras da técnica jornalística mais elementar. [...] Faltas muito comuns na *Net* são: a especulação em excesso, apresentada como informação; a proliferação de fontes imprecisas ou anónimas; informações não confirmadas e não verificadas e que são apresentadas como factos. Razão porque, na Internet, a incredulidade e a dúvida surge a cada passo. A fiabilidade das informações que circulam na *Net* é muito desigual. [...] A *Net* pode levantar problemas ao nível da verificação dos dados encontrados nos milhares de sítios espalhados pela rede. Aliás, a própria experiência dos jornalistas mostra que o excesso de informação é um risco. Sobretudo quando essa informação tem um acentuado défice de confiança – como acontece na *Net*” (Castanheira, 2004:152).

Estes propósitos têm sido pincelados nos cenários de convergência que aos poucos vão assumindo destaque nas redacções, por força das opções estratégicas das administrações dos grupos que as detêm. O factor económico associado à dependência dos anunciantes, como consequência de um modelo de negócio vigente impôs adaptabilidades, sinergias e trabalhos simbióticos, levando mesmo a uma certa homogeneização das notícias divulgadas por meios de informação distintos. E no virtual, em particular nas presenças na rede através dos próprios *sites*, tal pressuposto tem sido ainda mais evidente, uma vez que verifica-se reprodução de notícias do impresso para a rede, situação decorrente não apenas das limitações financeiras e de recursos, mas igualmente motivada pela falta de preparação dos jornalistas para exercerem a sua actividade utilizando a multiplicidade de ferramentas que estão à sua disposição através da Internet. “Para uma profissão de *media*, tão central para o sentido da sociedade, é de importância crucial entender as influências que estão a alterar as condições de trabalho, as culturas profissionais, e a apropriação de tecnologias na natureza do trabalho jornalístico. A propriedade na indústria das notícias tem sido tradicionalmente segmentada como sendo do tipo médio. Geralmente começam como veículos para a política, religião ou interesses corporativos, mas jornais, estações de rádios e televisões, têm-se gradualmente consolidado em grandes canais de jornais ou redes emissoras de notícias. Durante toda a história desses canais ou redes correm preocupações entre os jornalistas sobre a concentração dos *media*, particularmente receosos sobre o que é visto como a inevitabilidade das consequências de ser incorporado numa empresa maior: redução de tamanho, perda de controlo editorial no processo criativo e homogeneização entre os antigos e novos títulos” (Deuze, 2007:142-143).

Neste sentido, os jornalistas tendem a mostrar o seu cepticismo perante a nova realidade com a qual são confrontados, resultante da procura incessante, concretamente dos responsáveis da Imprensa, de um novo modelo de negócio que mostra a adaptabilidade

desejável face à rede, isto no que à capacidade de gerar lucros e riqueza diz respeito. Descrença, essa, que resulta da sobrecarga de trabalho motivada pelos poucos recursos e despedimentos em massa, colados a reestruturações organizacionais, condicionamento da liberdade editorial, progressivamente limitada à satisfação de interesses económicos e políticos, bem como do aumento da precariedade, entre outros aspectos que acabam por afectar a qualidade do jornalismo praticado e valores identificados como sustentáculo do mesmo.

Evidentemente, não pode ser esquecido que o sucesso do jornalismo e da reportagem resulta, em boa medida, das inovações tecnológicas que os tempos e a evolução da sociedade foram potenciando. “As novas tecnologias produzem possíveis mudanças na produção de notícias e na divulgação das mesmas, mas não há qualquer razão para esperar que o impacto das novas tecnologias seja uniforme através dos vários meios de comunicação. Devemos esperar encontrar diferentes impactos, certamente em cima de diferentes aplicações tecnológicas, que estão assentes em objectivos e julgamentos de pessoal executivo ou de alguns reguladores políticos” (Ursell, 2001:178). Mark Deuze (2007) apresenta duas conclusões gerais sobre o impacto das novas tecnologias na indústria das notícias, efectuando as seguintes distinções: 1) Os processos aumentam as exigências e pressões sobre os jornalistas que têm de melhorar e diversificar a sua produção, maior carga de trabalho no mesmo tempo disponível perante limites de tempo diferentes em função do *media*; 2) A tecnologia não é um agente neutro na forma como as organizações e os jornalistas fazem o seu trabalho – o *hardware* e o *software* amplificam as formas de fazer as coisas, alterando processos que levam algum tempo a serem sedimentados. Nos jornais, a necessidade de adaptação é maior e os impactos ao nível das receitas provenientes dos anunciantes, bem como a facilidade de acesso das audiências a notícias de forma gratuita, tornam a equação substancialmente complexa para o futuro. “Os jornais estão a tentar reinventar-se e expandir-se significativamente, mas com *staff* reduzido. Dos repórteres espera-se que cada vez mais coloquem *estórias* na versão *online* provenientes da versão papel, que criem *podcasts* para uma audiência áudio, que escrevam notícias para distribuir via telemóvel, que carreguem a câmara digital e efectuem vídeos para o *Web site*, que escrevam no *blog* e interajam com os leitores chateados e ávidos de um contacto directo com eles. E é-lhes pedido cada vez mais para cobrirem de forma minuciosa a vida local, enquanto os jornais procuram a cobertura enciclopédica da sua cidade, reportando *estórias* sem capacidade para explorá-las em profundidade. Para isso é preciso tempo e focar o assunto, e ambos faltam em muitos jornais. Muitos editores estão a lutar por manter o sentido

de missão, que foi a sua razão de entrada no negócio dos jornais, mas as repetidas exigências em período de incertezas tornam-se numa batalha constante” (Jones, 2009:172-173).

O jornalismo tem sido engolido pela tecnologia e respectivas valências optimizadoras de negócio, levando os proprietários dos meios de comunicação impressa a descurar aspectos como a qualidade do trabalho produzido e das notícias, em detrimento da maximização dos lucros, objectivo enquadrado por via de organizações estruturais, assentes em sinergias reductoras de custos em primeira e última instância, sem que sejam ponderadas as consequências das opções ao nível do *core business*: as notícias. A tecnologia, concretamente a Internet, não deve, de modo algum, ser vista como um aspecto negativo quando associada ao jornalismo, no entanto a colagem da visão empresarial dos grandes grupos económicos à rede tem progressivamente contribuindo para depreciar o valor do jornalismo como quarto poder da sociedade, tornando-o banal, exequível pelo menor número de recursos, desde que estes consigam os mínimos exigíveis pelas imposições de espaço e publicidade, sem contemplanções pela profundidade das notícias e dos temas que as sustentam. Consequências na perda de qualidade de cobertura, no valor social e influência têm sido notadas em cenários de desinvestimentos sem ponderação jornalística (Meyer, 2009). É frequente colocar as indústrias de *media* em idêntico patamar a outras existentes, procedimento errado face à especificidade que o jornalismo impõe ao nível social. “As indústrias e organizações de *media* são diferentes da maioria dos negócios e organizações, pois caracteristicamente produzem e fornecem produtos, conteúdos, que são essencialmente de natureza simbólica – e esses símbolos entram dentro da vida em sociedade” (Cottle, 2003:4).

A verdade é que, como vimos, o excesso de informação que a rede nos permite aceder alterou a própria atenção da audiência, a forma como as pessoas seleccionam os seus percursos informativos, o processo selectivo de conteúdos e o modo de perceber a informação (Chyi, 2009), logo os meios de comunicação tradicionais têm vindo a debater-se com os apelos efectuados por outros tipos de informação, os quais, invariavelmente e de forma gratuita, condicionam estratégias dos *media*, definição de objectivos e os desafios impostos aos jornalistas (Deuze, 2009a). Um dos reptos lançados ao jornalismo centra-se precisamente na necessidade de esbater a distinção efectuada outrora entre produtores e utilizadores ou audiência (Boczkowski, 2005), fruto do facto da sofisticação técnica estar acessível a baixo custo, que permite aos *netusers* a conexão em diferentes velocidades, através de diversas plataformas, apresentando distintos níveis de experiência tecnológica, alimentados progressivamente pelo interesse contínuo e proactivo. Convém não esquecer o reparo de Elliot King (2010) de forma prévia: “A Internet possibilita aos cidadãos comuns envolverem-se na

informação de ‘reportagem’ e na discussão da *estória*. Mas quanto mais informação resultante das múltiplas fontes que podem ser acessíveis virtualmente pelo mundo, mais aguda se torna a questão sobre a forma de julgar a credibilidade da informação encontrada *online*” (King, 2010: 202). Num mundo virtual em que a comunidade e audiência geram conteúdos, dando azo à concepção difusa de jornalismo participativo, em que o crescimento do público-alvo é incomensurável, suscitando o crescimento de novos mercados, e onde a proliferação de entrega de notícias personalizadas através de dispositivos móveis tem sido progressiva, as empresas de *media* viram-se subitamente confrontadas com um campo de acção em que a sua presença é indispensável. Fulcral, não apenas pela sustentabilidade da força de uma marca, mas pela possibilidade de negócio que surge num quadro concorrencial, em que os atrasos apresentam-se como factores eliminatórios no direccionar de atenção das audiências, com reflexos inerentes na angariação de receitas. Daí que a reorganização das redacções, tentando optimizá-las ao foco das audiências, o desenvolvimento de novas formas de *storytelling* impostas pelas novas audiências e canais, tenha sido gradual e um processo adaptativo (Deuze, 2007). A necessária adaptação foi evidente, ainda que nem sempre feita da melhor forma. “Os jornais pararam de crescer não apenas por o público ter ficado cansado deles e preferido os novos substitutos electrónicos. Os jornais já tinham limites naturais ao crescimento, impostos pela estrutura de elevados custos variáveis. A nova competição está livre desse constrangimento e tem uma grande flexibilidade de negócio. Com o novo século, um gigante adormecido chegou para assumir cada vez mais as funções tradicionais dos jornais” (Meyer, 2009: 194). Mas não todas...

A credibilidade de uma marca e a confiança que a mesma gera, decorrente do peso histórico que tem no espaço mediático, mantém a bitola da legitimação, ainda em construção, por exemplo, pelos meios de comunicação exclusivamente *online*. Isto, claro, recordando que, perante um panorama de excesso e abundância de informação, o papel selectivo dos jornais é determinante na definição do valor-notícia e, conseqüentemente, na amplificação de um acontecimento ou facto, sobretudo ao nível da divulgação do mesmo. A questão é simples: Terá a mesma força uma notícia veiculada através da Internet, concretamente por via de meios de informação exclusivamente *online*, por exemplo, sem a legitimação do impresso? Por ora, dificilmente, exceptuando se a mesma informação for seguida, aprofundada ou divulgada em papel ou revista. Idêntica resposta se a comparação tiver como base a televisão ou rádio, ainda que em escalas diferentes. Porquê esse entendimento? Falta o factor consolidação, que, historicamente, a Imprensa, televisão e rádio atravessaram como veículos de transmissão de informação, transportando gerações, as mesmas que paulatinamente vão crescendo com a

rede, enquanto agente preponderante e indispensável às suas vidas. O processo está em curso e as potencialidades da rede impõem um olhar incontornável dos meios de comunicação social para a nova realidade, em constante e acelerada mutação, exigindo adaptações a práticas, tecnologias, ainda que o sucesso das mesmas esteja dependente da capacidade de o fazer sem colocar em causa valores como a qualidade, credibilidade, fidedignidade e confiança das audiências.

“Num mundo de novos meios de comunicação social, a vasta, caprichosa, poderosa, tecnologicamente esclarecida e insaciável audiência vai decidir o que acontece com as notícias, e ninguém sabe até onde isso irá. O bom jornalismo na *Web* é uma coisa maravilhosa. Utilizar todas as ferramentas que a *Web* oferece – palavras, sons, vídeo, *links*, dados ilimitados, possibilidades de pesquisa, gráficos, interactividade – produziu um fermento intoxicado de um pensamento jornalístico criativo. Se o jornalismo é essencialmente *storytelling*, o potencial é agora comparável a uma criança quando é confrontada com uma nova caixa de cores que torna a antiga limitada e insignificante. O bom ‘novo’ jornalismo pode colocar as notícias num nível que as outras formas de *media* não conseguem” (Jones, 2009:178-179). O jornalismo pode efectivamente melhorar com a utilização das novas tecnologias, em particular a Internet, disso não restam dúvidas, apesar de a utilização das mesmas, nos moldes em que se tem verificado, apontar para uma situação distinta por força das opções adoptadas pelas empresas de *media*. É que a rede e as ferramentas que colocam ao dispor dos utilizadores têm sido entendidas, subtilmente, mais como formas de alcançar uma redução de recursos e não enquanto novos conceptualismos técnicos de transmissão de informação, carentes de profissionais com formação adequada para retirar o máximo das potencialidades que possuem. Emergiu um novo mercado global de *media* (McChesney, 2003) que deve ser entendido como um desafio de exigências, práticas e reconfigurações.

A verdade é que os jornais, e não só, têm entrado na Internet de forma defensiva (Meyer, 2009), centrando-se apenas na simples reprodução de conteúdos expostos nas edições impressas, sem, com este procedimento, conseguirem cativar e explorar convenientemente o manancial de potencialidades que estão ao seu dispor. “A mudança das notícias para a Internet – de formas específicas que estão a transformar a prática jornalística – não pode ser só entendida como uma relação com os ‘imperativos’ tecnológicos; A Internet tornou-se uma ‘gaiola de ferro’ para muitos jornalistas, porque os proprietários e os anunciantes têm favorecido a racionalização económica e desenvolveram formas para manterem e estenderem a existente ‘formação social’ das relações com poder” (Benson, 2010:191).

Tais enunciados levam muitos autores a considerarem que o jornalismo, na forma como o conhecemos, já acabou (Deuze, 2007), exigindo assim uma reorientação de hábitos tradicionais e práticas profissionais, algo que implica, naturalmente, a necessária reconfiguração da actividade, pressupondo os valores e o primado dos mesmos num cenário de excesso de informação. Será a qualidade das notícias, serão as notícias, no fundo, o garante do sucesso jornalístico. É essa a sua função, informar, noticiando e reportando factos, cativando audiências, fugindo à homogeneização decorrente de convergências norteadoras de fluxos informativos. A envolvimento marcada pelo aumento de custos, queda de audiências, maior competição no mercado, racionalismo económico, que levou à redução de jornalistas por parte dos grupos de comunicação um pouco por todo o mundo na última década (MacNamara, 2010), assim o exige. Alex Jones (2009) aponta mesmo para a necessidade de “salvar as notícias”, como ponto de partida para o sucesso jornalístico no ambiente concorrencial mencionado. “Defino ‘salvar as notícias’ encontrando um modelo comercial que sustente o jornalismo profissional focado em notícias sérias, conduzido pelos valores e padrões tradicionais para uma audiência alargada às cidades da nação. Isto não significa necessariamente a salvação dos jornais, pois eles permanecem como a grande fonte de jornalismo de responsabilidade que quero ver salvo. Se os jornais enquanto espécie morrem, e isso será simplesmente uma realidade, então temos de encontrar uma forma de salvar as notícias sem os jornais. Mas não desisto dos jornais e penso que eles têm futuro, apenas se conseguirem resistir o tempo suficiente para descobrirem isso. Aqueles que deram o sinal da morte aos jornais comparam a situação com aqueles filmes silenciosos quando a banda sonora começa a aparecer” (Jones, 2009:200). Daí que autor aponte para a importância de os jornais entenderem a especificidade e a diferenciação que deve ser efectuada entre o jornalismo para meios impressos e *online*, considerando-os como dois negócios separados e meios de informação separados. “Os jornais – os impressos – têm a autenticidade como a sua maior força e os jornais da *Web* devem ter o mesmo. Ambos reflectem uma cultura específica que necessita, nos dois casos, de ser respeitada” (Jones, 2009: 203).

Já McChesney e Nichols (2010) vão mais longe, colocando a possibilidade de *micropagamentos* por parte dos utilizadores da rede, e conseqüentemente das audiências dos meios de informação, como sendo elementos da condenação, por um lado, dos jornais e, por outro, de sustentabilidade dos custos inerentes à produção de conteúdos para a Internet. “O dinheiro para o jornalismo não está lá [na Internet]. A pressão para cortar nas despesas, com repórteres *online* e editores de *Web* a serem despedidos e o ‘produto’ em declínio, o tráfico desaparece e os anunciantes perdem o interesse. Com os *micropagamentos*, os jornais diários

simplesmente morrem”, (McChesney e Nichols, 2010: 74). As dificuldades económicas também abrangem o virtual. Essa é a realidade. E se, como enaltece Meyer (2009), a perda de qualidade do jornalismo, nomeadamente na Imprensa, é inevitável com a redução de recursos, fica a questão sobre que padrões qualitativos podem oferecer os meios de informação *online*, quando são igualmente afectados por condicionantes de índole económica? Isto, independentemente da natureza do meio, seja ele uma extensão da versão impressa – apesar de esta ter como suporte a marca e a estrutura do órgão que garante a reprodução do que sai no papel em ambiente virtual – ou criado de raiz, sem qualquer ligação, por exemplo, a grupos económicos.

Os dilemas em torno dos aspectos económicos, sociais e jornalísticos, sobretudo estes, têm-se avolumado, reflectindo-se no papel que é atribuído aos jornalistas, nas competências que são exigidas aos mesmos e na perda de qualidade que a produção noticiosa sofre. Afinal, há um fluxo noticioso que necessita de ser alimentado e só a qualidade das notícias e as *hardnews* conseguem vir ao de cima, marcando assim a agenda mediática, definindo, inclusive, o rumo que o mesmo fluxo tomará. Neste sentido, as medidas de convergência, adoptadas de forma indiscriminada pelos grupos de comunicação, são mais um dado revelador da perda dos valores noticiosos, enquanto aspectos norteadores da qualidade que será sempre exigida na sociedade. “A sociedade irá sempre precisar de notícias de qualidade – e profissionais pagos para investigar, escrever e empacotar”, (Jay Rosen *cit* Kaye e Quinn, 2010:54). Jim MacNamara (2010) recorda mesmo que a introdução das edições *online* nos jornais e revistas veio, para além da diminuição dos tempos e horas de fecho das mesmas, implicar, em alguns casos, diferenças de escrita dos jornalistas para as duas plataformas, bem como novas funções. Dos jornalistas espera-se agora que fotografem, façam e editem vídeos, recolham notícias e histórias e ainda as escrevam, acrescenta o autor. “Destas mudanças resulta que os jornalistas têm menos tempo para fazer investigação e confirmar informação, facilitando pouco a reflexão [...]. O jornalismo requer uma pesquisa e análise considerável, tal como reportar informação – particularmente num género como o jornalismo de investigação. Mesmo que o jornalismo fosse posicionado frequentemente como um ofício, o núcleo do jornalismo é o produto intelectual, particularmente quando envolve reflexão e análise crítica”, (MacNamara, 2010:215).

Daí que vários autores entendam ser necessário que as organizações mediáticas respeitem a especificidade dos jornalistas, no que se refere às suas competências. No fundo, as multitarefas que alguns meios de comunicação têm imposto aos seus profissionais, estratégia essa fortemente condicionada pelos desafios e limitações económicas existentes na

estrutura, tem desvirtuado competências, reduzindo o factor tempo enquanto aspecto decisivo na pesquisa de informações, mas sobretudo condicionado a qualidade das notícias apresentadas, precisamente por força da mistura de competências. Uma coisa é responder ao fluxo noticioso, estendendo-o com reproduções ou perspectivas distintas de um determinado acontecimento ou facto, outra é alimentar esse mesmo fluxo, marcando-o e determinando-o ao introduzir novos dados decorrentes de investigações noticiosas, contribuindo para o direccionar do mesmo. “O trabalho dos repórteres deve ser o de reportar e escrever, não o de tentar ser um *Web jockey*. Se é preciso uma versão de telefonista à medida, então deixem um especialista a atender telefonemas escrever as notícias, não um repórter de um jornal. E se os jornalistas querem se expandir para o *Web journalism*, eles não devem permitir que isso interfira na actividade principal de reportar” (Jones, 2009:205).

Entramos, pois, numa questão de competências, especificidades e aproveitamento das mesmas. As empresas de comunicação exigem uma adaptabilidade aos novos formatos (MacNamara, 2010), serviços associados ao jornalismo *online*, bem como às exigências do público – o mercado assim dita –, mas é recomendável que estas tenham presentes as especificidades inerentes à reportagem, sobretudo no que concerne às diligências inerentes à investigação noticiosa, como, por exemplo, o tempo necessário e indispensável que tem de ser despendido para contactar fontes, recolher dados, tratar informações, cruzamento de versões sobre determinado acontecimento ou facto, enfim... A Internet e as ferramentas que disponibiliza são vitais para complementar a execução das tarefas inerentes a um jornalismo de qualidade, possibilitando indubitavelmente a transmissão de informação e o alcance de audiências de forma mais rápida e participativa. No entanto, quando ao jornalista é exigido que recolha nova informação, contacte fontes, pesquise dados, confronte versões opostas, investigue, escreva para meios impressos, *online* e ainda monte a versão do conteúdo que irá difundir em versões áudio e vídeo, estamos perante um cenário que será marcado pelo menosprezo qualitativo de algumas destas etapas. Não será, por isso, vital o respeito pelas competências como forma de salvaguardar a qualidade do trabalho desenvolvido? Penso que sim. Afinal, qual será o profissional, perante o actual quadro tecnológico e mediático, capaz de executar todas as tarefas descritas e outras que poderiam ser mencionadas, mantendo os níveis de qualidade na concretização das mesmas, sobretudo quando condicionado pelo factor tempo? Nenhum. E há coisas que nunca mudam no jornalismo, que se centra em pessoas, fala de pessoas, dá voz às pessoas, amplificando a dimensão humana no cerne dos factos e acontecimentos. É preciso interagir com as pessoas para noticiar verdadeiramente. Interagir

com pessoas no sentido de lhes dar voz, de questionar, ouvir e relatar, percebendo sentimentos, estados de alma e factos condicionadores.

A redução do tempo dado aos jornalistas para a execução de algumas das tarefas identificadas e a redução de profissionais nos vários jornais, onde são exigidas múltiplas funções aos jornalistas, tem, por isso, conduzido à dependência de agentes condicionadores da clareza de factos descritos. Uma das consequências tem sido a crescente preponderância do conteúdo proveniente dos profissionais de relações públicas e assessores de Imprensa nas notícias (MacNamara, 2010). “Seguir os *press releases* pode ser o pão e a manteiga do jornalismo diário, mas são os exclusivos que constituem a geleia – aquilo que faz com que o trabalho valha a pena” (Phillips, 2010:99).

A resposta à questão de como elevar os padrões de qualidade do jornalismo num cenário de limitações económicas não é fácil, ainda que haja dados que apontem para caminhos possíveis. As organizações noticiosas, essencialmente os meios de comunicação impressos, neste momento, procuram encontrar formas de construir e alcançar novas fontes de receitas com os conteúdos que colocam na rede (Kaye e Quinn, 2010), seja por força do pagamento dos mesmos, ainda que por valores muito reduzidos de subscrição, ou pela tentativa de potenciar a valorização da publicidade angariada para a plataforma digital. A opção, porém, tem sido a de tornar a presença na rede uma extensão do impresso, diminuindo o seu valor com a partilha de conteúdos, sem que os mesmos sejam trabalhados de acordo com a especificidade dos meios. Daí à homogeneização das notícias é um passo, sendo esse mais forte quando o contexto socioeconómico das organizações aponta para a redução de custos (McChesney e Nichols, 2010), que, como consequência, tem levado à diminuição de jornalistas e *staff* associado ao desenvolvimento da actividade. “No *online* é difícil manter a ‘diferença’, porque as *estórias* são simplesmente roubadas por todos os outros. Se as razões comerciais para produzir material exclusivo já não existem, então há menores incentivos para investir em reportagens originais” (Phillips, 2010:101). Este é o pressuposto defendido por alguns responsáveis dos meios impressos, sem contemplações pela qualidade do que dão à estampa.

Assim, quando Phillip Meyer (2009), neste quadro, aponta como solução para salvar o jornalismo a necessidade de um novo modelo que encontre o lucro na verdade, vigilância e responsabilidade social, está a elevar os parâmetros qualitativos do jornalismo como fórmula de sucesso para fazer face ao excesso de informação que a Internet passou a disponibilizar, fazendo com que os jornais, em particular, encarnem o papel de filtros de informação, assentes na verdade. “O problema de preservar a qualidade no jornalismo ganha especial

atenção durante os ciclos económicos em baixa. [...] A Internet não criou este problema, apenas o acelerou. Os jornais dar-se-ão melhor em locais onde confiem neles. O ponto principal da estratégia é descobrir e entender as populações especializadas, onde é mais provável construir confiança e exercer influência. [...] O jornalismo de grande qualidade será sempre economicamente possível, mas não será tão lucrativo. O problema não é manter os lucros antigos. Isso só pode ser feito de forma sustentável. O principal problema é ajustar os níveis de lucro que são normais aos mercados competitivos. Cortar na qualidade para manter os lucros habituais pode adiar esse ajuste, mas essa estratégia é muito perigosa para as companhias existentes. A menor qualidade irá desgastar a confiança nos jornais e criar oportunidades para aquilo que as escolas de negócios chamam de ‘maus competidores’, estes irão providenciar melhor serviço aos consumidores com menores margens de lucro” (Meyer, 2009: 231-232).

Por sua vez, Shel Holtz (2008) defende e aponta dez pressupostos que podem salvar os jornais e as edições impressas, enumerando: 1) A redução do tamanho das edições impressas; 2) Melhoria da qualidade da impressão e do papel; 3) Foco local; 4) Oferta de mais colunas de comentários e análises; 5) Envolvimento de vozes locais; 6) Fornecer artigos colecionáveis; 7) Fornecer itens refrigeradores, como por exemplo, listas de serviços locais, sugestões de locais para férias, entre outros; 8) Oferecer um pacote total, integrando calendários com eventos locais, guias de entretenimento, resultados desportivos, secções de humor, cartoons, etc; 9) Fornecer tudo de graça – num mercado onde há cada vez mais conteúdos sem encargos, advoga o autor, os jornais devem adoptar um modelo de negócio e publicidade que consiga gerar receitas suficientes para cobrir os seus custos; 10) *Hiperligações* para edições *online* e *sites* que forneçam informações ou serviços complementares. Neste sentido, Alex Jones (2009) entende que os jornais e as restantes organizações noticiosas estão perante um cenário de oportunidades, onde as diferenças inerentes à especificidade estão presentes. “Os mesmos fragmentos jornalísticos serão trabalhados para a versão *online* do jornal, mas para isso serão necessários jornalistas que são autênticos a um meio. As organizações noticiosas têm agora uma grande oportunidade para criar um jornalismo *online* que incorpore todas as ferramentas e cultura da *Web*, que faça esse tipo de ligação com as pessoas mais jovens e aos utilizadores da *Web*, algo que é possível apenas quando a sensibilidade autêntica e contemporânea é reconhecida. Os consumidores de notícias *online* vão querer tudo o que a *Web* oferece. E não há qualquer razão para pensar que aqueles que lêem os jornais impressos não irão também à procura de notícias *online*, e vice-versa. Os jornais impressos e as suas irmãs publicações *online* fazem coisas diferentes e satisfazem de formas diferentes, e se isso foi reconhecido, ambas

conseguem prosperar. O que não pode prosperar é a bagunça do meio-termo” (Jones, 2009:210).

Se é certo que os modelos tradicionais de negócio estão ultrapassados por força das novas tecnologias, concretamente perante o impacto da Internet nas sociedades, a verdade é que ainda permanece a incógnita sobre qual o modelo ideal para os meios de comunicação impressos, ainda em ebulição pelo desafio imposto por uma realidade distinta que ganha força a cada dia que passa. A distribuição é, perante os novos dados, cada vez mais global, a forma de contar histórias também, novos modos de *storytelling* vêm a sua preponderância aumentar, tudo isto num cenário em que as audiências estão mais informadas e capazes de aceder a dados complementares. A verdade é que a publicidade, no meio deste quadro, continuará a ser a principal fonte de receitas dos meios noticiosos (Kaye e Quinn, 2010), isto considerando igualmente a concorrência imposta pelo *online*. Mas esta, a publicidade, só surge por força da confiança que determinando meio de comunicação conseguir gerar junto do público. É através disso que a captação de receitas se faz, procedimento indubitavelmente associado ao volume da audiência dos *media*. Todavia, são necessárias adaptações de modelos em função do meio, público, contexto socioeconómico e organizativo. “As organizações noticiosas vão confiar numa combinação de fontes de rendimento. Cada fornecedor de notícias irá implementar modelos que sejam particularmente apropriados ao seu estilo de jornalismo. Será impossível aplicar uma única solução comercial às várias formas de disseminação de notícias que são actualmente possíveis. Do *hyperlocal* para o global, dos *blogs* até às grandes redacções, de jornalistas especialistas às comunidades de activistas – todas as formas vão requerer uma forma específica de financiamento” (Kaye e Quinn, 2010:173-174).

17. Conclusões sumárias

- A alteração dos fluxos de informação é indelével ao longo do último século, tendo a velocidade de transmissão dos mesmos ganho novas formas e práticas, potenciadas por mediadores técnicos, sendo a Internet um caso paradigmático. A rede alterou o modelo inerente à realidade comunicativa de “um para muitos”, capaz apenas da redução de uma capacidade de intervenção e acção do receptor, sem possibilidade de influenciar, determinar ou participar num processo tornado multifacetado, assente num arquétipo de “muitos para muitos”. A Internet já é indispensável nas sociedades quotidianas. Afinal, o homem gosta de redes sociais, envolve-se nelas por via da sua natureza milenar e a rede não é mais do que a materialização técnica de desejos e acções manifestadas ao longo da evolução da sua própria condição humana;
- A Internet não viu estagnado o seu processo evolutivo, pelo que contribuiu e presta um decisivo contributo ao desenvolvimento cultural, económico e humano da diversidade que as sociedades existentes entre nós detêm. A inovação tecnológica não é mais do que uma espécie de produto do sistema social vigente, no qual as necessidades identificadas dão azo às inovações científicas que vão passando os tempos, transformando-se em rotinas cumpridas ou desideratos fúteis, marcados pela repetição natural de comportamentos;
- Winston (1996 e 1998), através de um modelo de simplificação do contexto social da inovação tecnológica, defende a existência de *aceleradores* e *travões* à mudança tecnológica. Os primeiros, *aceleradores*, estão conotados com as necessidades sociais que empurram a inovação tecnológica para a frente e facilitam a respectiva adopção social do novo tecnicismo. Os *travões*, por sua vez, resultam de acções de determinados actores sociais que procuram abrandar a adopção social da nova tecnologia, por exemplo através de leis delimitativas da sua introdução e massificação;
- Já Mark Deuze (2007), enaltecendo que a nova condição humana na sociedade em rede é mais dinâmica do que anteriormente, delimita o conceito de *liquid life*, caracterizando assim o processo de mutação que a sociedade vai atravessando, considerando que a mesma é marcada pela incerteza, fluxo, mudança, conflito e revolução constante;
- No jornalismo, a Internet impôs o valor do imediatismo aos meios de comunicação social que, até então, lidavam somente com períodos de fecho ou noticiários previamente calendarizados no tempo e espaço. A rede teve a força de afirmar que as

notícias não têm tempo nem hora para circularem. Por isso, a corrida para o ambiente virtual foi imediata. E sendo o jornalismo um factor essencial de uma sociedade democrática, pelo que produz e pela forma como o faz, isto em função de propósitos delimitados pelos objectivos organizacionais e uma identidade profissional, seria impensável virar as costas à Internet, pelo exemplo de evolução e democraticidade elevada por força da participação dos utilizadores;

- A Internet representa um conjunto de novas oportunidades de divulgação de conteúdos e notícias que podem ser veiculados em distintos formatos, que, por sua vez, estão sujeitos a constantes *upgrades* de valor acrescentado. A missão jornalística tornou-se mais desafiadora devido ao mercado mais exigente, globalizado e competitivo. A velocidade inerente ao *online* reduz espaços, o mediador virtual aproximou o jornalista do público, potenciando a interactividade, sujeitando-o à crítica e elogio. Os tempos de notícia mudaram, a velocidade e direcionalidade dos fluxos informativos também e o público passou a ser um alvo global;
- Negativamente, a massificação da utilização da rede pressiona as organizações noticiosas pela força do factor tempo, impondo divulgação de notícias sem a necessária comprovação de factos. Os jornalistas tornaram-se, como sublinha Ian Hargreaves (2003), em “*robohacks*”, praticando “*churnalism*” (Davies, 2008), isto é uma forma de jornalismo em que os *press releases* e as histórias pagas às agências noticiosas são usados para criar artigos, fazendo face às pressões do tempo e da redução dos custos produtivos, sem verificação dos dados fornecidos ou apurados;
- O repto tecnológico centra-se em dois níveis: 1) Aumento concorrencial na procura de informação que sustente as notícias elaboradas, algo que em última instância define e enaltece o valor exclusivo das mesmas, já que, devido ao desejo natural de todos os jornalistas de noticiar em “primeira-mão”, a concorrência e agressividade noticiosa aumenta, reduzindo o respectivo valor do exclusivo junto do mercado; 2) A Internet alarga o acesso à informação aos utilizadores e leitores interessados, permitindo que estes possam aceder a algumas fontes de informação, elevando a fasquia da missão jornalística, colocando igualmente o jornalista numa posição sujeita a maior crítica. Os valores da objectividade, imparcialidade e fidedignidade, enquanto vectores do jornalismo, encontram-se, assim, sob o escrutínio público com maior frequência;
- Os *blogs* surgiram então como uma forma de construção discursiva e de formato, assente na ideia de um diário pessoal, dando aos utilizadores a possibilidade destes

escrever, editar, interagir e publicar livremente os conteúdos desejados, que reflectem os assuntos em voga num determinado espaço temporal. Os *blogs*, porém, não devem ser considerados, como alguns entusiastas o fazem, como “*cães de guarda*” ou um *novo género de jornalismo* (Wall, 2005), uma vez que detêm elevada carga de subjectividade, logo a questão: se o jornalismo evoluiu e desenvolveu qualidades como a confiança, credibilidade, fidedignidade e objectividade, em que medida uma forma de expressão subjectiva pode ser entendida ou conotada como um novo género jornalístico? Como afirma McNair (2006:131), “os *blogs* são especialmente favoráveis à introdução de informações negativas no fluxo informativo para fazer circular rumores como factos. [...] É um lugar onde todos têm a sua verdade”;

- A rede mantém o seu traço evolutivo e prossegue-o, como aponta John Markoff (2006), para um patamar de *Web 3.0* (MacNamara, 2010), no qual emerge uma base de dados mundial, onde a organização e uso do conhecimento da rede será utilizado de uma forma mais inteligente e autónoma. A *Web 1.0*, na primeira versão, correspondeu à implantação no seio da sociedade, com a conseqüente popularização que se verificou junto das massas. A *Web 2.0* (Kaye e Quinn, 2010), como é conhecida actualmente, determinada e centrada pela preponderância assumida pelos mecanismos ou motores de busca como o *Google* ou *Yahoo*, pelos sítios de colaboração dos utilizadores, como a *Wikipédia* ou *Youtube*, isto para além das redes sociais, concretamente o *Facebook* ou *Hi5*. O próximo passo, a *Web 3.0*, terá o enfoque nas estruturas dos próprios sítios da rede com menor incidência no utilizador, potenciando a criação de sistemas completos de inteligência artificial, capazes de organizar e agrupar informações e páginas de acordo com os temas, assuntos e interesses previamente expressados pelos utilizadores (MacNamara, 2010);
- A Internet tem sido um espaço privilegiado para o desenvolvimento de novas formas de jornalismo, em que o acesso global a vasta informação é lastro para a disponibilização de reportagens instantâneas, possibilitando mais-valias de interactividade com as audiências, agregando, igualmente, um conjunto de capacidades que os meios tradicionais não conseguem fazer – juntar no mesmo espaço textos, imagens, gráficos, imagens, gráficos dinâmicos, animações virtuais, sons e vídeos. Assim, emerge de forma paralela uma nova forma de contar as *estórias*. Um novo tipo de *storytelling*, que, segundo Artwick (2004), assenta em cinco l’s: *Interactivity, involvement, immediacy, integration* e *in-depth opportunities*;

- A rede é indispensável na cultura de convergência (Deuze, 2007) que o quotidiano jornalístico adopta, por força das pressões económicas existentes da parte de quem manda, em busca da redução de despesas, relacionada com o decréscimo da comercialização da Imprensa paga, a estagnação de audiências televisivas, o aumento dos utilizadores da rede e respectiva acessibilidade dos mesmos, a informação presente na Internet, onde a expansão de sítios dedicados ao fornecimento de informações e notícias ganhou um tremendo impulso;
- A opção pela via sinérgica que muitos meios de comunicação têm assumido, assentes no paradigma da convergência, centra-se em dois pressupostos, o que está subjacente à redução de custos no seio da organização e aquele que prevê a tentativa de alcançar uma maior e mais vasta parte da audiência, na procura de um duplo objectivo: baixar os custos elevando a difusão dos conteúdos. Sem tempo para questionar práticas, devido à pressão a que estão sujeitos em termos de produção, os jornalistas têm vindo a perder a capacidade e o hábito da diversidade, criatividade e assertividade na narração;
- A retirada de meios do terreno leva invariavelmente à perda de alguma exactidão de conteúdos, sendo que o conceito de convergência tem vindo a ser utilizado de forma perversa mais como maximizador de lucros, reduzindo os custos, do que como factor de melhoria do produto, ou melhor de notícias, presentes à audiência. A sobrecarga de trabalho aumentou para os jornalistas, não apenas devido à aceleração dos fluxos noticiosos, que invariavelmente, como referimos, delimitou, tornando exíguos, os momentos dedicados à reflexão, ponderação e planificação de investigações ou trabalhos informativos, mas a necessidade que os responsáveis pelas organizações noticiosas impuseram no sentido dos jornalistas terem de realizar múltiplas tarefas, consumadas em conteúdos para várias plataformas, obrigando-os a uma adaptabilidade intrínseca às características dos meios noticiosos, com pouco tempo para o fazer. A qualidade dos conteúdos oferecidos não pode ser a mesma, no que à fidedignidade, fundamentação, factualidade e exactidão diz respeito, sendo estes aspectos descurados em prol da quantidade de notícias colocadas no ciclo noticioso. A primazia é assim quantitativa numa profissão e prática que sempre viveu do qualitativo;
- As dificuldades inerentes e subjacentes à prática jornalística decorrem essencialmente do aspecto económico, que impõe desafios a um modelo de negócio centrado nas receitas provenientes da publicidade. Philip Meyer (2009) – tendo em vista a

necessidade da existência de conteúdos com qualidade e respectiva credibilidade da informação, enquanto factores indissociáveis da influência social, aumento da circulação e, conseqüentemente, de rentabilidade, que se reflecte em termos de angariação de publicidade – defende um modelo revelador de que a influência social de uma publicação resulta da confiança adquirida do público, por força da fidedignidade dos conteúdos e da qualidade elevada das notícias difundidas, o que pressupõe, sustenta o autor, a necessidade de investimento em recursos de cariz noticioso e editorial;

- Emerge a questão: Terá a mesma força uma notícia veiculada através da Internet, em particular por meio de meios de informação exclusivamente *online*, sem a legitimação do impresso? Por enquanto, dificilmente, exceptuando se a mesma informação for seguida, aprofundada ou divulgada em papel ou revista. Semelhante resposta se a comparação tiver como base a televisão ou rádio, apesar de em diferentes escalas. Porquê esse entendimento? Entendo que falta o factor consolidação, que, historicamente, a Imprensa, televisão e rádio atravessou como veículos de transmissão de informação, transportando gerações, as mesmas que vão crescendo paulatinamente com a rede, funcionando esta como agente preponderante e indispensável às suas vidas. O processo está em curso e as potencialidades da rede impõem um olhar incontornável dos meios de comunicação social para a nova realidade, em notória, constante e acelerada mutação, exigindo adaptações a práticas, tecnologias, ainda que o sucesso decorrente das mesmas esteja dependente da capacidade dessa adaptabilidade, sem que sejam colocados em causa valores como a qualidade, credibilidade, fidedignidade e confiança das audiências;
- A Internet e as ferramentas que disponibiliza são essenciais no complemento e execução das tarefas inerentes a um jornalismo de qualidade, possibilitando indiscutivelmente a transmissão de informação e o alcance de audiências de forma mais rápida e participativa, todavia, quando ao jornalista é exigido que recolha nova informação, contacte fontes, pesquise dados, confronte versões opostas, investigue, escreva para meios impressos, *online* e ainda preparar a mesma versão do conteúdo que irá difundir em versões áudio e vídeo, estamos perante um cenário que será marcado pelo menosprezar qualitativo de algumas das etapas mencionadas. Não será vital o respeito pelas competências como forma de salvaguardar a qualidade do trabalho desenvolvido? Penso que sim. Afinal, qual será o profissional, perante o actual quadro tecnológico e mediático, capaz de executar todas as tarefas descritas e outras que

poderiam ser mencionadas mantendo os níveis de qualidade na concretização das mesmas, em particular quando condicionado pelo factor tempo? Nenhum. E há coisas que nunca mudam no jornalismo, que se centra em pessoas, fala de pessoas, dá voz às pessoas, amplificando a dimensão humana no cerne dos acontecimentos e factos. É necessário interagir com as pessoas para noticiar verdadeiramente. Interagir com as pessoas para lhes dar voz, de questionar, ouvir e relatar, dando eco e percebendo sentimentos, estados de alma e factos condicionadores;

Capítulo V – Implicações reais e práticas da Internet sentidas pelos jornalistas no processo de queda gradual da reportagem e conseqüente aumento do sedentarismo

18. Questões centrais

Olhando para um passado recente e um futuro interminável facilmente conseguimos perspectivar que o elevado grau de incerteza que norteia a partilha de caminhos entre o jornalismo e a tecnologia conduz a uma necessária e constante adaptação a necessidades, práticas e procedimentos de actuação diários. A sociedade assim o exige e o próprio ser humano adopta o desafio como seu, seduzindo-se pela inovação. Porém, entre os novos contributos que a prática jornalística tem vindo a receber, como vimos anteriormente, sendo, inclusive, engolida pela tecnologia de modo abundante e regular, os valores da profissão conhecem e são hoje alvo de novos enquadramentos conceptuais e organizacionais encaixados nas necessidades de estruturas profissionais e altamente direccionadas para primado dos valores económicos. Os mercados têm ditado leis, a velocidade de transmissão de factos descritos como notícias relega nos dias que correm a fidedignidade e credibilidade dos actos de transmissão para patamares secundários, ousando a indispensabilidade da sustentação dos mesmos, quanto mais não seja no simples acto de testemunhar. Os jornalistas, esses, sentem

as agruras de uma pressão diametralmente superior criada pelos fluxos intermináveis de informações que circulam nos diversos meios, vendo o seu espaço de actuação reduzido à necessidade do imediato, sem possibilidade de aprofundar as frases ou sons vistos ou ouvidos diariamente. É preciso entrar no ciclo vicioso de produção permanente ainda que isso retire comprovação do alimento dado ao referido processo cíclico. As empresas de comunicação assim o exigem, pagam para isso e que melhor aliado poderiam ter na Internet, tantas vezes desculpa ou parceira em momentos de ausência de jornalistas em locais de acontecimentos, obedecendo à lei dos números que se sobrepõe à qualidade do noticiado, retirando-lhe riqueza de conteúdo e distinção face a quem não viu, não sentiu, nem cheirou no terreno. Será que vale a pena o extremismo dos números, sublinhado pelo radicalismo dos lucros?

A convergência surge amiúde como ideia associada a conceitos de partilha económica, estrutural e organizacional, enquanto resposta à pergunta anterior, sentida por quem tem diariamente de ir ao terreno do acontecimento. Aí, a exactidão dos conteúdos cresce aos olhos de quem presencia e tem como missão transmitir. Será a Internet um contributo para parte de um problema que cresce a olhos vistos? Aquele que castra a visão, a presença, amarrando o jornalista, enquadrado nas dificuldades e limitações económicas de uma estrutura, à simbiose de uma cadeira parceira de qualquer secretária? Pertinentes são igualmente as questões já abordadas subjacentes, por exemplo, ao que nos dizem Kovach e Rosenstiel (2001). “A tecnologia está a transformar os cidadãos de consumidores passivos de notícias produzidas por profissionais em participantes activos que conseguem fazer o seu próprio jornalismo com base em variados elementos. [...] O novo jornalista já não decide o que o público deve saber – esta é uma regra clássica da função de *gatekeeper*. Ele ou ela estão a ajudar as audiências a escapar disso. Isto não quer dizer que haja apenas uma interpretação ou análise das notícias reportadas. A primeira tarefa do novo jornalista/fazedor de opinião é verificar que informação é fidedigna e então soltá-la para que as pessoas possam segurá-la eficientemente” (Kovach e Rosenstiel, 2001:19).

Neste quadro de uma crescente partilha de recursos estruturais das empresas de comunicação, reduzindo de alguma forma a distinção de visões de uma marca, de um título, emana a dúvida se o caminho percorrido não está, paulatinamente, a esquecer parâmetros essenciais para a valorização do que é resultante da prática jornalística. A indiferenciação em último caso dos conteúdos plasmados no papel ou a simples reprodução de dados transmitidos por outros meios de comunicação, alguns concorrentes, em ambiente *online* pode constituir um forte revés nos valores que o jornalismo fundamentou ao longo da sua evolução junto da opinião pública e da sociedade em geral. É que a homogeneização de

conteúdos e notícias tem sido apresentada como um facto cada vez mais sublinhado pelas redacções, enaltecendo nocivos aspectos a questionar. Afinal, como diz Boczkowski (2010), “quanto mais as notícias forem homogeneizadas, menor será o medo dos actores poderosos da função de *watchdog* dos meios de comunicação” (Boczkowski, 2010:182).

Será, contudo, redutor considerar os avanços tecnológicos como focos essenciais para a padronização dos conteúdos noticiosos, até porque outras ciências e profissões entraram exponencialmente no campo jornalístico, influenciando-o, em particular, a forma como a notícia, o produto final, é divulgada. “À medida que se vai contribuindo para a homogeneização dos conteúdos das notícias, uma evidente cultura de jornalismo é direccionada para ter resultados nos jornalistas tornando-os menos confiáveis do que são habitualmente e para produzirem mais cinismo através dos *media*. Isto não é, contudo, algo simplesmente relacionado com os avanços tecnológicos. Em vez disso, segue de perto os saltos da história da marketização das notícias para a qual tem contribuído a cultura do *spin*, tal como o relacionamento próximo das principais notícias com a maquinaria dos relações públicas e as pressões do poder comercial para guiar os conteúdos das notícias. As audiências noticiosas tornaram-se mais cínicas em relação às notícias, mais questionadoras e com queixas sobre a objectividade, e mais inclinadas para o entretenimento” (Fenton e Witschge, 2011:155).

Ora, neste quadro, perceber alguns dos pressupostos enunciados tornou-se indispensável, olhando concretamente para algumas das questões que nos dias que correm ocupam diametralmente a conjuntura da acção jornalística, enquanto indivíduos integrados em estruturas organizacionais necessariamente viradas para o lado empresarial e monetário da sua acção, como não pode deixar de ser, desde que assente em objectivos sustentáveis e ponderados, relegando para um plano secundário prioridades do jornalismo que estão na génese do sucesso da profissão. Assim, tornou-se fundamental na identificação de uma simbiose relacional entre a Internet e o jornalismo entender e verificar quais as percepções dos jornalistas no que concerne a alguns factores determinantes e condicionadores da sua acção. Será que, olhando para a realidade que a rede nos oferece, os contributos dados pela mesma têm assinalado uma tendência para a quebra da reportagem como género, mas sobretudo como prática diária? Esse abandono de uma presença localizada onde o acontecimento tem lugar ou pode vir a ocorrer é sinónimo de perda de qualidade e rigor informativo? Ou, invariavelmente, a mesma opção conduz a prática da profissão para um lento e agonizante sedentarismo, retirando tudo o que um olhar, uma visão ou uma perspectiva podem acrescentar à notícia? E esse amarrar à cadeira ou secretária está a contribuir para um

maior distanciamento entre os jornalistas e as fontes de informação? Estas são apenas algumas das questões que dão forma à percepção de que a queda da reportagem é um facto inegável, logo, importa verificar que contributos para o sedentarismo da prática jornalística têm sido dados pela rede.

19. Metodologia

Com o intuito de responder a algumas das questões enunciadas, bem como outras também elas determinantes no estudo efectuado, procurou-se contribuir para a elaboração de um quadro comportamental e geral sobre práticas, papéis e entendimentos dos jornalistas relativos a um conjunto de problemáticas associadas à sua acção diária no desempenho da profissão, em particular ao serviço de meios de comunicação impressos, concretamente jornais. Assim, a tarefa proposta consistiu na inquirição de uma parte da população de jornalistas que desempenham funções em três jornais de referência em Portugal, casos do *Correio da Manhã*, *Público* e *Diário de Notícias*, independentemente dos cargos ocupados nas referidas estruturas, o que permitiu perceber qual o seu entendimento e atitudes face às problemáticas levantadas, as quais estão indubitavelmente relacionadas com a crescente queda da reportagem no jornalismo nacional, nomeadamente nos jornais em causa, facto mais à frente comprovado numa análise qualitativa aos seus conteúdos noticiosos.

Para a concretização do trabalho mencionado foi efectuado um questionário com recurso à escala de Likert (1932)⁶⁵, a qual teoricamente permite sustentar que uma determinada atitude constitui uma disposição para a acção (Pasquali, 1996). Aliás, o principal enfoque da escala de Likert reside precisamente na procura de um grau de concordância do inquirido, neste caso cada um dos jornalistas que acederam a responder ao inquérito submetido, com uma série de afirmações que retractam algumas problemáticas jornalísticas geradoras de constantes debates entre a classe e não só. Assim, o método utilizado

⁶⁵ Rensis Likert, responsável por aquela que ficou conhecida como a escala de Likert, escala psicométrica que permite medir atitudes psicológicas. Likert foi professor de sociologia e psicologia e antigo fundador e director do Instituto de Pesquisas Sociais de Michigan, nos Estados Unidos. Durante mais de 40 anos, desenvolveu uma série de estudos sobre estilos de liderança e gerência, dedicando-se à realização de experiências e à análise de informações obtidas em experiências de outros investigadores, na tentativa de relacionar o sucesso alcançado por determinadas organizações com o sistema de liderança e a política de gestão de pessoas por elas adoptada.

possibilitou aos sujeitos do estudo expressarem a sua opinião favorável ou não através de uma escala de cinco pontos em função de cada um dos itens de Likert apresentados, sendo que o 1 é correspondente ao “discordo em absoluto”, o ponto 2 a “discordo parcialmente”, o 3 corresponde ao “não concordo nem discordo”, o 4 ao “concordo parcialmente” e, por último, o ponto 5 ao “concordo em absoluto”.

A escolha dos meios de comunicação social onde foram submetidos os referidos questionários justifica-se pelo facto de cada um dos três jornais em causa permitir uma aproximação clara do entendimento que os jornalistas da Imprensa diária, nas publicações de referência, detêm sobre alguns fenómenos crescentes, como aquele que é abordado na presente obra, concretamente a queda da reportagem. Fenómeno que é mais notado na Imprensa diária devido à pressão temporal dos fechos, ao simples facto da periodicidade ser mais frequente do que num semanário, onde, através dos cadernos, suplementos, ou revistas que o acompanham, a tendência tem sido aparentemente menor, dado que a propensão dos títulos para diversidade de conteúdos é maior. Associada a estas questões surge igualmente a predominância de serviços de agenda nos jornais diários de referência que desafiam recorrentemente a escassez de meios com que os mesmos se debatem nos dias que correm ao nível dos jornalistas disponíveis para a cobertura de eventos, deslocações aos locais onde se desenrolam ou para delegar profissionais de forma exclusiva à execução de um trabalho, seja ele de investigação ou reportagem enquanto estilo puro e simples. Neste contexto, temos presentes duas dimensões do conceito de reportagem que no presente estudo surgem de algum modo unidas, uma vez que estão umbilicalmente ligadas: 1) A reportagem como mera cobertura de um determinado acontecimento ou evento no local em que o mesmo ocorre, implicando naturalmente a deslocação do jornalista em causa para o acompanhamento desejado; 2) A reportagem como género jornalístico, a qual se pode resumir ao relato de factos actuais que não são estritamente dados como notícia, procurando difundir desse modo o essencial de factos, explicando as suas circunstâncias, recorrendo, por exemplo, ao estilo mais narrativo e criativo do repórter (Fontcuberta, 2002).

Importa igualmente referir que os 85 questionários recolhidos, como resultado da disponibilidade evidenciada pelos sujeitos associados ao objecto de estudo, foram submetidos aos jornalistas do *Correio da Manhã*, *Diário de Notícias* e *Público* no segundo semestre de 2010, os quais, sem serem igualmente repartidos pelos três meios devido às naturais diferenças verificadas no número de jornalistas das respectivas redacções, permitem retirar algumas conclusões importantes sobre os contributos da Internet não apenas para a queda da reportagem na Imprensa diária, mas igualmente verificar de que forma a rede tem afectado a

prática que se desenvolve nas redacções, o modo como o fazem, as consequências que apresentam para a veracidade e rigor do conteúdo noticioso produzido e divulgado. Isto sem esquecer a crescente fixação dos jornalistas nas redacções, elevando o sedentarismo na prática jornalística como um dos efeitos perversos da inovação tecnológica e da natural massificação de utilização da rede pelos jornalistas, em boa medida também potenciadas pelas opções estratégicas editoriais levadas a cabo com o objectivo de fazer face às limitações de recursos humanos e financeiros para responder às solicitações que a agenda mediática efectua diariamente.

20. Resultados da inquirição a jornalistas do *Correio da Manhã*, *Diário de Notícias* e *Público*

20.1. Caracterização dos inquiridos

Olhando para o universo de jornalistas consultados no presente estudo, constatamos que a grande maioria é do sexo masculino, isto num lote de 85 profissionais que em termos etários preenchem de forma quase igualitária os escalões entre os 20 e 30 anos e seguintes, excepção feita ao número de jornalistas com mais de 51 anos, os quais são, por diversos factores, cada vez menos nas redacções dos três diários consultados. Os motivos, esses, com base no conhecimento de campo, são distintos e prendem-se com o abandono da profissão para ingressar em outras funções, seja em agências de comunicação, empresas de assessoria, por exemplo, mas também pela crescente propensão dos meios de comunicação, integrados em grandes grupos económicos, apresentarem uma tendência clara para o rejuvenescimento das suas redacções, dotando-as, por um lado, de jovens que representam menores encargos salariais para a empresa, ainda que o nível de experiência seja mais reduzido e as fontes de informação escassas, por outro de profissionais mais preparados para os desafios que as novas tecnologias, em particular a Internet, têm colocado à própria capacidade de adaptação das estruturas organizacionais e aos próprios jornalistas, hoje forçados a uma constante reciclagem de conteúdos e práticas impostas igualmente pelas exigências dos ciclos noticiosos.

Neste contexto, no que concerne às habilitações literárias dos inquiridos, a maioria diz possuir licenciatura, ainda que, como é possível verificar no quadro 1, o número de jornalistas com o 12º ano de escolaridade seja próximo dos que detêm uma pós-graduação. Mais escassos são os jornalistas que possuem um mestrado, apenas seis, ou seja, 7,06% dos inquiridos, sendo que doutorados não foram encontrados na amostra recolhida.

Independentemente das habilitações literárias dos jornalistas questionados, destaque para a elevada experiência profissional dos mesmos, algo que fortalece os resultados obtidos na medida em que encontramos jornalistas capazes de estabelecer os termos de comparação entre a actualidade da prática jornalística e respectivas exigências com procedimentos anteriores, sobretudo quando muitos deles iniciaram a sua profissão. É que mais de 60% dos inquiridos afirmaram ter mais de 11 anos de profissão, 32,94% responderam entre o intervalo de 11 a 20 anos, enquanto 31,76% enquadram-se no lote de jornalistas com mais de 21 anos de prática profissional. Referência também para o facto de a maioria deter um estatuto de redactor nos respectivos jornais, concretamente 70,59% dos inquiridos, contrapondo com a restante percentagem directamente relacionada com cargos de chefia. Aí, os editores representam 20% dos inquiridos no estudo.

Quadro 1

Perfil dos inquiridos – Totais (85 jornalistas)				
Idade	20-30	31-40	41-50	> 51
	22	26	27	10

Percentagem (%)	25,88%	30,59%	31,76%	11,76%		
Sexo	Masculino		Feminino			
	52		33			
Percentagem (%)	61,18%		38,82%			
Habilitações literárias	12º Ano	Bacharelato	Licenciatura	Pós-Graduação	Mestrado	Doutoramento
	12	5	48	14	6	-
Percentagem (%)	14,12%	5,88%	56,47%	16,47%	7,06%	-
Experiência profissional	< 5 anos		5-10 anos	11-20 anos		> 21 anos
	15		15	28		27
Percentagem (%)	17,65%		17,65%	32,94%		31,76%
Estatuto ou função	Redactor		Sub-editor	Editor		Director
	60		7	17		1
Percentagem (%)	70,59%		8,24%	20,00%		1,18%

Especificando cada um dos meios, é possível verificar que no *Diário de Notícias* o número de inquiridos foi superior, alcançando quase metade dos 85 jornalistas que acederam a responder ao questionário em causa, algo directamente ligado ao maior número de recursos humanos presentes na redacção, retractando um facto diferenciador face aos outros dois jornais. Entre os 42 jornalistas inquiridos, as idades e género vão de encontro aos valores totais do estudo, enquanto ao nível das habilitações académicas, para além da predominância dos licenciados, 14,29% dos jornalistas do *Diário de Notícias* inquiridos possuem uma pós-graduação, sendo a experiência profissional dos mesmos repartida pelas várias categorias, com predominância na que corresponde a de 11 a 20 anos de profissão. A larga maioria dos jornalistas da publicação que foram consultados são redactores, como se pode ver no quadro 2.

Quadro 2

Perfil dos inquiridos – Diário de Notícias (42 jornalistas)						
Idade	20-30	31-40		41-50		> 51
	14	13		10		5
Percentagem (%)	33,33%	30,95%		23,81%		11,90%
Sexo	Masculino			Feminino		
	26			16		
Percentagem (%)	61,90%			38,10%		
Habilitações literárias	12º Ano	Bacharelato	Licenciatura	Pós-graduação	Mestrado	Doutoramento
	3	2	28	6	3	-
Percentagem (%)	7,14%	4,76%	66,66%	14,29%	7,14%	-
Experiência profissional	< 5 anos		5-10 anos	11-20 anos		> 21 anos
	10		6	15		11
Percentagem (%)	23,81%		14,29%	35,71%		26,19%
Estatuto ou função	Redactor		Sub-editor	Editor		Director
	34		3	5		-
Percentagem (%)	80,95%		7,14%	11,90%		-

No que diz respeito ao *Correio da Manhã*, verifica-se a inexistência, entre os jornalistas consultados de pessoas com mais de 51 anos de idade e a maioria é do sexo masculino. A licenciatura é o grau académico com maior incidência, seguido pelo 12º ano de escolaridade com 18,52% dos 27 jornalistas que acederam a participar no estudo. Os escalões intermédios referentes à experiência profissional, entre os 5 e 10 anos e aquele entre os 11 e 20 anos, são

os mais predominantes, como de vê no quadro 3, registando-se uma elevada participação de editores, 33,33%, no inquérito, sendo mesmo o meio de comunicação onde os responsáveis editoriais demonstraram maior abertura para dar a sua opinião.

Quadro 3

Perfil dos inquiridos – Correio da Manhã (27 jornalistas)							
Idade	20-30		31-40		41-50		> 51
	8		10		9		-
Percentagem	29,63%		37,04%		33,33%		-
Sexo	Masculino			Feminino			
	20			7			
Percentagem	74,07%			25,93%			
Habilitações literárias	12º Ano	Bacharelato	Licenciatura	Pós-Graduação	Mestrado	Doutoramento	
	5	2	16	3	1	-	
Percentagem	18,52%	7,41%	59,26%	11,11%	3,70%	-	
Experiência profissional	< 5 anos		5-10 anos		11-20 anos		> 21 anos
	5		9		8		5
Percentagem	18,52%		33,33%		29,63%		18,52%
Estatuto ou função	Redactor		Sub-editor		Editor		Director
	13		4		9		1
Percentagem	48,15%		14,81%		33,33%		3,70%

Entre os 16 jornalistas do jornal *Público* inquiridos, metade enquadra-se na faixa etária

dentre os 41 e 50 anos e, ao contrário do *Diário de Notícias* e *Correio da Manhã*, predominou o sexo feminino, com 62,50% dos respondentes. Ao nível das habilitações literárias, a distribuição repartida foi uma realidade com a mesma percentagem de jornalistas que detém o 12º ano e a licenciatura, com uma ligeira supremacia de pós-graduados. A experiência profissional dos jornalistas do *Público* é mais elevada, com 68,75% dos inquiridos a afirmar ter mais de 21 anos de profissão. Os redactores do periódico foram a maioria dos participantes no estudo.

Quadro 4

Perfil dos inquiridos – Público (16 jornalistas)				
Idade	20-30	31-40	41-50	> 51

	-	3	8	5		
Percentagem (%)	-	18,75%	50,00%	31,25%		
Sexo	Masculino		Feminino			
	6		10			
Percentagem (%)	37,50%		62,50%			
Habilitações literárias	12º Ano	Bacharelato	Licenciatura	Pós-Graduação	Mestrado	Doutoramento
	4	1	4	5	2	-
Percentagem (%)	25,00%	6,25%	25,00%	31,25%	12,50%	-
Experiência profissional	< 5 anos	5-10 anos		11-20 anos		> 21 anos
	-	-		5		11
Percentagem (%)	-	-		31,25%		68,75%
Estatuto ou função	Redactor	Sub-editor		Editor	Director	
	13	-		3	-	
Percentagem (%)	81,25%	-		18,75%	-	

20.2. Projecção analítica sobre a queda da reportagem e aumento do sedentarismo

Quando procurámos enquadrar empiricamente uma tendência crescente no jornalismo dos dias de hoje, ou seja, a notória perda de espaço da reportagem, do simples conceito de reportar, na Imprensa diária, olhámos para quem pode efectivamente dar um importante contributo sobre a forma como as práticas diárias são desenvolvidas, pedindo e desafiando aos 85 jornalistas que acederam responder ao inquérito aqui apresentado que dessem o seu entendimento sobre um conjunto de 25 frases, concretamente, em termos gerais, a sua

concordância ou não com o teor das mesmas, de modo a poder avaliar quais as atitudes que adoptam.

De seguida teremos os resultados dessa consulta, que permitirá perceber e constatar fenómenos claros e eloquentes que, de algum modo, têm vindo a afectar realidades, procedimentos, formas de actuação e, em última instância, o exercício e essência do jornalismo. Será igualmente possível anotar as próprias diferenças de entendimento existentes entre jornalistas dos três jornais consultados, *Correio da Manhã*, *Diário de Notícias* e *Público*, algumas das quais resultantes invariavelmente de distintas concepções editoriais e jornalísticas sobre a temática em questão. A primeira frase submetida, em função das inúmeras valias que a rede detém e as consequências que a mesma tem na prática jornalística, foi precisamente se *“A Internet, devido ao manancial de informação que possui, tem contribuído para a fixação dos jornalistas na redacção”* ao que os jornalistas inquiridos revelaram uma tendência para a concordância com a mesma, uma vez que, globalmente, 49,41% dos respondentes afirmaram concordar parcialmente, enquanto 25,88% sublinhou a concordância em absoluto com a mesma. A tendência global foi sustentada pelos jornalistas dos três títulos, ainda que foi no *Público* se tenha verificado maior percentagem de concordância com a afirmação, mas também mais jornalistas discordantes com a mesma, como se pode ver no quadro que se segue.

Quadro 5

Frase	<i>A Internet, devido ao manancial de informação que possui, tem contribuído</i>
--------------	---

	<i>para a fixação dos jornalistas na redacção</i>														
Jornal	Correio da Manhã					Diário de Notícias					Público				
Concordância	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Total	2	6	-	13	6	-	1	5	25	11	3	2	2	4	5
Percentagem	7,40 %	22,2 2%	-	48,1 4%	22,2 2%	-	2,38 %	11,9 0%	59,5 2%	26,1 9%	18,7 5%	12,5 0%	12,5 0%	25,0 0%	31,2 5%
Inquiridos	27					42					16				
Total absoluto	1		2			3			4		5				
	5		9			7			42		22				
Percentagem absoluta	5,88%		10,58%			8,23%			49,41%		25,88%				

Seguindo a linha conceptual da frase anterior, olhando para o facilitismo que a Internet dá aos seus utilizadores no acesso a distintas informações de variadas proveniências, e, claro, os jornalistas fazem parte desse rol imenso de *users*, importou perceber se existe uma relação directa entre a abundância de informações acessíveis à distância de uns quantos cliques no rato, quando se está sentado em frente a uma secretária, e a notória diminuição de coberturas jornalísticas dos meios de comunicação impressos, no caso os títulos consultados, a eventos que decorram no exterior, com a deslocação de jornalistas para os locais onde têm lugar. Ainda que a prova empírica não seja validada com uma resposta exacta e concreta à tendência diária do facto nas redacções em estudo, o conhecimento do campo jornalístico permite-nos fidedignamente enumerar algumas das razões que têm levado a este contexto, como por exemplo as crescentes limitações económicas das estruturas jornalísticas, que, invariavelmente, conduzem à redução de quadros, mas também de recursos materiais necessários à mencionada cobertura noticiosa. Claro que, associado aos dois aspectos, deve ser realçado o trabalho cada vez mais apurado e veloz das agências de comunicação na cobertura de eventos e disponibilização de informação sobre os mesmos, bem como a colocação constante de dados na rede por parte das organizações promotoras de acontecimentos ou eventos, isto sem esquecer o trabalho dos meios concorrentes com mais

recursos no mercado global ao noticiarem em ambiente virtual as ditas ocorrências noticiosas. Neste contexto, algumas organizações podem, no fundo, escolher quais os eventos merecedores de cobertura própria ou aqueles que podem ser noticiados com recurso a uma visão de terceiros, com ou sem citação dos mesmos. Evidentemente que falamos da simples reportagem sobre um acontecimento, pese o género enfrente estes e outros problemas que resultam numa limitação de espaço, gerada frequentemente por limitações de cariz económico.

Estes são, de facto, aspectos essenciais nos pressupostos abordados, daí que confrontados com a frase *“A facilidade de acesso a informações de eventos ou acontecimentos através da rede reflecte-se na diminuição de reportagens no exterior”*, os jornalistas que participaram no estudo tenham maioritariamente concordado parcialmente com a mesma, apesar do registo assinalável de 21,17% dos inquiridos subscrever os valores presentes na referida oração. Tal como na frase anterior, a concordância em absoluto tem maior relevo no Público, com 43,75% dos respondentes a ratificarem essa posição.

Quadro 6

Frase	<i>A facilidade de acesso a informações de eventos ou acontecimentos através da rede reflecte-se na diminuição de reportagens no exterior</i>
--------------	--

Jornal	Correio da Manhã					Diário de Notícias					Público				
Concordância	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Total	4	6	-	13	4	-	2	4	29	7	2	3	1	3	7
Percentagem	14,8 1%	22,2 2%	-	48,1 4%	14,8 0%	-	4,76 %	9,52 %	69,0 4%	16,6 7%	12,5 0%	18,7 5%	6,25 %	18,7 5%	43,7 5%
Inquiridos	27					42					16				
Total	1		2			3			4		5				
absoluto	6		11			5			45		18				
Percentagem absoluta	7,05%		12,94%			5,88%			52,94%		21,17%				

Ora, um dos reflexos decorrentes da ausência de jornalistas de um determinado meio de comunicação no local dos acontecimentos é, como vimos anteriormente, a perda de acesso a um conjunto de informações vitais para a elaboração da notícia e consequente o reportar fidedigno de factos. Presenciar acontecimentos, factos, reacções, no fundo o contexto, é algo intrinsecamente ligado à qualidade do produto, se é que lhe poderemos chamar como tal, apresentado ao leitor, à opinião pública. É muitas vezes a função fiscalizadora dos *media*, de vigilância dos poderes instituídos, como *watchdog*, um papel naturalmente assumido e atribuído pelos jornalistas, que é colocada em causa quando é eliminada a possibilidade de perceber o contexto que envolve os actos e factos presenciados. Como referimos, são naquelas que denominamos e propomos como fontes de contexto que encontramos boa parte dos valores interpretativos dos jornalistas que moldam a e transformam a matéria-prima que constituem dos acontecimentos presenciados.

Assim, confrontámos os jornalistas do Correio da Manhã, Diário de Notícias e Público com a frase “O facto do jornalista não se deslocar ao local do acontecimento retira-lhe a possibilidade de aceder a dados indispensáveis à elaboração a notícia”, a qual permitiu encontrar no campo jornalístico correspondência com parte do que defendemos no presente estudo, dado que 63,52% dos respondentes disseram concordar em absoluto com a ideia expressa. Entre os três jornais, foi no Correio da Manhã onde o nível de concordância foi

superior, contrapondo com o Público, ainda o valor registado neste último seja elevado. Referência para apenas duas respostas totalmente discordantes com a oração, número que se traduziu em 2,35% dos inquiridos.

Quadro 7

Frase	<i>O facto do jornalista não se deslocar ao local do acontecimento retira-lhe a possibilidade de aceder a dados indispensáveis à elaboração da notícia</i>														
	Correio da Manhã					Diário de Notícias					Público				
Concordância	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Total	-	3	1	4	19	2	4	3	6	27	-	2	1	5	8
Percentagem	-	11,1 1%	3,70 %	14,8 1%	70,3 7%	4,76 %	9,52 %	7,14 %	14,2 8%	64,2 8%	-	12,5 0%	6,25 %	31,2 5%	50,0 0%
Inquiridos	27					42					16				
Total absoluto	1		2			3			4		5				
	2		9			5			15		54				
Percentagem absoluta	2,35%		10,58%			5,88			17,64%		63,52%				

Perante o exposto importou saber se os jornalistas inquiridos sentem efectivamente que a qualidade do seu trabalho melhora de forma considerável quando têm oportunidade de efectuar um acompanhamento presencial de determinado acontecimento no local em que o mesmo ocorre. Assim, seguindo a linha de pensamento mencionada pelos inquiridos na questão anterior, foi possível constatar com clareza que a larga maioria dos jornalistas, quando confrontados com a frase “A qualidade do trabalho melhora sempre que há um acompanhamento ou reportagem no local onde o mesmo decorre”, concorda em absoluto com o teor da mesma, concretamente 77,64% dos respondentes. A tendência é mais acentuada nos diários *Correio da Manhã* e *Diário de Notícias*, onde a percentagem de concordantes ultrapassa os 80%, enquanto no *Público* verificou-se uma repartição de respostas pelos diferentes níveis de concordância.

Quadro 8

Frase	<i>A qualidade do trabalho melhora sempre que há um acompanhamento ou reportagem no local onde o mesmo decorre</i>														
	Correio da Manhã					Diário de Notícias					Público				
Concordância	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Total	-	-	-	4	23	-	1	1	6	34	1	1	2	3	9
Percentagem	-	-	-	14,8 1%	85,1 8%	-	2,38 %	2,38 %	14,2 8%	80,9 5%	6,25 %	6,25 %	12,5 0%	18,7 5%	56,2 5%
Inquiridos	27					42					16				
Total absoluto	1		2			3			4		5				
	1		2			3			13		66				
Percentagem absoluta	1,17%		2,35%			3,52%			15,29%		77,64%				

Idêntica leitura pode ser feita quando a frase apresentada aos jornalistas foi a seguinte: “A reportagem e a recolha de informações no terreno são vitais para a prática jornalística.” Ora, perante este pressuposto os jornalistas inquiridos mantiveram a tendência global para uma concordância em absoluto com ideia exposta, aspecto sublinhado por uma percentagem de 74,11% de respostas nesse sentido, sendo que, curiosamente, olhando para cada um dos títulos, ao contrário do que os inquiridos do *Público* demonstraram no quadro 8, desta feita, foram mais de 80% dos jornalistas a concordarem com a frase apresentada, como se pode ver no quadro que se segue.

Quadro 9

Frase	<i>A reportagem e a recolha de informações no terreno são vitais para a prática jornalística</i>														
	Correio da Manhã					Diário de Notícias					Público				
Concordância	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Total	1	-	-	6	20	-	1	4	7	30	1	-	-	2	13
Percentagem	3,70 %	-	-	22,2 2%	74,0 7%	-	2,38 %	9,52 %	16,6 7%	71,4 2%	6,25 %	-	-	12,5 0%	81,2 5%
Inquiridos	27					42					16				
Total absoluto	1		2			3			4		5				
	2		1			4			15		63				
Percentagem absoluta	2,35%		1,17%			4,70%			17,64%		74,11%				

Ora, se quando os jornalistas consultados no presente estudo mostraram concordância com ideias tidas como essenciais na prática jornalística em questões ou frases anteriormente colocadas, como por exemplo, sobre a perda de dados relevantes para a elaboração da peça noticiosa quando não se deslocam ao local do acontecimento ou quando sublinharam maioritariamente que a qualidade do trabalho executado melhora quando o acompanhamento de um evento é efectuado *in loco*, a verdade é que a ideia de que “*O facto do jornalista se dar a conhecer em reportagens nos locais dos acontecimentos é fundamental no elevar da qualidade da notícia*” não recolhe idêntica unanimidade. É certo que o número e a respectiva percentagem de jornalistas que concordam em absoluto com a ideia expressa é superior, mas 32,94% dos respondentes colocaram algumas reservas na subscrição deste pressuposto, concordando apenas parcialmente com o mesmo.

Os jornalistas inquiridos no jornal *Correio da Manhã* foram os mais incisivos, uma vez que 48,14% dos 27 jornalistas consultados concorda na íntegra com o cariz indispensável que a presença em locais de acontecimentos tem no processo de integração e de conhecimento mútuo entre jornalistas e fontes como modo de elevar de qualidade da notícia. No *Diário de*

Notícias a tendência foi semelhante, mas não se apresentou de modo acentuado como na primeira publicação mencionada. Já no jornal *Público*, os seus jornalistas optaram, em maior número, por evidenciar alguma divisão, já que 31,25% dos inquiridos disse não concordar nem discordar, apesar da percentagem de 50% repartida igualmente entre quem concordou parcialmente e totalmente com a frase proposta, como é verificável no quadro 10.

Quadro 10

Frase	<i>O facto do jornalista se dar a conhecer em reportagens nos locais dos acontecimentos é fundamental no elevar da qualidade da notícia</i>														
	Correio da Manhã					Diário de Notícias					Público				
Concordância	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Total	1	-	3	10	13	1	3	6	14	18	1	2	5	4	4
Percentagem	3,70 %	-	11,1 1%	37,0 3%	48,1 4%	2,38 %	7,14 %	14,2 8%	33,3 3%	42,8 5%	6,25 %	12,5 0%	31,2 5%	25,0 0%	25,0 0%
Inquiridos	27					42					16				
Total absoluto	1		2			3			4		5				
	3		5			14			28		35				
Percentagem absoluta	3,52%		5,88%			16,47%			32,94%		41,17%				

Neste contexto, em que a deslocação de jornalistas aos locais do acontecimento é reconhecidamente indispensável pela maioria dos respondentes no presente estudo, procurámos constatar se o contacto pessoal é vital na relação entre jornalistas e as suas fontes de informação, indo assim de encontro a vários aspectos focados na obra. Deste modo, quando confrontados com a frase “*O contacto pessoal é indispensável na relação que é estabelecida entre o jornalista e fonte de informação*” 54,11% dos respondentes concordaram totalmente com a mesma, sendo que 34,11% afirmaram fazê-lo apenas parcialmente. Olhando para os jornalistas dos três jornais, é no *Correio da Manhã* que se verifica maior percentagem de concordância ao invés do *Público*, onde só 43,75% dos jornalistas subscreve a ideia em

causa. Neste diário, diga-se, metade dos jornalistas consultados concorda apenas parcialmente com frase supracitada.

Quadro 11

Frase	<i>O contacto pessoal é indispensável na relação que é estabelecida entre o jornalista e fonte de informação</i>														
	Correio da Manhã					Diário de Notícias					Público				
Concordância	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Total	1	1	2	6	17	1	3	1	15	22	1	-	-	8	7
Percentagem	3,70 %	3,70 %	7,40 %	22,2 2%	62,9 6%	2,38 %	7,14 %	2,38 %	35,7 1%	52,3 8%	6,25 %	-	-	50,0 0%	43,7 5%
Inquiridos	27					42					16				
Total absoluto	1		2			3			4		5				
	3		4			3			29		46				
Percentagem absoluta	3,52%		4,70%			3,52%			34,11%		54,11%				

Perante a crescente preponderância assumida pela Internet nos dias que correm no quotidiano das sociedades e, conseqüentemente, no jornalismo, na prática do mesmo e nas estruturas organizacionais que o suportam, tentámos perceber de que modo a rede tem vindo a condicionar, positivamente ou não, os *media*, neste caso, os jornais, é algo que está na génese do estudo aqui efectuado. Esse móbil levou à observação de um conjunto de questões que não podem se dissociadas do processo simbiótico e natural que a *Web* impõe sem oposição. Uma dessas questões está relacionada com as dificuldades associadas aos distintos quadros financeiros que afectam os países um pouco por todo o mundo, quadros esses de dificuldades, de poucos recursos, limitando investimentos e, qual fio condutor, à retracção de meios humanos e materiais indispensáveis à prática jornalista de outros tempos. A estes fenómenos e factos não é alheio outro aspecto vital na sustentação dos meios de comunicação, em concreto os jornais, ou seja, a queda abrupta das receitas provenientes da

publicidade, mas também o aumento substancial dos custos de produção, como é exemplo o custo do papel.

A opção das estruturas e organizações noticiosas de menor capacidade tem recaído sobre estratégias assentes na maximização de recursos humanos e financeiros, estabelecimento de sinergias entre meios de comunicação quando os mesmos estão integrados em grupos noticiosos, e a supressão nas necessidades impostas pelos ciclos noticiosos com recurso abundante a agências noticiosas, com a publicação constante de conteúdos de elaboração ou proveniência externa, que depois são adaptados e enquadrados às limitações de espaço ou respectivas imposições gráficas. Assim, é frequente verificar-se o recurso à fixação dos jornalistas nas redacções, mantendo-os ligados a um qualquer computador, onde a informação cai ao segundo no ecrã, evitando assim, não apenas os custos financeiros inerentes a uma deslocação ao local de um dado evento, mas também os condicionalismos que um período necessário para uma determinada deslocação colocam na produção de conteúdos, independentemente do formato em causa.

Esta tendência foi testada quando os 85 inquiridos do estudo foram confrontados com a frase “*O trabalho do jornalista é cada vez mais sedentário, centrado nas redacções dos meios de comunicação*”, a qual obteve uma percentagem assinalável de total concordância por parte de 35,29% dos jornalistas, enquanto 45,88% disseram concordar parcialmente com a ideia apresentada. Particularizando, olhando para cada um dos três jornais, no *Diário de Notícias* e no jornal *Público* a percentagem de concordantes foi elevada, já que metade dos jornalistas de cada uma das publicações disse concordar totalmente com a crescente sedentarização da prática jornalística. Já no *Correio da Manhã* 66,66% dos jornalistas inquiridos limitaram-se a concordar parcialmente com a referida tendência.

Quadro 12

Frase	<i>O trabalho do jornalista é cada vez mais sedentário, centrado nas redacções</i>
--------------	---

	<i>dos meios de comunicação</i>														
Jornal	Correio da Manhã					Diário de Notícias					Público				
Concordância	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Total	2	4	2	18	1	-	1	3	17	21	2	-	2	4	8
Percentagem	7,40 %	14,8 1%	7,40 %	66,6 6%	3,70 %	-	2,38 %	7,14 %	40,4 7%	50,0 0%	12,5 0%	-	12,5 0%	25,0 0%	50,0 0%
Inquiridos	27					42					16				
Total	1		2			3			4		5				
absoluto	4		5			7			39		30				
Percentagem absoluta	4,70%		5,88%			8,23%			45,88%		35,29%				

Face ao exposto, os jornalistas consultados consideram, de certa forma, que a Internet acaba por ter alguma influência na estratégia adoptada pelas organizações noticiosas quando optam por determinados procedimentos já descritos. A rede é mesmo vista como uma espécie de aliado contra a constante luta dos *media* para fazer face, não apenas ao aumento do fluxo noticioso, mas às limitações económicas e de recursos humanos existentes nas estruturas noticiosas, cada vez mais condicionadas pelas dificuldades inerentes aos problemas financeiros constatados na maioria dos países desenvolvidos.

Perante a frase “A Internet é um aliado para fazer face às limitações de recursos humanos e económicos que os meios de comunicação enfrentam”, 48,23% dos inquiridos concordaram parcialmente com a mesma, enquanto 30,58% mostraram-se em total acordo. Os jornalistas do *Correio da Manhã* e *Diário de Notícias* dão fundamento à opinião, sendo que entre os respondentes do *Público* ficou evidente alguma divisão entre a concordância parcial e total.

Quadro 13

Frase	<i>A Internet é um aliado para fazer face às limitações de recursos humanos e económicos que os meios de comunicação enfrentam</i>																		
	Jornal					Correio da Manhã					Diário de Notícias					Público			
Concordância	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5				
Total	1	2	1	15	8	1	6	3	20	12	1	1	2	6	6				
Percentagem	3,70 %	7,40 %	3,70 %	55,5 5%	29,6 2%	2,38 %	14,2 8%	7,14 %	47,6 1%	28,5 7%	6,25 %	6,25 %	12,5 0%	37,5 0%	37,5 0%				
Inquiridos	27					42					16								
Total absoluto	1		2			3			4			5							
	3		9			6			41			26							
Percentagem absoluta	3,52%		10,58%			7,05%			48,23%			30,58%							

A informação de índole diversa na Internet é uma realidade incontornável para a prática jornalística. Os disseminadores de informações ou conteúdos são inúmeros e inesgotáveis desafiando capacidades de filtragem por parte dos jornalistas, que, frequentemente, são confrontados com competidores na luta pela exclusividade de informação. As edições *online* dos vários meios de comunicação social, independentemente da especificidade dos mesmos, competem entre si regateando a exclusividade da informação que divulgam sempre que conseguem escapar à ditadura da reprodução dos conteúdos divulgados nas vias tradicionais. É o caso dos jornais, que amiúde, numa primeira fase, utilizavam as suas edições *online* como formas de reprodução dos artigos impressos, agora, apesar de condicionados pelas restrições orçamentais impostas pelas administrações, têm vindo a direccionar meios para a produção própria e específica com vídeo, som e grafismos animados adequados à rede, inclusive destacando recursos humanos para esses procedimentos.

Todavia, é olhando para a abundância de informação na rede que sugerimos aos inquiridos a seguinte frase: “A rede reduziu as possibilidades de obtenção de um exclusivo em edições impressas, retirando força à exclusividade.” Na análise efectuada às opiniões expressas

pelos jornalistas através da escala usada verificamos uma ligeira tendência para a concordância com a frase supracitada, sobressaindo, porém, uma grande repartição de opiniões. Aliás, só os jornalistas do jornal *Público* denotaram maior inclinação para a concordância parcial.

Quadro 14

Frase	<i>A rede reduziu as possibilidades de obtenção de um exclusivo em versões impressas, retirando força à exclusividade</i>														
	Correio da Manhã					Diário de Notícias					Público				
Concordância	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Total	5	5	4	7	6	4	9	8	10	11	2	1	2	7	4
Percentagem	18,5 1%	18,5 1%	14,8 1%	25,9 2%	22,2 2%	9,52 %	21,4 2%	19,0 4%	23,8 0%	26,1 9%	12,5 0%	6,25 %	12,5 0%	43,7 5%	25,0 0%
Inquiridos	27					42					16				
Total absoluto	1		2			3			4		5				
	11		15			14			24		21				
Percentagem absoluta	12,94%		17,64%			16,47%			28,23%		24,70%				

Ainda olhando para a abundância de informações existentes em ambiente virtual, desafiámos os inquiridos a pronunciarem-se sobre aquele que é considerado por muitos como o principal repto imposto por esse facto aos jornalistas, ou seja, a necessidade destes terem de filtrar a diversidade de informação presente na rede. E na perspectiva dos jornalistas inquiridos, pelo menos na sua maioria, essa tarefa é a que se assume como um dos principais desafios na prática profissional, mas igualmente um dos grandes obstáculos, isto se considerarmos, por exemplo, a dispersão a que o jornalista está sujeito sempre que tem de averiguar todas as informações que pairam em ambiente virtual, acrescentando ao teor das mesmas que são veiculadas pelos meios tradicionais. Sendo a procura incessante da fidedignidade de veracidade de factos presentes nos conteúdos noticiosos um dos objectivos

da profissão, os jornalistas têm, perante a disseminação de informações na rede, mais um foco de atenção que impõem uma necessária comprovação e confirmação de boa parte das informações. Descortinar o que é rumor do que são factos veredictos é não apenas missão como uma obrigação, directamente ligada à credibilidade enquanto valor intrínseco à publicação ou meio de comunicação junto do público.

Assim, ao solicitar uma opinião sobre a frase “*Filtrar a informação presente na Internet é um dos principais desafios e obstáculos que o jornalista enfrenta*” aos inquiridos no presente estudo verificámos que 51,76% concorda totalmente com os pressupostos enunciados, aspecto que é ainda sublinhado por uma elevada percentagem de jornalistas que concorda parcialmente com a ideia. Particularizando, foi no *Diário de Notícias* que a tendência de concordância total foi mais assinalável, com 59,52% das respostas registadas.

Quadro 15

Frase	<i>Filtrar a informação presente na Internet é um dos principais desafios e obstáculos que o jornalista enfrenta</i>																								
	Correio da Manhã					Diário de Notícias					Público														
Concordância	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5										
Total	-	2	2	10	13	-	1	4	12	25	-	-	1	9	6										
Percentagem	-	7,40 %	7,40 %	37,0 3%	48,1 4%	-	2,38 %	9,52 %	28,5 7%	59,5 2%	-	-	6,25 %	56,2 5%	37,5 0%										
Inquiridos	27					42					16														
Total absoluto	1					2					3					4					5				
	-					3					7					31					44				
Percentagem absoluta	-					3,52%					8,23%					36,47%					51,76%				

Os jornalistas dos três jornais não se mostraram, porém, muito certos de que a presença dos vários meios de comunicação na Internet, bem como a pressão que os mesmos permitem efectuar nos ciclos noticiosos com a sucessiva divulgação de notícias, acelerando os

mesmos, tenha vindo a contribuir para a menor exactidão dos conteúdos. Entre os inquiridos, de uma forma global, 44,70% concordaram parcialmente com o pressuposto de que a exactidão dos factos tem vindo a diminuir com a pressão efectuada pelas estruturas organizativas e o ciclo noticioso sobre os jornalistas. Todavia, particularizando, verificámos que no jornal *Correio da Manhã* 37,03% dos inquiridos discorda parcialmente do exposto, contrapondo aos 59,52% dos jornalistas do *Diário de Notícias* que concordam parcialmente.

Quadro 16

Frase	<i>A presença dos media na rede, através dos sítios oficiais, e a pressão de divulgar notícias na hora tem contribuído para a diminuição da exactidão dos factos</i>															
	Correio da Manhã					Diário de Notícias					Público					
Concordância	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
Total	3	10	8	5	1	1	6	5	25	5	-	-	4	8	4	
Percentagem	11,1 1%	37,0 3%	29,6 2%	18,5 1%	3,70 %	2,38 %	14,2 8%	11,9 0%	59,5 2%	11,9 0%	-	-	25,0 0%	50,0 0%	25,0 0%	
Inquiridos	27					42					16					
Total absoluto	1		2			3			4		5					
	4		16			17			38		10					
Percentagem absoluta	4,70%		18,82%			20,00%			44,70%		11,76%					

No que diz respeito à pressão a que os jornalistas possam sentir como consequência das informações divulgadas por um sítio da Internet, nomeadamente na procura da veracidade da mesma, 40% dos inquiridos concordaram com a seguinte frase proposta: “*Perante uma informação veiculada num sítio da Internet o jornalista passa a estar pressionado e condicionado na procura da veracidade da mesma.*” Por sua vez, 22,35% dos inquiridos afirmou não concordar nem discordar da mesma.

Quadro 17

Frase	<i>Perante uma informação veiculada num sítio da Internet o jornalista passa a estar pressionado e condicionado na procura da veracidade da mesma</i>														
	Correio da Manhã					Diário de Notícias					Público				
Concordância	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Total	2	6	5	11	3	-	6	11	15	10	2	-	3	8	3
Percentagem	3,70 %	22,2 2%	18,5 1%	40,7 4%	11,1 1%	-	14,2 8%	26,1 9%	35,7 1%	23,8 0%	12,5 0%	-	18,7 5%	50,0 0%	18,7 5%
Inquiridos	27					42					16				
Total absoluto	1		2			3			4		5				
	4		12			19			34		16				
Percentagem absoluta	4,70%		14,11%			22,35%			40,00%		18,82%				

Idêntica tendência foi revelada pelos inquiridos quando confrontados com a ideia de que a pressão efectuada pelas organizações jornalísticas, em boa parte devido ao factor tempo e satisfação do público, para a divulgação de notícias tem vindo a afectar a qualidade e a própria veracidade dos factos descritos, dado que 51,76% dos respondentes concordaram parcialmente com a frase apresentada. A maior divisão ao nível do grau de concordância ocorreu no *Correio da Manhã*, como podemos constatar no quadro 18.

Quadro 18

Frase	<i>A pressão efectuada pelas organizações, devido ao factor tempo, no sentido de divulgar notícias tem afectado a qualidade e veracidade dos factos descritos</i>																		
	Jornal					Correio da Manhã					Diário de Notícias					Público			
Concordância	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5				
Total	3	7	4	10	3	-	6	2	24	10	-	-	2	10	4				
Percentagem	11,1 1%	25,9 2%	14,8 1%	37,9 3%	11,1 1%	-	14,2 8%	4,76 %	57,1 4%	23,8 0%	-	-	12,5 0%	62,5 0%	25,0 0%				
Inquiridos	27					42					16								
Total absoluto	1		2			3			4		5								
	3		13			8			44		15								
Percentagem absoluta	3,52%		15,29%			9,41%			51,76%		17,64%								

Questão central no presente estudo e que retomaremos mais à frente é precisamente aquela que debate a quebra da reportagem, enquanto prática diária dos jornalistas no acompanhamento no local dos acontecimentos e como género jornalístico, nos meios de comunicação impressos, neste caso, utilizando os três jornais diários de referência em Portugal. Múltiplos factores estão na génese de uma factualidade cada vez mais presente, sejam eles de cariz tecnológico, de foro financeiro ou resultado em opções estratégicas organizacionais motivadas pelos aspectos mencionados e não só. A pressão do tempo que os ciclos noticiosos têm vindo a materializar junto das organizações noticiosas termina invariavelmente nos jornalistas, na forma como estes desenvolvem a sua actividade, em concreto, na velocidade utilizada na produção dos conteúdos. Muitas vezes os jornalistas estão forçados, igualmente condicionados pelos poucos recursos humanos existentes no seio das *media*, a produzir notícias para distintos formatos, reduzindo tempos disponíveis para a

produção, *timings* para averiguação da veracidade de factos e, conseqüentemente, aprofundamento de notícias a divulgar.

O simples acompanhamento noticioso, muitas vezes sem a profundidade desejada na notícia divulgada e regularmente privado do testemunho de factos, é prática quotidiana nos distintos meios de comunicação, como, de forma perceptível, os jornalistas consultados dão conta nas opiniões dadas sobre a seguinte frase: “*A reportagem tem perdido espaço devido à pressão do tempo que os ciclos noticiosos impõem.*” Efectivamente, 41,17% dos inquiridos concorda parcialmente com o exposto, destacando-se a elevada percentagem (30,58%) de jornalistas que concorda totalmente com a mesma, o que permite constatar a tendência discriminada. Aliás, olhando para as distintas opiniões dos jornalistas de *Correio da Manhã*, *Diário Notícias* e *Público*, nota-se que os jornalistas do *Diário de Notícias* são aqueles que evidenciam maior concordância com a ideia subjacente, com 40,47% a emitirem uma opinião totalmente favorável. Referência apenas para a escassez de opiniões totalmente em desacordo, dado que apenas 5,88% dos 85 jornalistas, isto em termos globais, sublinhou essa discordância.

Quadro 19

Frase	<i>A reportagem tem perdido espaço devido à pressão do tempo que os ciclos noticiosos impõem</i>															
	Correio da Manhã					Diário de Notícias					Público					
Concordância	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
Total	2	6	1	13	5	1	4	5	15	17	2	1	2	7	4	
Percentagem	7,40 %	22,2 2%	3,70 %	48,1 4%	18,5 1%	2,38 %	9,52 %	11,9 0%	35,7 1%	40,4 7%	12,5 0%	6,25 %	12,5 0%	43,7 5%	25,0 0%	
Inquiridos	27					42					16					
Total absoluto	1		2			3			4		5					
	5		11			8			35		26					
Percentagem absoluta	5,88%		12,94%			9,41%			41,17%		30,58%					

Quando mencionámos a necessidade dos jornalistas terem de escrever para a versão impressa dos respectivos jornais e, simultaneamente, para as versões *online*, ainda que muitas vezes a preparação não seja a melhor por força da incapacidade para explorar de modo adequado as potencialidades que a rede oferece – casos da utilização de texto, som, vídeo em articulação, por exemplo –, abriu-se caminho para a questão de a exactidão do conteúdo virtual ser menor face à edição papel. Ora, os jornalistas inquiridos mostraram-se claramente divididos nas opiniões sobre a frase “*A qualidade e exactidão da notícia produzida para ambiente virtual são menores do que para o formato impresso*”, ainda que 32,94% tenham concordado parcialmente. Aliás, no jornal *Público* os jornalistas inquiridos apresentam maior rejeição à ideia, já que a discordância total e parcial recolheu idêntica percentagem de respostas, ou seja, 25%.

Quadro 20

Frase	<i>A qualidade e exactidão da notícia produzida para ambiente virtual são menores do que para o formato impresso</i>															
	Correio da Manhã					Diário de Notícias					Público					
Concordância	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
Total	6	5	3	10	3	4	10	10	14	4	4	4	2	4	2	
Percentagem	22,2 2%	18,5 1%	11,1 1%	37,0 3%	11,1 1%	9,52 %	23,8 0%	23,8 0%	33,3 3%	9,52 %	25,0 0%	25,0 0%	12,5 0%	25,0 0%	12,5 0%	
Inquiridos	27					42					16					
Total absoluto	1		2			3			4		5					
	14		19			15			28		9					
Percentagem absoluta	16,47%		22,35%			17,64%			32,94%		10,58%					

Quando se equaciona a aceleração dos processos de produção noticiosa por força das imposições efectuadas pelos sucessivos ciclos informativos, contempla-se invariavelmente a

ausência ou a menor reflexão por parte dos jornalistas. Estes, pressionados por esses mesmos ciclos e, claro, pelas organizações noticiosas podem incorrer em alguma despreocupação, incapacidade de confirmação de informações inerente a quem cruza as mesmas com distintas fontes de informação. Posto isto, questionámos os inquiridos do presente estudo sobre o facto de o jornalismo ser ou não uma profissão em que essa dita reflexão é intrinsecamente menor. Assim, apresentámos a seguinte frase: *“O jornalismo é uma profissão onde há cada vez menos reflexão e os processos noticiosos mais acelerados”*. Os 85 respondentes deram a sua opinião, sendo que 42,35% dos mesmos concordaram parcialmente com a mesma, enquanto 28,23% optaram por referir a sua concordância em absoluto. Nos três jornais consultados, foi no *Correio da Manhã* onde se verificou maior divisão de opiniões.

Quadro 21

Frase	<i>O jornalismo é uma profissão onde há cada vez menos reflexão e os processos noticiosos mais acelerados</i>															
	Correio da Manhã					Diário de Notícias					Público					
Concordância	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
Total	-	7	6	8	6	1	4	4	21	12	-	2	1	7	6	
Percentagem	-	25,9 2%	22,2 2%	29,6 2%	22,2 2%	2,38 %	9,52 %	9,52 %	50,0 0%	28,5 7%	-	12,5 0%	6,25 %	43,7 5%	37,5 0%	
Inquiridos	27					42					16					
Total absoluto	1		2			3			4		5					
	1		13			11			36		24					
Percentagem absoluta	1,17%		15,29%			12,94%			42,35%		28,23%					

Percentagens muito semelhantes foram registadas quando foi apresentado aos jornalistas a frase *“Os jornalistas estão reféns da velocidade do ciclo noticioso, acentuada pela Internet, reflectindo-se no tempo dedicado ao processo de investigação”*. A maioria apontou para a concordância parcial, sublinhada pelos 28,23% dos jornalistas que subscrevem a ideia

expressa. Foi precisamente no *Diário de Notícias* em que se constatou maior percentagem de concordância, chegando aos 35,71% contra valores de 18,51% e 12,50%, respectivamente, para *Correio da Manhã* e *Público*.

Quadro 22

Frase	<i>Os jornalistas estão reféns da velocidade do ciclo noticioso, acentuada pela Internet, reflectindo-se no tempo dedicado ao processo de investigação</i>														
	Correio da Manhã					Diário de Notícias					Público				
Concordância	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Total	-	5	4	11	7	-	1	9	17	15	2	1	3	8	2
Percentagem	-	18,5 1%	14,8 1%	40,7 4%	18,5 1%	-	2,38 %	21,4 2%	40,4 7%	35,7 1%	12,5 0%	6,25 %	18,7 5%	50,0 0%	12,5 0%
Inquiridos	27					42					16				
Total absoluto	1		2			3			4		5				
	2		7			16			36		24				
Percentagem absoluta	2,35%		8,23%			18,82%			42,35%		28,23%				

Entrando em algumas questões geradoras de outros debates empíricos no jornalismo e não só, pretendemos perceber se a experiência recolhida no terreno na prática do jornalismo era ratificada pela opinião dos respondentes do presente estudo, isto é, se verdadeiramente a Internet estava ou não a ser uma ferramenta ao dispor das fontes de informação oficiais para imporem a sua política de comunicação e, em última instância, limitarem o acesso dos jornalistas a um conjunto de informações de cariz informativo. Tal luta, digamos assim, tem vindo a ganhar relevo na relação entre jornalistas e fontes. Sabendo desde logo que qualquer fonte de informação funciona com base em algum interesse, como fundamentámos anteriormente, divulgando dados aos jornalistas de acordo com as suas próprias estratégias, cabendo a quem acede às mesmas a necessária filtragem e cruzamento de dados de modo a apurar a fidedignidade dos factos relatados, levantámos a hipótese de as fontes oficiais, por

exemplo, através de comunicados de Imprensa colocados nos seus sítios na rede ou simplesmente mediante o envio de *e-mails* para as redacções com comunicados sem direito a questões dos jornalistas, destas serem agentes condicionantes da prática jornalística.

Ora, globalmente a maioria dos inquiridos concordou parcialmente com tal cenário e facto, apesar da elevada percentagem de jornalistas, concretamente 27,05%, não concordar nem discordar do pressuposto, mantendo uma neutralidade face ao exposto. No *Público* foi onde se registou maior neutralidade de opiniões, já que a maioria dos jornalistas, 37,50%, deu uma opinião dúbia.

Quadro 23

Frase	<i>A Internet tem sido ferramenta preferencial das fontes oficiais para controlar a divulgação de informação, limitando o acesso dos jornalistas à mesma</i>														
	Correio da Manhã					Diário de Notícias					Público				
Concordância	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Total	3	4	7	11	2	2	5	11	18	6	2	1	6	5	2
Percentagem	11,1 1%	14,8 1%	25,9 2%	40,7 4%	7,40 %	4,76 %	11,9 0%	26,1 9%	42,8 5%	14,2 8%	12,5 0%	6,25 %	37,5 0%	31,2 5%	12,5 0%
Inquiridos	27					42					16				
Total absoluto	1		2			3			4		5				
	7		10			23			35		10				
Percentagem absoluta	8,23%		11,76%			27,05%			41,17%		11,76%				

A frase que gerou maior divisão de opiniões foi precisamente aquela que se centrava na perda de credibilidade do jornalismo por força da crescente negatividade e sensacionalismo utilizados nas peças noticiosas. Aí, a percentagem de jornalistas que afirmou discordar parcialmente do fundamento foi ligeiramente superior aos que deram o seu parecer parcial ou total ao mesmo. Neste sentido, perante a frase “*O aumento da negatividade e sensacionalismo nas notícias tem contribuído para a perda de credibilidade do jornalismo*”, 25,88% dos

inquiridos afirmaram discordar parcialmente da ideia, contra percentagens idênticas registadas entre os que concordaram parcialmente e de forma absoluta.

Destaque para a curiosidade de verificarmos nos três títulos diferenças acentuadas entre o *Correio da Manhã* e *Público*, sendo perceptível que as mesmas decorrem em boa medida das linhas editoriais das referidas publicações, a primeira mais agressiva e de cariz mais sensacionalista sustentado por secções e abordagens distintivas na área do crime e social, enquanto a segunda mais vocacionada para a cobertura e debate de áreas como a política e economia, mas também, como veremos mais à frente, dedicada mais à reportagem enquanto género jornalístico. Deste modo, no *Correio da Manhã*, 40,74% dos jornalistas inquiridos discordaram parcialmente de que a negatividade e o sensacionalismo sejam uma forma de levar à perda de credibilidade do jornalismo, sendo que em sentido quase oposto somente 7,40% concordou com essa ideia. Por sua vez, entre os jornalistas do *Público*, 43,75% concordou em absoluto com o fundamento apresentado. No *Diário de Notícias* a tendência geral aponta para uma posição mais aproximada à dos jornalistas do *Público*.

Quadro 24

Frase	<i>O aumento da negatividade e sensacionalismo nas notícias tem contribuído para a perda de credibilidade do jornalismo</i>														
	Correio da Manhã					Diário de Notícias					Público				
Concordância	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Total	4	11	2	8	2	2	10	8	10	12	2	1	3	3	7
Percentagem	14,8 1%	40,7 4%	7,40 %	29,6 2%	7,40 %	4,76 %	23,8 0%	19,0 4%	23,8 0%	28,5 7%	12,5 0%	6,25 %	18,7 5%	18,7 5%	43,7 5%
Inquiridos	27					42					16				
Total absoluto	1		2			3			4		5				
	8		22			13			21		21				
Percentagem absoluta	9,41%		25,88%			15,19%			24,70%		24,70%				

Uma convicção maior foi evidenciada pelos jornalistas quando confrontados com as próprias exigências que estão inerentes à crescente evolução tecnológica e, claro, subjacentes à Internet. As novas formas de produção de conteúdos noticiosos que começam a ser uma realidade cada vez mais assertiva no quadro jornalístico contemporâneo, concretamente, por força das edições *online* que impõem a colocação em rede de notícias em distintos formatos, sejam eles áudio, vídeo ou em forma de gráficos de forma simultânea, têm provocado choques naturais nas redacções. Tudo porque os jornalistas, alguns deles, vêem-se forçados a alterar práticas produtivas e de recolha de informações numa realidade mais veloz, exigente e prática.

A utilização de conteúdos multimédia surge precisamente neste âmbito de impacto e desafia os jornalistas diariamente, em estruturas organizacionais, paulatinamente, dotadas de recursos escassos por força das dificuldades económicas que as sociedades atravessam. Ficou, porém, a certeza de que a maioria dos inquiridos entende que *“A função do jornalista torna-se mais exigente devido às novas formas de apresentação da notícias, em particular, com a utilização de multimédia”*, pois 40% concordou totalmente com este pressuposto, corroborado ainda pela forte tendência de concordância dada pelos 38,82% dos inquiridos que disseram concordar parcialmente com a mesma. Destaque para o facto de nenhum ter respondido de forma totalmente em desacordo. Especificando por títulos, apenas no *Diário de Notícias* é que os jornalistas não se mostraram, na sua maioria, totalmente concordantes com a frase exposta.

Quadro 25

Frase	<i>A função do jornalista torna-se mais exigente devido às novas formas de apresentação da notícia, em particular, com a utilização de multimédia</i>																		
	Jornal					Correio da Manhã					Diário de Notícias					Público			
Concordância	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5				
Total	-	3	2	7	15	-	4	5	21	12	-	-	4	5	7				
Percentagem	-	11,1 1%	7,40 %	25,9 2%	55,5 5%	-	9,52 %	11,9 0%	50,0 0%	28,5 7%	-	-	25,0 0%	31,2 5%	43,7 5%				
Inquiridos	27					42					16								
Total absoluto	1		2			3			4		5								
	-		7			11			33		34								
Percentagem absoluta	-		8,23%			12,94%			38,82%		40,00%								

Outra questão que ganha força num cenário de poucos recursos e crescentes exigências organizacionais de preenchimento e marcação de espaço no campo noticioso e respectivo ciclo é precisamente o facto de os jornalistas serem, em alguns casos, instigados e até obrigados por força das imposições hierárquicas a produzirem conteúdos para distintas plataformas e em vários formatos. É recorrente, entre os administradores e directores de algumas empresas, o entendimento de que os jornalistas podem e devem produzir de idêntica forma para a versão papel e, durante o mesmo período de trabalho, contemplarem ainda a edição *online*, com tudo o que esta implica, ou seja, a colocação de conteúdos multimédia, a fundamentação e complementaridade com hiperligações, entre outros aspectos.

Perante estes indicadores submetemos a seguinte frase aos respondentes: “A qualidade do trabalho do jornalista diminui quando este tem de elaborar notícias para diferentes formatos (escrito, rádio, televisão e Internet)”. Os 85 inquiridos apontaram para uma tendência geral de concordância com a mesma, dado que 36,47% concordou parcialmente com os pressupostos, seguindo-se por 20 pontos percentuais dados pelos jornalistas que concordam em absoluto com a mesma. As maiores percentagens de

discordância total, olhando para as três publicações e comparando-as, verificaram-se no *Público* e no *Correio da Manhã*, como se pode observar no quadro que se segue.

Quadro 26

Frase	<i>A qualidade do trabalho do jornalista diminui quando este tem de elaborar notícias para diferentes formatos (escrito, rádio, televisão e Internet)</i>														
	Correio da Manhã					Diário de Notícias					Público				
Concordância	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Total	6	8	3	8	2	2	4	6	18	12	4	1	3	5	3
Percentagem	22,2 2%	29,6 2%	11,1 1%	29,6 2%	7,40 %	4,76 %	9,52 %	14,2 8%	42,8 5%	28,5 7%	25,0 0%	6,25 %	18,7 5%	31,2 5%	18,7 5%
Inquiridos	27					42					16				
Total absoluto	1		2			3			4		5				
	12		13			12			31		17				
Percentagem absoluta	14,11%		15,29%			14,11%			36,47%		20,00%				

Quando confrontados com o cenário de uma necessidade imposta pela organização mediática para que os conteúdos noticiosos sejam produzidos para as diferentes plataformas, os jornalistas mostram habitualmente algumas renitências quanto à exequibilidade da prática, mas não só. Ganha força a ideia de que uma política de convergência, que pode ser levada a cabo não apenas com a produção de notícias para as diferentes plataformas, mas também através da cooperação de jornalistas entre publicações ou meios que estejam integrados dentro da mesma organização empresarial. A cooperação muitas vezes não se verifica somente entre jornalistas destacados para determinados serviços, como ocorre em vários recursos materiais e até financeiros usados pelos títulos dentro da empresa-mãe.

Emerge então um certo sentimento de perda de reconhecimento dos jornalistas que deixam de estar única e exclusivamente afectos a um determinado título, desvinculando-se de um registo único do mesmo para partilharem e unificarem registos entre os meios. Os factores

económicos vêm de imediato ao de cima, uma vez que a exclusividade de produção para um título, pela qual o jornalista é remunerado, deixa de ter esse cariz, sendo os conteúdos noticiosos produzidos difundidos então por diferentes títulos em distintos formatos muitas vezes sem qualquer compensação monetária. Estes factos habilmente escondidos no seio das empresas de comunicação suscitaram que fosse colocada à opinião dos inquiridos a seguinte frase: “*Há perda de reconhecimento económico e profissional do jornalista no âmbito de uma política de convergência de meios dentro do mesmo grupo de media.*”

A opinião dos jornalistas questionados foi claramente direccionada para uma concordância, ainda que a maioria, 40%, tenha sido apenas parcial, suplantando os 31,76% daqueles que subscrevem o que está subjacente à mesma. Registo para o facto de ter sido no *Diário de Notícias* onde a frase recolheu maior aceitação, pois 42,85% dos inquiridos deste título concordaram com o que consta na oração.

Quadro 27

Frase	<i>Há perda de reconhecimento económico e profissional do jornalista no âmbito de uma política de convergência de meios dentro do mesmo grupo de media</i>																		
	Jornal					Correio da Manhã					Diário de Notícias					Público			
Concordância	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5				
Total	1	3	6	11	6	-	2	5	17	18	3	2	2	6	3				
Percentagem	3,70 %	11,1 1%	22,2 2%	40,7 4%	22,2 2%	-	4,76 %	11,9 0%	40,4 7%	42,8 5%	18,7 5%	12,5 0%	12,5 0%	37,5 0%	18,7 5%				
Inquiridos	27					42					16								
Total absoluto	1		2			3			4		5								
	4		7			13			34		27								
Percentagem absoluta	4,70%		8,23%			15,29%			40,00%		31,76%								

As consequências que tal política de convergência poderá ter na qualidade das notícias e do trabalho apresentado não deixaram de ser submetidas à opinião dos participantes no presente estudo, os quais na sua maioria concordaram parcialmente com a ideia de que a adopção de uma política de convergência entre os meios prejudica a qualidade da notícia, no que diz respeito à exactidão da mesma, objectividade e fundamentação. Foram 38,82% dos respondentes a corroborar da opinião mencionada, ainda que 20% tenha discordado parcialmente, face aos 23,52% dos inquiridos que mantiveram uma opinião neutral.

Quadro 28

Frase	<i>A adopção de uma política de convergência entre meios prejudica a qualidade da notícia ao nível da exactidão, objectividade e fundamentação</i>															
	Correio da Manhã					Diário de Notícias					Público					
Concordância	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
Total	4	7	7	7	2	1	7	8	20	6	2	3	5	6	-	
Percentagem	14,8 1%	25,9 2%	25,9 2%	25,9 2%	7,40 %	2,38 %	16,6 7%	19,0 4%	47,6 1%	14,2 8%	12,5 0%	18,7 5%	31,2 5%	37,5 0%	-	
Inquiridos	27					42					16					
Total absoluto	1		2			3			4		5					
	7		17			20			33		8					
Percentagem absoluta	8,23%		20,00%			23,52%			38,82%		9,41%					

Por último, encontrámos alguma divisão entre os inquiridos quando submetemos à sua opinião a ideia de que uma partilha de conteúdos entre os meios de comunicação que estiverem englobados e orientados por uma política de convergência pode ser um factor contributivo para a diminuição de interesse do público ou audiência face a determinado título. Tudo partindo da eventualidade recorrente que pode surgir perante o leitor em que este vê os mesmos conteúdos tratados de forma idêntica em meios diferentes dentro do mesmo grupo

noticioso, perdendo-se assim alguma identidade do título, quer em termos de estilo, quer ao nível do enquadramento.

Constatámos que 35,29% dos jornalistas concordam parcialmente com essa possibilidade, ainda que seja elevada a percentagem dos que discordam em parte (22,35%). Apenas 18,82% concordam totalmente, enquanto no pólo oposto foram 11,76% os que discordam em absoluto. A divisão de opiniões dadas é maior no Público, dado que os jornalistas que discordam totalmente, os que mantêm uma posição neutra e os que concordam parcialmente são em igual número e percentagem.

Quadro 29

Frase	<i>A partilha de conteúdos, sendo os mesmos noticiados pelos vários meios do grupo de media, contribui para a diminuição do interesse do público/audiência</i>																						
	Correio da Manhã					Diário de Notícias					Público												
Concordância	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5								
Total	2	9	3	10	3	4	8	3	16	11	4	2	4	4	2								
Percentagem	7,40 %	33,3 3%	11,1 1%	37,0 3%	11,1 1%	9,52 %	19,0 4%	7,14 %	38,0 9%	28,5 7%	25,0 0%	12,5 0%	25,0 0%	25,0 0%	12,5 0%								
Inquiridos	27					42					16												
Total absoluto	1		2			3			4		5			10		19			10		30		16
Percentagem absoluta	11,76%		22,35%			11,76%			35,29%		18,82%												

21. Análise qualitativa aos jornais Correio da Manhã, Diário de Notícias e Público

Efectuada a inquirição de 85 jornalistas dos jornais *Correio da Manhã*, *Diário de Notícias* e *Público*, na qual foram colocadas várias frases identificativas de distintas

problemáticas indubitavelmente ligadas à profissão, aos impactos e às mutações que a mesma sofreu com a crescente preponderância da Internet, as quais também permitiram perspectivar qual o entendimento que os respondentes têm sobre algumas tendências crescentes no seu quotidiano, tornou-se pertinente verificar se, na prática, a reportagem tem perdido preponderância nas edições diárias dos respectivos títulos.

Para alcançar tal desiderato recorreremos a uma ampla análise de conteúdo às edições dos três jornais durante quatro semanas distintas, de forma a identificar todos os itens jornalísticos, excepção a fotografias, e outros que constam de uma publicação, como por exemplo os blocos de publicidade. Assim, olhámos para *notícias, reportagens, entrevistas, editoriais e espaços de opinião, agenda, publicidade, serviços* e catalogámos como *outros* os itens que não podiam ser enquadrados em nenhuma das categorias anteriormente mencionadas. Na categoria *outros*, devido precisamente à enorme variedade e implicações que a sua enumeração representaria, enquadrámos a seguinte multiplicidade de conteúdos: Discursos directos, receitas de culinária, classificações bolsistas, livros, apresentações de CD's, jogos, passatempos, rubricas dedicadas ao *online*, tabelas, fichas e quadros classificativos de competições desportivas, *cartoons*, cartas ao director, fichas técnicas e outras rubricas de humor. Isto numa primeira fase em que o objectivo foi simplesmente quantificar qual o número e percentagem de itens jornalísticos em cada jornal, possibilitando, deste modo, comparar qual a predominância de itens face a outros no seio de cada publicação e, posteriormente, entre as três.

Neste contexto, a análise de conteúdo permitiu identificar 34 257 itens dos referidos jornais englobando as semanas de 17 a 24 de Julho de 2010, 2 a 9 de Outubro de 2010, 22 a 29 de Janeiro de 2011 e 2 a 9 de Abril de 2011 e contemplou, sublinhe-se, todas as publicações que, por sua vez, são parte integrante dos referidos títulos nos diferentes dias da semana, ou seja, revistas ou cadernos especiais que foram publicados nas edições observadas para o efeito. Como poderemos verificar adiante, os cadernos especiais ou revistas apresentam um forte impacto no número de itens identificados às sextas-feiras, sábados e domingos de cada uma das semanas. À sexta-feira *Correio da Manhã, Diário de Notícias, Público* lançam respectivamente *Correio TV, Notícias TV, Ípsilon e Inimigo Público*; ao sábado, a revista *Vidas, a Notícias Sábado* e o suplemento *Fugas*; ao domingo, o *Correio Domingo, a Notícias Magazine* e a *Pública*.

Na segunda fase da análise de conteúdo partimos para a especificação e observação apenas da natureza do item reportagem, examinando aspectos descritos na lista de 19 variáveis presentes na lista que se segue, sendo que as três primeiras variáveis são de cariz

global, correspondente à obtenção do primeiro objectivo do estudo, enquanto os 16 seguintes vão de encontro somente às variáveis referentes à apreciação de vários aspectos relacionados com a forma e conteúdos das reportagens identificadas em termos globais. Deste modo, no catalogar de itens procedeu-se à codificação dos mesmos mediante as variáveis presentes na seguinte lista:

- 1) Mês e dia (Julho, Outubro, Janeiro e Abril; dia 17, 18, etc.);
- 2) Meio de comunicação (*Correio da Manhã, Diário de Notícias e Público*);
- 3) Género jornalístico (Notícia, reportagem, entrevista, editorial e opinião, agenda, publicidade, serviços e outro);
- 4) Tamanho do item reportagem (Menos de 2 parágrafos, 3 a 5 parágrafos, entre 6 a 10 parágrafos, 11 a 20 parágrafos e mais de 20 parágrafos);
- 5) Preponderância do item reportagem (Manchete, chamada de primeira página e sem chamada de primeira página);
- 6) Colocação do item reportagem (Primeiras cinco páginas, páginas interiores, páginas centrais, últimas cinco páginas e suplemento);
- 7) Secção onde se encontra o item reportagem (Nacional, internacional, economia, sociedade, desporto, cultura ou outra);
- 8) Foco do item reportagem (Nacional ou internacional);
- 9) Conteúdo do item reportagem (Saúde, economia, desporto, política, social/lazer, cultura e outro);
- 10) Localização do item reportagem por continente (África, América do Norte, América do Sul, Ásia, Europa, Oceânia e vários);
- 11) Localização por país do item reportagem (Portugal, Brasil, Espanha, França, Inglaterra, Estados Unidos, outro e vários);
- 12) Existência iconográfica do item reportagem (Sim ou não);
- 13) Tipo de iconografia do item reportagem (Fotografia, infografia, *cartoon*, combinação ou outro);
- 14) Item reportagem com entrevista (Sim ou não);
- 15) Número de pessoas ou testemunhos citados no item reportagem (Menos de duas pessoas, 3 a 5 pessoas, 6 a 10 pessoas, 11 a 20 pessoas ou mais de 20 pessoas);

- 16) Fontes de informação do item reportagem (Oficial – governo, oficial – instituição partidária, oficial – instituição do Estado, não oficial – ONG, individual – testemunhos, individual – outro e várias);
- 17) Item reportagem executada no local (Sim, não ou indefinido);
- 18) Item reportagem executada por enviado especial (Sim, não ou indefinido);
- 19) Item reportagem exclusiva do meio de comunicação (Sim ou não);

Outro dos grandes objectivos motivadores na análise foi a consolidação teórica e a constatação prática de alguns dos sentimentos e atitudes expressas pelos jornalistas dos três meios de comunicação consultados anteriormente. Olhando para os itens de cariz noticioso presentes nas três publicações foi possível alcançar uma melhor compreensão do modo como são estruturadas e organizadas as mesmas, abrindo caminho para um entendimento sobre aquela que é a preponderância da reportagem, enquanto género jornalístico. Nesse particular, ao contrário do que é o entendimento geral da reportagem adoptado na presente obra, ou seja, a enquanto simples acto de reportar com base em informações recolhidas em determinado local de um ou mais acontecimentos, olhamos para a reportagem como género jornalístico, recordando um pouco a concepção de que uma reportagem, para além do relato de factos actuais que não sejam única e exclusivamente notícias, procurando contar o essencial desses mesmos factos e circunstâncias explicativas, mas também a ocasionalidade que está subjacente ao género, muitas vezes assente no estilo mais narrativo ou criativo.

Desse modo, sabendo que o interesse jornalístico é essencialmente focado para o imediato imposto por um ritmo constante e centrado em eventos, sempre condicionado pelos ciclos noticiosos, algo também reconhecido pelos próprios jornalistas que foram consultados, lembramos as palavras de Thomas Patterson (1997) como ponto de partida para a observação efectuada, em particular quando constatarmos que o género reportagem tem pouco peso quantitativo nos títulos observados, contrapondo com outros itens. O tempo para desenvolver o género é escasso, os meios também e a obsessão pela novidade, pela luta constante e reactiva aos acontecimentos exprime-se de forma brutal no panorama noticioso, condicionando opções editoriais expressas em alguns dados enumerados. “Os jornalistas respondem menos à exigência premente dos temas do que ao movimento incessante do ciclo noticioso. Cada dia é um novo dia, uma nova realidade. A novidade é valorizada tal como o rigor. Os jornalistas têm de ter uma ‘estória’ para contar, e esta deve ser diferente da do dia

anterior. A velocidade do ciclo noticioso e a busca incessante de notícias frescas conduzem o jornalista para certos focos noticiosos e afastam-no de outros” (Patterson, 1997:447).

Ora, examinando as edições dos três títulos nos 32 dias abrangidos na observação efectuada, ou seja, os 96 jornais e respectivos suplementos, constatámos naturalmente que nas edições de sexta-feira, sábado e domingo se encontram mais itens noticiosos, sobretudo, devido à presença de revistas e cadernos que são parte integrante do produto apresentado aos leitores. Este facto ganha especial relevância à sexta-feira, em que o número de itens rondou os 1900, como se pode verificar quadro 1.1 em anexo. Comparando as publicações, o *Correio da Manhã* é aquela que reúne maior número de itens noticiosos, seguindo-se o *Diário de Notícias* e, posteriormente, o jornal *Público*, algo que está directamente relacionado com a estrutura gráfica de cada um dos títulos, mas também a natureza dos mesmos, pois, no primeiro jornal mencionado encontramos um grafismo assente em aberturas de página de menor dimensão, páginas mais fragmentadas por informações diversas, como notícias em forma de breves, frases e discursos directos, destaques em forma de números ou factos, no *Diário de Notícias* encontramos um plano intermédio, com a crescente dimensão de peças jornalísticas, aberturas de página e peças de apoio, até ao aumento dos espaços de opinião. Por sua vez, o *Público* explicitando de modo mais denso e fundamentado o teor das informações apresentadas, recorre a um grafismo mais compacto, centrado na apresentação de conteúdos e notícias cujo espaço ocupado em página é superior, zonas de opinião maiores e menor utilização das denominadas breves ou pequenas informações, ainda que se verifique o recurso frequente a grafismos explicativos. A publicidade, os espaços de programação, por exemplo, são superiores no *Correio da Manhã* face aos títulos concorrentes, o que se reflecte invariavelmente no número de itens identificados nas publicações. Daí que a percentagem de itens apurados diariamente seja em média superior aos 40% no *Correio da Manhã*, marca ultrapassada pelo *Diário de Notícias* apenas à sexta-feira de cada semana. O *Público* não alcança a barreira dos 25% em qualquer dos 32 dias examinados (quadro 2.2 em anexo).

De uma forma mais específica, assinalamos que o item reportagem é o que menos preponderância tem no *Correio da Manhã* ao longo das quatro semanas analisadas (ver quadro 3.1 em anexo) e em muitos dias compreendidos dentro desse espaço temporal não foram detectadas quaisquer reportagens. Naturalmente que os itens notícia são os mais frequentes, com percentagens globais maioritariamente superiores a 50%, excepção às sextas-feiras em que os itens de agenda são aqueles que assumem maior destaque na publicação (ver quadro 3.2 em anexo). Ainda no *Correio da Manhã*, apesar do elevado número itens de género publicitário, tal não se reflecte fortemente de forma global na publicação, uma consequência

da diversidade de géneros expostos em papel. Já no *Diário de Notícias* os itens noticiosos diários decrescem face ao título anteriormente focado, contrapondo com o aumento considerável de reportagens e ligeiro nos espaços de editoriais e opinião. Os blocos de publicidade, sendo semelhantes, apresentam maior contundência em termos percentuais na análise global (ver quadro 3.4 em anexo). Quando mencionamos a presença de itens com o género jornalístico de reportagem urge assinalar que, ao contrário do que se constatou no *Correio da Manhã*, foram raros os dias examinados em que o *Diário de Notícias* não apresentou uma reportagem aos seus leitores. Comum aos dois títulos é o facto do itens de agenda predominarem nas edições de sexta-feira, isto face aos restantes itens considerados (ver quadro 3.3 em anexo). Ainda dentro da comparação efectuada entre os três meios considerados, destaque para o quadro analítico do jornal *Público*, o qual, possuindo menor número de itens notícia face a *Correio da Manhã* e *Diário de Notícias*, respectivamente, é aquele que maior enfoque dá ao item reportagem, uma vez que em todos os dias examinados no decurso das quatro semanas foram observados itens desse género jornalístico na publicação. O número de blocos publicitários é, por outro lado, consideravelmente menor tal como os espaços para editoriais ou opinião, ainda que tal, sublinhe-se, não se traduza em menor tamanho dedicado às referidas rubricas, uma vez que é perceptível, ainda que não tenha sido quantificável na presente análise, que o número de caracteres utilizados nos editoriais e opiniões expressas pelos seus autores sejam superiores no *Público*, comparando, por exemplo, com o *Correio da Manhã* (ver quadros 3.5 e 3.6 em anexo).

Abordado o contexto geral da análise aos três títulos, importou especificar a natureza dos itens de género reportagem, percebendo assim aspectos como o tamanho dos mesmos, preponderância que têm em termos de primeira página ou ocupação de espaços nobres nas publicações em causa ou, por exemplo, se os mesmos foram produzidos com recurso a enviados especiais, entre outros aspectos que iremos mencionar. Assim, olhando para o tamanho dos itens reportagem no *Correio da Manhã*, constatamos que a maioria se situa entre os 6 e 10 parágrafos, tal como no *Diário de Notícias*, algo distinto do *Público*, onde é observável uma maior distribuição das reportagens pelas categorias estabelecidas. Com efeito, são as reportagens entre 11 e 20 parágrafos e as que são superiores a 20 parágrafos as que têm maior relevância para este último título, como é verificável no grupo 4 de quadros em anexo. Em termos de ocupação de primeira página, no *Diário de Notícias* apenas por uma ocasião é que uma reportagem deu azo a manchete, sendo que no *Público* o valor duplicou. No *Correio da Manhã* esse aspecto não se verificou. Ainda no jornal *Público*, menção para o facto de várias reportagens terem sido destacadas com chamadas de primeira páginas, ainda que a

larga maioria tenha resultado devido ao espaço ocupado nos suplementos onde foram inseridas, como veremos de seguida. Nos quadros do ponto 5 em anexo constatamos que no jornal *Público* houve sempre reportagens com direito a figurar na primeira página, pese o seu papel secundário.

Também em termos de colocação dos itens reportagem no interior dos títulos foi possível verificar que é nos suplementos das referidas publicações que surgem grande parte das reportagens, com particular incidência, até porque o número de artigos do género é maior, no jornal *Público*. Nesta publicação constatou-se que em nenhum dos dias considerados as páginas centrais da mesma, consideradas páginas nobres de um jornal, foram preenchidas com reportagens, ao contrário do *Diário de Notícias*, que utiliza frequentemente esse espaço para a introdução de uma rubrica alusiva ao género (ver quadros do ponto 6 em anexo). Ainda no que concerne à colocação dos itens reportagem, denota-se uma elevada dispersão comum aos três jornais. Dispersão no sentido em que as reportagens são muitas vezes colocadas em espaços próprios criados pelos títulos fugindo ao paradigma conservador e fechado de integração da reportagem única e exclusivamente em secções. Mesmo quando o foco do item apresenta fortes ligações a algumas secções, casos do Internacional, Economia ou Cultura, a opção transversal aos títulos analisados é a de utilizar uma “secção” distinta, um espaço próprio, com múltiplas denominações em função dos casos, para expor os conteúdos mencionados. Quando se olha para o foco dos itens de reportagem, observamos que no *Correio da Manhã* são de cariz, essencialmente, nacional, sendo que *Diário de Notícias* e *Público* dão uma atenção muito superior a fenómenos de índole internacional. Em termos de conteúdo a cultura é a área que suscita maior número de reportagens, seguindo-se a social/lazer, isto no jornal *Público*, que, como referimos, utiliza os distintos suplementos que detém, em particular à sexta-feira, sábado e domingo, para fornecerem conteúdos diferenciadores aos leitores. Ainda no *Público* notou-se a presença de maior diversidade de temas abordados, algo traduzido na rubrica “outro”. Também no *Diário de Notícias*, apesar de em menor número, a tendência seguida pelo título concorrente encontra paralelo, ou seja, maior atenção às áreas da cultura, social e lazer ao nível da reportagem, sem esquecer a política. No *Correio da Manhã*, os escassos itens de reportagem apresentam uma disseminação de conteúdos, a qual recomenda que não se aponte uma tendência.

Ao examinar a localização geográfica dos itens reportagem elaborados pelos títulos analisados no presente estudo é possível identificar que a grande maioria é realizada sobre e no continente europeu, tendência única, por exemplo no *Correio da Manhã*, mas considerável nas duas outras publicações. África, América do Norte e América do Sul merecem recorrente

atenção por parte do *Diário de Notícias* e *Público*. Sendo na Europa o continente merecedor de maior atenção das reportagens identificadas, naturalmente que Portugal foi, ao nível da localização por nação, o país que suscitou um número mais elevado de conteúdos, traduzido na abordagem a várias temáticas relacionadas com a sociedade lusa. Esta tendência foi quase exclusiva nas reportagens efectuadas pelo *Correio da Manhã*. No *Diário de Notícias* constatou-se uma diversidade clara, sublinhada igualmente no *Público*.

Nos vários itens referentes ao género reportagem examinados nos três títulos é de destacar o facto de existirem maioritariamente elementos iconográficos. São poucas as excepções identificadas, aliás apenas três reportagens foram efectuadas sem recurso a qualquer elemento de suporte mencionado, concretamente no jornal *Público*, como se pode verificar no grupo de quadros do ponto 12 (em anexo). Importou, neste contexto, perceber qual o elemento iconográfico mais utilizado, a fotografia, infografia, o *cartoon*, uma combinação ou outro e aí a fotografia é claramente o que recolhe maior presença, ainda que a combinação de componentes apresente uma clara disposição nos títulos do *Diário de Notícias* e *Público*. O primeiro é igualmente aquele que recorreu mais vezes, única e exclusivamente, a *cartoons* como forma de ilustração.

Muitas reportagens são suportadas pelo recurso a depoimentos ou entrevistas de actores ou intervenientes do acontecimento, enquanto protagonistas ou simples testemunhas, daí que a maioria dos itens do género localizados nas publicações em análise tenham recorrido à entrevista para a elaboração dos mesmos. Ainda assim é de registar as elevadas percentagens de reportagens efectuadas pelo jornal *Público* sem recurso a qualquer tipo de depoimento, procedimento mais vincado face ao *Diário de Notícias* (ver quadros do ponto 14). Todavia, segundo foi possível constatar, nas duas publicações onde se verifica uma tendência maior de recurso a depoimentos há uma maioria clara de utilização de testemunhos inferior a duas pessoas. No jornal *Público*, as reportagens que apresentam depoimentos são superiores em termos percentuais aos outros dois títulos, mas foram escassos os itens em que 11 ou mais pessoas foram ouvidas no âmbito da produção do trabalho jornalístico. Ao abordarmos as fontes de informação que foram utilizadas na elaboração dos itens reportagem, isto segundo o que é possível constatar no conteúdo dos mesmos, aliado à experiência profissional da cobertura de determinados eventos e elaboração de itens idênticos, foi com alguma naturalidade verificado que é a conjugação de várias fontes de informação a base dos conteúdos produzidos, notando-se dessa forma pouca preponderância de fontes de informação de cariz oficial, sejam do governo ou restantes aparelhos do Estado, bem como de instituições partidárias. No entanto, a utilização da fonte de informação individual que aqui

entendemos como a capacidade de observação, análise, narração, experienciação ou descrição dos repórteres de cada um dos títulos, isto é decorrentes da própria acção única e exclusiva do repórter, é frequente no jornal *Público*, onde, concretamente e com maior frequência, encontra espaço em reportagens de viagens ou roteiros nos suplementos do referido título, situação que a espaços substancialmente menores verifica-se no *Diário de Notícias*.

Para a execução e elaboração de reportagens, neste caso centramo-nos no género e estilo, depreende-se que existe ou ocorre com regularidade uma deslocação do repórter ao local do acontecimento em que o mesmo ocorre, pelo que, examinando os itens de reportagens presentes nos três diários nas quatro semanas, comprovamos isso mesmo já que a maioria dos conteúdos evidencia presença dos jornalistas nos locais em causa, ainda que nos jornais *Diário de Notícias* e *Público* sejam notadas percentagens assinaláveis de reportagens em que os jornalistas não se deslocaram aos respectivos locais. As dificuldades financeiras que os diversos meios de comunicação têm vindo a enfrentar, restringindo determinadas opções editoriais, são factores condicionadores do envio de jornalistas para o estrangeiro quando a possibilidade de abordar temas relacionados com países exteriores surge, daí que nos jornais observados, entre as reportagens examinadas, se tenha verificado diferenças consideráveis entre os meios. O *Público* foi o título que claramente efectuou uma aposta mais forte em enviados especiais para os locais do acontecimento a uma distância considerável do *Diário de Notícias*, uma prática que, diga-se, tem pouca expressão no *Correio da Manhã* (ver quadros do ponto 18 em anexo). Já no que concerne à exclusividade dos itens de reportagem elaborados, aí a maioria dos conteúdos exibidos pelos três periódicos é de índole própria.

22. Perspectivas de quem tem de decidir no *Correio da Manhã*, *Diário de Notícias* e *Público*

Apontado o caminho para a conclusão de uma perda efectiva de influência da reportagem nos três diários observados no presente estudo, facto para o qual os jornalistas apontam um conjunto de causas, algumas delas reflectidas mais à frente no próprio cariz de cada um dos títulos, procurámos perceber qual o entendimento que os responsáveis editoriais pelo *Correio da Manhã*, *Diário de Notícias* e *Público* têm sobre algumas das temáticas abordadas.

Assim, em conversa com Octávio Ribeiro, director do *Correio da Manhã*, Filomena Martins, directora-adjunta do *Diário de Notícias*, e Bárbara Reis, directora do jornal *Público*, foi possível trocar diversas opiniões sobre a forma como a reportagem tem sido afectada ou não

pela Internet, isto olhando para a mesma não apenas como género jornalístico, mas também como uma acção de cobertura de um acontecimento presencialmente no local onde o mesmo decorre. Todavia, outros aspectos foram alvo de uma troca aberta de impressões e opiniões, algumas delas conjunturais e outras transversais ao jornalismo que hoje se pratica. O futuro não foi esquecido, partindo do presente em que o sedentarismo da prática parece cada vez mais enraizado devido a distintos factores indo até ao que pode ser o jornalismo de amanhã, concretamente, nos jornais portugueses, onde as sinergias entre títulos do mesmo grupo de comunicação vão sendo utilizadas como uma das muitas estratégias para fazer face às limitações de recursos e, claro, em última instância aos condicionalismos de índole financeira ou económica.

Olhando para aquilo que o jornalista de hoje parece estar submisso, ao sedentarismo imposto ou não por terceiros, na sua prática diária, Octávio Ribeiro (2010) sublinha o aliado que a Internet é para muitos nesse processo. “É verdade que se verifica algum sedentarismo na profissão. Há uma tendência em certas áreas do jornalismo, ou melhor em quase todas, de usar a Internet não como ponto de partida para um trabalho, mas como ponto de chegada de informação, portanto, o jornalista está a sedentarizar-se devido à utilização desses meios. A Internet e até a televisão, no cabo, têm levado os jornalistas a ganhar raízes na cadeira da redacção. Acho que isso é muito pernicioso e no *Correio da Manhã* tentamos combater ao máximo essa tendência. Que a Internet seja mais uma fonte como ponto de partida para trabalho sim, mas não como ponto de chegada”, garante. Aqui entra precisamente a expressão utilizada no meio pelos jornalistas quando se trata de recolher informação divulgada por outros meios de comunicação, ou seja, aquilo que é vulgarmente dito como o “picar” a notícia ou os dados, algo que reflecte frequentemente o sedentarismo na profissão, prejudicando o exercício da mesma, como destaca Bárbara Reis (2010): “Por vezes, no jornalista sénior com 10 ou 15 anos de experiência existe a ideia de que falando com as muitas fontes sobre um determinado tema vai ganhar mais do que se for ao local falar directamente e pessoalmente com essas pessoas. Ou porque já sabe muito sobre esse tema, ou porque pelo telefone consegue apanhar uma série de pessoas em *on* ou em *off*. Ter *background*, discurso directo, citar, enfim... Conseguem-se uma história profunda e rigorosa, isso é a verdade. Não há uma única vez, na história do jornalismo, em que não se tenha ganho algo, que a história não fique melhor, indo lá, aos locais, falar com as pessoas. Estar ali, no local, criar-se um elo, olhar nos olhos da pessoa, seja em *on* ou *off*, não só a relação é mais forte, como desse encontro surgem sempre outras coisas, ou documentos que se mostram, ou porque se acaba por estar mais tempo a conversar, não é só aquela distância física do telefone. Não é aquela coisa de com

alguma naturalidade não nos desviarmos do que pretendemos pelo telefone. Mesmo nos trabalhos em que é só fontes, naqueles que em o jornalista pensa que por telefone chega, há sempre ganhos em ir lá aos locais, sobretudo quando se trata de coisas relacionadas com a dinâmica dos espaços, com o ver, com ambientes em tornos das pessoas”, considerou.

Filomena Martins (2011) recusa, porém, que a ideia das limitações orçamentais dos jornais sejam “desculpa” para a crescente prática sedentária da profissão pelos jornalistas, colocando-lhes alguma responsabilidade por isso mesmo. “Há sedentarismo, no entanto entendo que grande parte desse mesmo sedentarismo não se deve às restrições orçamentais, que as há e são muitas, mas ao facto dos jornalistas hoje em dia fazerem essencialmente um trabalho de secretária como uma opção, quando estão disponíveis inúmeras ferramentas na Internet: o *google*, o *facebook*, o *mail*, enfim... As pessoas acham que com três telefonemas, uma pesquisa na Internet e mais um contacto qualquer, conseguem resolver quase tudo, fazendo-o à secretária. Há a ideia de que a informação chega de todas as maneiras e feitios, seja pela televisão, rádio, Internet ou telemóveis, acaba por tornar as pessoas mais sedentárias. Falta alguma acção por parte do jornalista, não é normalmente o jornal que evita colocar pessoas na rua. Há falta de dinheiro, há restrições orçamentais, se por exemplo olharmos para o caso da Noruega [atentados do dia 22 de Julho de 2011 em Oslo e na ilha de Utoya, cujo autor foi Anders Behring Breivik] e dissermos que devíamos ter enviado lá uma pessoa, é verdade, os jornais estão neste caso mais sedentários, aí usam as informações que chegam, pois, hoje em dia, não vale a pena gastar dinheiro numa viagem, hotel, carro, alimentação e ajudas de custo das pessoas que têm de ir para a Noruega para fazer uma reportagem, se é possível comprar essa reportagem num jornal local. Às vezes a informação que chega é tanta que compilada faz com que não seja necessário enviar um jornalista que traga uma mais-valia. É claro que há acontecimentos em que é importante ir, pois o olhar do jornalista é muito importante. Acho que a culpa não é das restrições orçamentais, as pessoas têm essa ideia, mas não é bem assim”, defende.

Voltando à perspectiva de Octávio Ribeiro (2010) em que a Internet “deve ser um ponto de partida”, o director do *Correio da Manhã* lembra o papel de “mediador” que o jornalista desempenha. “O contacto pessoal com a fonte de informação, olhos nos olhos é fundamental. Esse distanciamento reflecte-se nas notícias, nos textos, na frieza com que se escreve. Há uma série de razões que me levam a considerar que no tempo presente as grandes ‘caixas’, o momento mais sublime do jornalismo, o novo relevante, só se obtêm com contacto directo. Por exemplo, na área da política, justiça, saúde ou educação, as pessoas não estão confortáveis a falar ao telefone e não falam das coisas mais relevantes ao telefone. Se não

houver um contacto directo a informação mais relevante não se obtém”, frisa, destacando o contexto como um factor vital de compreensão dos factos: “O contexto é essencial e só estando presente nos locais é que há uma visão do jornalista, uma visão própria, directa. O debate parlamentar é um bom exemplo. É totalmente diferente ter um olhar sobre toda a realidade no local, e o nosso olhar recai sobre no que é mais relevante, ou ter um mediador que fornece imagens via televisão com o seu olhar.” Filomena Martins (2011) recorda que “antigamente era obrigatório, os jornalistas, irem aos locais, era impossível não ir”, daí que sublinhe a necessidade do jornalista dar o seu olhar dos factos às reportagens. “Acho que é fundamental e jornalistas com essa capacidade estão em vias de extinção. Conheço muito poucos jornalistas jovens que tenham essas qualidades. Noto em relação à nossa equipa de investigação, ainda muito jovem, com menos de 30 anos, que têm essa falha. É preciso cultivar esse jornalismo de ir lá. Se formos ver os grandes repórteres de rua, os grandes olhares, não há ninguém jovem com essas características e se há só vejo dois ou três nomes com essa perspectiva, ir lá ver e contar. Aliás, as pessoas passam em frente às histórias e não as vêem. Esse olhar é muito importante. Pedimos sempre que tragam o que vêem para dentro do jornal. Os jornalistas têm perdido a ideia de que ser jornalista é ver e contar”, asseverou. Bárbara Reis (2010) sublinha precisamente que a “história fica sempre mais rica e próxima da verdade indo aos locais”. “Muitas vezes o jornalista conhece o tema, sente-se à vontade com o mesmo, domina as fontes de informação, no sentido de saber quem são os actores, interlocutores, sabe que consegue por telefone obter uma história correcta e rigorosa, fá-lo sem sair da secretária, é verdade. E nós sabemos que a história seria melhor se tivesse saído e indo lá directamente”, acrescenta.

Contudo, quando se fala na perda de preponderância da reportagem por força das restrições orçamentais, Bárbara Reis (2010) assegura que o jornal Público “está um a apostar forte na área”, reflectida nas “opções estratégicas adoptadas” no título que dirige. “Sentimos que a reportagem de fundo, da actualidade, sobre os temas não só os que estão em cima da mesa e na cabeça das pessoas, mas também os que são de temas inesperados, são essenciais. A ausência delas era um problema para nós, tínhamos de melhorar com o mesmo orçamento. Preferimos fazer menos trabalhos que tínhamos feito para nos concentrarmos em reportagens mais importantes. Com o mesmo dinheiro temos feito menos, mas melhor reportagem, mais relevante e escolhemos de forma muito criteriosa. Decidimos que o jornalista que vai em reportagem tem de ir com fotógrafo, pois a reportagem tem duas linguagens e há um todo que é construído por discurso escrito, pela narrativa e a imagem. Nascemos a fazer isto, fomos perdendo o hábito de levar um repórter e fotógrafo. Para poupar já pensávamos dessa forma”,

reconhece, entre a convicção de que o “caminho certo passa continuidade da aposta”: “Acho que estamos a ir pelo único caminho possível, não sou pessoa de certezas absolutas, mas neste caso tenho a convicção plena de que o caminho é fazendo melhor jornalismo, reportagem relevante, profunda, não é as pessoas irem num dia, trazerem três frases e notas de reportagem ou cor, isso não é reportagem. Podíamos fazer as coisas pelas agências, mas se formos lá, aos locais, não dois ou três dias, três ou quatro semanas, vamos fazer trabalhos com uma profundidade que os nossos leitores só vão poder gostar de ler. Fizemos trabalhos marcantes, que ajudam as pessoas a crescer e a ficarem mais e melhor informadas. Ter reportagem e boa reportagem é um aumento de qualidade do jornalismo. Uma boa reportagem responde a três coisas, por alguma razão é um dos estilos nobres do jornalismo, à profundidade, proximidade e o prazer de leitura. São três coisas que estão juntas na reportagem e que nos outros estilos nem sempre temos em simultâneo. Quando fazemos boas reportagens, com essa profundidade, proximidade do tema porque o repórter esteve lá, não esteve de passagem, meia hora, mas sim uma ou duas semanas se for caso disso, e é um repórter que escreve bem, logo há o prazer da leitura. Quando nós temos isso, os leitores telefonam para cá, agradecem-nos, dizem que cumprimos o nosso papel. As pessoas querem um jornalismo de qualidade, mais profundo, querem mais investimento na reportagem.”

Filomena Martins (2011) entende mesmo que a aposta na reportagem é um “ponto positivo” na luta que os jornais travam para conseguirem se reerguer em tempos de perda de vendas e de influência nas prioridades aquisitivas dos leitores, do público. “Entendo que há três ou quatro áreas em que os jornais de referência têm de continuar a apostar: a investigação, a reportagem e as *estórias*. Um jornal popular como o *Correio da Manhã* ou *Jornal de Notícias* vive essencialmente das notícias mais curtas, mais localizadas, milhares de notícias que ocorrem todos os dias nas inúmeras terras deste país, mas acho que os jornais como o *Diário de Notícias*, *Público* e até o *Expresso* têm de viver um bocadinho da reportagem, da investigação, sem nunca descurar as notícias, pois esse é o nosso *core business*. É preciso muitas vezes transformar notícias em *estórias*. Os jornais têm de fazer a diferença por aí”, aponta.

É um tempo de mudança, sublinha Octávio Ribeiro (2010), que fala mesmo em “fase de refundação do jornalismo”. “Tem de ser repensado, principalmente nas plataformas tradicionais, como o papel, rádio e televisão para continuar a fazer sentido. No caso do papel, em que a venda implica que no outro lado haja um gastador, alguém disposto a tirar dinheiro do bolso para comprar aquele projecto ou proposta de comunicação, então isso agudiza-se muito mais. Tem de haver uma razão muito forte para o consumidor tirar o dinheiro do bolso e

comprar um objecto de informação. Acho que o jornalismo está preguiçoso e há pouca vocação, muitos dos jornalistas não o são por vocação ou perderam, acomodaram-se, e isso depois reflecte-se na capacidade de atrair os cidadãos para os projectos ou compra e consumo”, enaltece. E não faltam desafios ou obstáculos ao processo de mutação, um dos aspectos é precisamente a formação dos novos jornalistas. Filomena Martins (2011) coloca ênfase na nova forma de educar, já condicionada pela Internet, como um condicionalismo que pode levar ao tal jornalismo de secretária que os responsáveis das três publicações têm mencionado. “A Internet facilita imenso as coisas... Começa desde logo na escola, um pouco como os alunos, antigamente quando se fazia um trabalho era necessário ir para a biblioteca, entre outras coisas, era preciso pesquisar, ler livros, depois citar, agora não. Basta fazer uma busca na *wikipédia*, muitas vezes errada porque nem sempre tem informação correcta, os mais novos fazem mais duas ou três buscas no *google*, uns *copy paste* daqui e dali, transforma-se um bocadinho o texto e pronto, passa assim. Essa formação que vem de base e começa logo na escola primária depois reflecte-se nos estagiários quando chegam aos jornais. Aplicam o mesmo tipo de pesquisa, têm a mesma falta de informação e aqueles erros absurdos... Há uma falta de cultura absoluta. Pesquisa, reportagem, o olhar pessoal... Isso não existe”, asseverou.

Em boa verdade os jornalistas do passado e presente, muitos ainda de futuro, e aqueles que se formam anualmente nas faculdades vão enfrentar um cenário de unificação de recursos nos meios de comunicação onde exercem ou vão exercer a profissão, dado que os grupos de comunicação em que estão inseridos são cada vez mais desafiadores no sentido da criação de sinergias entre si, entre títulos, para reduzir em boa medida os custos inerentes à cobertura noticiosa. Tais sinergias têm sido vistas com alguma regularidade tendo como base a partilha de conteúdos ou a formação de equipas de trabalho para a cobertura de eventos com elementos de duas ou mais publicações distintas. Octávio Ribeiro (2010) mostra alguma abertura para as mesmas, ainda que mediante determinados limites. “Desde que as sinergias sejam plataformas complementares que obedeçam ao mesmo estatuto editorial, não vejo aí nenhuma doença, nem patologia. Ou seja, o *Correio da Manhã* impresso ou o *Correio da Manhã online* são complementares e obedecem aos mesmos princípios que estão plasmados no estatuto editorial. Vejo o problema é nas sinergias entre vários projectos, entre marcas distintas, por exemplo *Correio da Manhã/Record*. No grupo Cofina, felizmente, temos o entendimento que as marcas não são brancas, pois precisam de manter a identidade e só assim são eficazes no mercado. O grupo tem resistido muito bem a esse excesso de sinergia. A minha visão será sempre esta. Quando vejo um jornal com uma marca fortíssima e alguém é que está a fazer, numa reportagem nos Açores ou em África, trabalhos... quebra-se aí o elo

afectivo com o leitor. O leitor quer uma visão exclusiva, que está condicionada ao olhar que determinado projecto tem sobre as coisas. Na tentativa de poupar, qualquer dia morre o cavalo. É preciso ter muito cuidado com isso. Percebo que, com o encolhimento do mercado, haja uma grande atracção por esse abismo”, atirou, admitindo a ideia de que o jornalista possa perder reconhecimento profissional e económico neste processo: “O grande capital do jornalista é o seu nome. Acreditamos mais na notícia ao ver a assinatura. Claro que depende de cada jornalista e profissional, mas acho que o excesso de circulação do nome pelo excesso de títulos não é bom para o jornalista, embora os jornalistas não sejam pés de videira em área demarcada, por vezes há razões nobres que levam o jornalista a mudar de projecto, se sentir que é melhor para ele e relação com o leitor. Um excesso de circulação da mesma assinatura, sobre o mesmo assunto, por vários títulos acho que não é bom para o jornalista. Também há uma identidade do jornalista. A versão impressa e *online* obedece à mesma orientação, os princípios são os mesmos. O mesmo não aconteceria se tivéssemos uma repartição de recursos com o *Jornal de Negócios* ou *Record*. Há uma diferença. Mesmo que um dia o *Correio da Manhã* tenha uma *Web TV*, será sempre o mesmo olhar, o olhar do *Correio da Manhã* sobre as coisas. Deverá ser, não me parece pernicioso.”

As exigências que as plataformas distintas em que os jornais estão a trabalhar, para as quais os conteúdos ou aplicações são cada vez mais abundantes, têm obrigado as estruturas comunicacionais a reconverterem práticas de anos, também elas executadas por pessoas que iniciaram a profissão com recursos distintos e que agora vêem na progressão tecnológica uma forma condicionadora no jornalismo que sempre fizeram. Essa realidade é traduzida no seio dos jornais quando os jornalistas têm de escrever para o sítio do mesmo na Internet, correspondendo a algumas das especificidades do novo ambiente, as quais já tivemos oportunidade de descrever, e não apenas para o papel, como dá conta Bárbara Reis (2010). “Há dificuldades nesse processo de produção para o *online*, sobretudo pelo facto de ser o mesmo grupo de jornalistas, que fazia o jornal impresso que sai na banca e agora também alimenta da forma dinâmica e rápida o site, uma velocidade que no papel não existe. Há a dificuldade óbvia e prática de serem as mesmas pessoas a fazerem as duas coisas, correm duas corridas em simultâneo. Por outro lado, há também a dificuldade que o próprio meio da Internet exige características e *know-how* que nós [jornalistas com mais anos de profissão] não temos. Não sabemos fazer vídeos, *estórias* multimédia. Nós, jornalistas, que crescemos só no papel... O que estamos a fazer, pois temos essa corrida em simultâneo, por um lado alimentamos o jornal de referência com uma perna e fazemos o *sprint* de 100 metros com a outra perna, inclusive maratonas, fazemos isso todos os dias. Há três anos, efectuámos uma

fusão das redacções, deixou de haver a secção *online* que tinha uma equipa e nós nem conhecíamos os nomes de uns dos outros. Estivemos 15 anos assim, desde a criação do *Público online*, fizemos essa fusão e decidiu-se que toda a gente trabalhava para todo o lado. Na prática, integrámos as pessoas nas várias secções. Reduzimos ao máximo o núcleo duro do *online*, agora demos o passo de dizer que o núcleo duro tem de ser maior, em termos operacionais aumentámos o núcleo de pessoas exclusivamente dedicadas ao *online*, inclusive em termos de chefia. Não pode ser alguém como eu ou os outros colegas da direcção, em que a nossa preocupação é preparar a reunião das 11h00, é discutir o destaque, ver quais as aberturas das secções, lançar a primeira página, como essa é sempre uma prioridade, porque o jornal à hora de fecho tem de ir para as bancas, há sempre um momento em que o *online* fica de lado e a preocupação com um *online* bom, excelente, não existe às 20h00. Nessa altura, como directora, estou é preocupada em fechar o jornal a horas. Criámos uma chefia mais forte de direcção executiva, um triangulo que não existia, com dois directores, um da manhã e outro da tarde, ou seja, das 7h00 às 16h00 e das 16h00 às 24h00, o que torna a relação com os elementos da redacção bastante clara, pois um está de manhã e outro à tarde. Poupa-se tempo a perguntar quem está com o *online* e deslocámos de diferentes secções pessoas para esse núcleo duro, passámos de um núcleo duro de seis elementos para 15. Fizemos isso precisamente porque queremos continuar a fazer um jornal bom em papel, cada vez mais distintivo, e nisso a reportagem é uma das formas de o fazer, daí a nossa aposta, bem como queremos ter um *online* que não pode ser apenas bom, tem de ser excelente. Sabemos que as vendas dos jornais estão a cair mais ou menos 30 mil exemplares por ano em Portugal, acredito que o papel vai continuar a existir durante muito tempo, mas não sabemos como é ou será a evolução, temos de nos preparar para um momento em que se, de facto, as pessoas continuarem a preferir o papel, não podemos ter apenas um *online* médio, temos de ter um *online* muito bom. São duas batalhas em simultâneo”, afiançou.

Octávio Ribeiro (2010) deixa claro qual, na sua opinião, é o caminho que deverá ser seguido pelos jornais, no fundo um “olhar mais reflexivo”. “A mesma informação não pode produzir para as diferentes plataformas. As informações mais relevantes destinadas ao jornal em papel não entram no *online*. As mais relevantes são as exclusivas. O que é que o *online* permite? Lá está, se vou a um sítio e aconteceu um determinado facto relevante coloco logo no *site*. Não ficamos com a sensação de incapacidade face aos colegas concorrentes da rádio ou televisão de que eles dão primeiro a informação. Com o recurso ao *online* podemos dar a informação primeiro que eles. Entramos no mercado do imediatismo que o jornal não permite. O papel vai servir para reflectir, o facto entra logo no *online*. Quando não havia, ficava com ele

e não servia de nada. O caminho é esse, o papel será cada vez mais reflexivo. É preciso obrigar a pessoa a pensar, mantendo o impacto das ‘caixas’. As ‘caixas’ são a base de tudo. É o novo relevante, dá valor. No papel temos de partir da ‘caixa’ para a reflexão, as reacções... no *online* o facto por si só, se houver rapidez na colocação, pode fazer a diferença, valor acrescentado, no papel o caminho é cada vez mais a reflexão, sem abandonar o novo relevante que é a ‘caixa’, as notícias. É preciso ter equipas humanamente ricas em que se tenha a certeza que conseguem exclusivos que duram até ao outro dia de manhã. Para isso é preciso ter bons jornalistas, ir aos locais e investigar, pôr as mãos na massa”, defendeu o director do *Correio da Manhã*.

E será a que aposta firme dos jornais no *online* pode afectar irremediavelmente o papel? A dúvida persiste, mas ficou claro, entre os três responsáveis editoriais do *Correio da Manhã*, *Diário de Notícias* e *Público*. “Não acredito que os jornais sejam afectados. Há várias teorias sobre o assunto, posso dizer que em 20 anos de carreira passei metade deles a ouvir dizer que o papel ia acabar, mas acho que isso é manifestamente exagerado. É uma tendência, um ciclo vicioso em que o papel voltará a estar na moda. Lembro-me que há 10 anos todas as empresas de comunicação social começaram a apostar na Internet e foi um verdadeiro *flop* com perdas financeiras gravíssimas, depois desistiram e quando realmente voltou a ser uma necessidade, mais do que uma moda, muitas delas foram muito tarde. Agora, além da Internet temos as outras plataformas. Acho que cada vez mais a informação se consome, por isso acho que é importante a reportagem, ir à rua. Temos neste momento em Portugal três televisões só de notícias, uma rádio, a TSF, que está sempre a passar notícias, depois temos as notícias na Internet, nos telemóveis, televisões, nos ecrãs dos hospitais, nos centros de saúde, enfim tanta informação que é o que se consome no imediato. É claro que de vez em quando é preciso dar uma notícia exclusiva no *site*, por causa da marca. Mas o modelo de negócio na Internet e dessas plataformas está longe de estar encontrado. São acréscimos de informação e acho que o que falta ao papel para não morrer é encontrar essa fórmula mágica que o distancie da informação imediata que se consome em cinco segundos e dar alguma coisa às pessoas. É verdade que as pessoas cada vez têm menos tempo, a vida é muito louca, não têm muito tempo para ler notícias, abrindo os *sites* três vezes ao dia sabe-se o que se passa no mundo, mas há uma necessidade, seja ao final do dia ou ao fim-de-semana, de perceber uma determinada notícia e é por aí que os jornais têm de ir, explicar essas notícias, dar a conhecer às pessoas as múltiplas variantes da notícia. Explicar, é para isso que as pessoas estão disponíveis, é por aí que o papel tem de caminhar. Acho que o jornal vai ser um produto muito *gourmet*. Os jornais nunca mais vão voltar a vender os 120 mil exemplares que vendiam,

mesmo o Correio da Manhã e Jornal de Notícias que ainda têm esses números, acho que a tendência é absolutamente de queda. Os jornais vão ser cada vez mais virados para nichos, especializados, nem que seja em economia ou no golfe. Temos de dizer às pessoas mais do que as pessoas já sabem. Ou os jornais começam a dar mais do que aquilo que as pessoas sabem no dia-a-dia ou então, aí sim, terão morte anunciada e muitos ficarão pelo caminho”, perspectivou.

23. Conclusões sumárias

- No estudo efectuado com o intuito de contribuir para a elaboração de um quadro comportamental e geral sobre as práticas jornalísticas, papéis e entendimentos dos jornalistas sobre um conjunto de problemáticas relacionadas com as suas acções diárias questionámos 85 jornalistas de três jornais de referência em banca, casos do *Correio da Manhã*, *Diário de Notícias* e *Público*, sobre aspectos directamente ligados à queda da reportagem no jornalismo nacional, em particular por acção da Internet. Como vimos, utilizando a escala de Likert de modo a sustentar as atitudes e disposição para a acção por parte dos jornalistas, tendo abordado o conceito de reportagem em duas dimensões umbilicalmente ligadas: 1) A reportagem como mera cobertura de um determinado acontecimento ou evento no local em que o mesmo ocorre, implicando naturalmente a deslocação do jornalista ao referido local; 2) A reportagem como género jornalístico, a qual se pode resumir ao relato de factos com actualidade que não são apenas dados ou difundidos como notícia, mas explicando circunstâncias dos mesmos com recurso ao estilo narrativo e criativo do repórter;
- Os jornalistas inquiridos concordaram parcialmente com a ideia de que a Internet tem contribuído para a fixação dos jornalistas na redacção por força do manancial de informações que possui;
- A referida facilidade de acesso a informações de eventos ou acontecimentos através da rede tem apresentado reflexos na diminuição de reportagens no exterior, concordam parcialmente os jornalistas questionados;
- Os jornalistas inquiridos consideram que o facto do jornalista não se deslocar ao local do acontecimento retira-lhe a possibilidade de aceder a dados indispensáveis à elaboração da notícia, tal como entendem que a qualidade do trabalho melhora

sempre que se verifica esse acompanhamento ou reportagem no local ou locais em que os mesmos decorrem. E acrescentam que a reportagem e a recolha de informações no terreno são vitais para a prática jornalística;

- Outros aspectos sublinhados pelos jornalistas questionados foram o entendimento de que a acção do jornalista em se dar a conhecer em reportagens nos locais dos acontecimentos é fundamental no elevar da qualidade da notícia, mas também que o contacto pessoal é indispensável na relação que é estabelecida entre o jornalista e fonte de informação;
- Convicção dos jornalistas questionados é a de que filtrar a informação presente na Internet é um dos principais desafios e obstáculos que o jornalista enfrenta. Verificou-se igualmente o entendimento e a concordância parcial que a reportagem tem perdido espaço devido à pressão do tempo que os ciclos noticiosos impõem;
- Constatou-se uma divisão dos jornalistas consultados sobre se a negatividade e sensacionalismo nas notícias tem contribuído para a perda de credibilidade do jornalismo, ainda que a percentagem dos que discordam parcialmente com a ideia tenha sido superior;
- Certeza entre os jornalistas inquiridos é a de que a função do jornalista se torna mais exigente devido às novas formas de apresentação da notícia, concretamente, com a utilização de multimédia. Ideia igualmente forte, sublinhada pela concordância parcial e total, é a de que há uma perda de reconhecimento económico e profissional do jornalista no âmbito de uma política de convergência de meios de comunicação dentro do mesmo grupo económico;
- Na análise de conteúdo realizada ao *Correio da Manhã*, *Diário de Notícias* e *Público*, em quatro semanas distintas entre Julho de 2010 e Abril de 2011, foi possível constatar nos 34 257 itens identificados que a reportagem é um dos que tem menor preponderância, com distintas vertentes em função da política editorial dos títulos em causa. Os itens reportagem oscilam na sua maioria entre dois grupos em termos de dimensão, o primeiro entre os 6 e 10 parágrafos no *Correio da Manhã* e *Diário de Notícias*, enquanto no *Público* o grupo entre os 11 e 20 parágrafos, ou mais, são os mais frequentes;
- Em conversa com Octávio Ribeiro, director do *Correio da Manhã*, Filomena Martins, directora-adjunta do *Diário de Notícias*, e Bárbara Reis, directora do jornal *Público*, foi possível trocar diversas opiniões sobre a forma como a reportagem tem sido afectada

ou não pela Internet, isto olhando para a mesma não apenas como género jornalístico, mas também como a acção de cobertura de um acontecimento presencialmente no local onde o mesmo decorre, concluindo-se ser vital a presença dos jornalistas perto dos eventos e que o crescente sedentarismo da prática é um facto que não pode ser única e exclusivamente imputado aos jornais: a culpa também deve ser repartida pelo comodismo dos jornalistas, lembrem;

- Para Octávio Ribeiro (2010) a Internet deve ser um ponto de partida para o trabalho jornalístico e não apenas de chegada, enquanto Filomena Martins (2011) entende que se tem verificado alguma falta de acção por parte dos jornalistas e que, no caso do *Diário de Notícias*, “não é o jornal que evita colocar as pessoas na rua”;
- Olhar a fonte “olhos nos olhos” é acto tido como fundamental pelos três responsáveis editoriais e o distanciamento é muitas vezes reflectido nas notícias, advogam. “Há uma série de razões que me levam a considerar que no tempo presente as grandes ‘caixas’, o momento mais sublime do jornalismo, o novo relevante, só se obtêm com contacto directo”, afirma Octávio Ribeiro (2010);
- Bárbara Reis (2010) defende que o caminho que os jornais devem seguir é da aposta na reportagem, aposta que o *Público* tem vindo a fazer, sublinha: “Ter reportagem e boa reportagem é um aumento de qualidade do jornalismo. Uma boa reportagem responde a três coisas, por alguma razão é um dos estilos nobres do jornalismo, à profundidade, proximidade e o prazer de leitura. São três coisas que estão juntas na reportagem e que nos outros estilos nem sempre temos em simultâneo.” Filomena Martins (2011) entende que os jornais de referência devem apostar em áreas como a investigação, reportagem e as *estórias*;
- Octávio Ribeiro (2010) considera que o jornalismo atravessa uma “fase de refundação”, enquanto Filomena Martins (2011) lembra a constatação, referente à observação diária que efectua no *Diário de Notícias*, de que “há uma falta de cultura absoluta das novas gerações”;
- Bárbara Reis (2010) reconhece que uma das dificuldades que os jornais atravessam passa precisamente pela necessidade dos jornalistas mais experientes correspondam às exigências da produção para diversas plataformas. “Há a dificuldade que o próprio meio da Internet exige características e *know-how* que nós [jornalistas com mais anos de profissão] não temos. Não sabemos fazer vídeos, *estórias* multimédia. Nós, jornalistas, que crescemos só no papel...”, anotou;

- Para Octávio Ribeiro (2010) o futuro dos jornais passa pelo “olhar mais reflexivo” sobre os assuntos. Já Filomena Martins (2011) não acredita que a aposta firme dos jornais no *online* possa afectar as edições em papel. “O modelo de negócio na Internet e nas outras plataformas está longe de estar encontrado. [...] São acréscimos de informação e acho que o que falta ao papel para não morrer é encontrar essa fórmula mágica que o distancie da informação imediata que se consome em cinco segundos e dar alguma coisa às pessoas. Acho que o jornal vai ser um produto muito *gourmet*. [...] Vão ser cada vez mais virados para nichos, especializados, nem que seja em economia ou no golfe. [...] Ou os jornais começam a dar mais do que aquilo que as pessoas sabem no dia-a-dia ou então, aí sim, terão morte anunciada e muitos ficarão pelo caminho”, sublinhou.

Conclusão

Encontrámos nos reflexos e impactos da Internet, uma rede global erigida sob o primado da velocidade e partilha, um vasto conjunto de mutações provocadas no jornalismo. Vimos, ao longo da evolução da profissão, que o simples acto inicial de reportar algo foi sendo aprimorado, massificado pela força que as inovações tecnológicas foram dando aos jornalistas, obrigando-os a reconfigurar procedimentos, práticas e valências. Capacidades que subitamente necessitaram de uma contextualização para um novo paradigma, como se tem vivido nos primeiros anos do novo século. Antes já a Grécia, Roma, a Idade Média e o período do Renascimento tinham imposto novas regras. As sociedades foram mudando, evoluindo, e da tipografia de Gutenberg à massificação do telégrafo, adaptações constantes forçaram distintos modos de organização do trabalho e de execução do mesmo.

Quando olhamos para o que a história deu ao jornalismo e vice-versa é incontornável recordar a citadas crónicas de guerra como o primeiro passo para o que hoje denominamos de reportagem. Foi na prática e no género jornalístico que procurámos centrar o trabalho exposto, por uma simples razão: é na reportagem que encontramos nas duas dimensões umbilicalmente ligadas grande parte da essência do que é o jornalismo. Constatámos que depois de períodos de ouro da mesma, em que foi tida como um género nobre e uma prática indispensável na implementação do jornalismo enquanto forma massiva de comunicar, os tempos que vivemos onde a Internet predomina, as dificuldades económicas reduzem recursos à Imprensa, o custo do papel e a queda das receitas publicitárias aumentou, têm sido de alguma forma nocivos para a perda de influência outrora ganha no seio do processo comunicativo. Paralelamente, o jornalismo de investigação, o denominado jornalismo de proximidade, o contacto pessoal com fontes de informação, foi relegado para um plano secundário face à predominância do fácil acesso a informação à distância, ainda que menos rigorosa. Os responsáveis editoriais de alguma forma sentiram que o alimento constante de um ciclo noticioso teria de prosseguir independentemente dos menores recursos humanos e financeiros, com impactos evidentes na colocação de jornalistas em locais de acontecimentos ou centrados em investigações de médio ou longo espaço temporal.

Quando evocámos o caso *Watergate* como paradigma da reportagem no jornalismo, sublinhado pelo caso *Rui Amaral* a nível nacional, pretendemos precisamente enfatizar a preponderância de alguns procedimentos hoje cada vez mais raros nas redacções pressionadas pelos factores expressos, mas igualmente pelo escasso tempo de produção de notícias. Estas não escapam igualmente ao crivo das fontes com maior capacidade de intervenção no campo mediático, as quais fazem valer a sua influência na procura de condicionar os fluxos noticiosos de acordo com os seus próprios interesses e estratégias, como foi possível, por exemplo, verificar no caso *Abu Ghraib*. Foi mais um sinal do perigo que o jornalismo atravessa e que se vem acentuando à medida que o escrutínio da sociedade vai diminuindo. E como faz falta um jornalismo de profundidade, fundamento, exactidão e objectividade entre as águas turvas da comunicação e das estratégias que emergem. “Não há dúvidas que na luta da nossa pequena democracia, a informação e o conhecimento são como o ar que nós respiramos – absolutamente necessários – e estamos a sentir um pouco disso actualmente. Não temos outra escolha se não sermos optimistas e apoiar o melhor jornalismo que conseguirmos fazer” (Doctor, 2010:6).

Esse optimismo que muitos pedem está, porém, longe de ser alcançado, dada a ameaça permanente da degradação das estruturas comunicacionais em virtude da deterioração dos esteios financeiros. As vendas em papel são menores e a presença na rede de conteúdos em tudo semelhantes, e frequentemente até mais completos de modo gratuito para os utilizadores, levantam o problema do modelo de negócio subjacente à prática. A *web* impõe como vimos igualmente um novo desafio à reinvenção do jornalismo no que concerne aos seus modelos de sustentação económica. Os leitores em papel escapam paulatinamente para o virtual e aí a incapacidade de tornar os conteúdos num produto pago é evidente, afinal são imensos os modos de acesso gratuito a determinada notícia ou relacionadas (Doctor, 2010). Daí que um dos desafios que afrontam os jornalistas e as organizações sejam não apenas a contribuição para a sustentabilidade económica da profissão, mas a necessidade de efectuar a cobertura jornalística de modo cada vez mais interligado e de acordo com as exigências da própria audiência, ainda que entenda ser indispensável procurar a diferenciação de conteúdos no seio da enxurrada provocada pela superficialidade de meios de comunicação mais virados para o imediatismo e escassa profundidade de temáticas, caso da rádio, televisão e até os meios essencialmente vocacionados para a rede. Como recorda Boczkowski (2010), “o crescimento da homogeneização das notícias a um estado de coisas é tal que nem os jornalistas, nem os consumidores se mostram agradaos e sentem-se impotentes para alterar.

Esta espiral de falta de variedade e ausência de poder tem importantes implicações culturais e políticas” (Boczkowski, 2010:6).

É aqui que a reportagem marca a diferença desejada. Diferença dada pelo olhar e relato de quem vê ou a diferença de quem segue a par e passo o desenrolar dos factos, investiga-os, complementa-os e narra-os com o conhecimento de causa vivido. Daí que consideremos que os jornalistas estão integrados numa vasta comunidade interpretativa, sempre unidos e ligados pelas sucessivas interpretações que vão fazendo de determinados momentos. É nesse processo que encontramos um dos passos para a diferenciação, decorrente não apenas da capacidade de recolha de informação que está directamente ligada aos atributos do jornalista em causa e a sua ligação com as fontes de informação, como resulta da percepção própria de repórter de um contexto que o envolve que está associado aos acontecimentos acompanhados de perto. Depois é a ordenação das informações de acordo com os valores-notícia que marca nova diferença em virtude dos dados recolhidos. Falámos de contexto e ousamos catalogá-lo como uma fonte de informação a considerar, é ele que dá ao jornalista dados indispensáveis à elaboração da notícia. Quando este presencia, quando vai ao local dos acontecimentos, quando vê com os seus olhos, sem intermediários, o que modela os eventos, as personagens e o que as condiciona nos actos públicos, vê o leque de informações diametralmente alargado, transformando-se estas virtudes em peças vitais na elaboração da notícia. Reportar ganha a sua verdadeira dimensão.

Ora, esta dimensão está em cheque pela tendência que assombra o jornalismo actual, por muitos visto como *yellow journalism* (Campbell, 2001), vocacionado para o excessivo sensacionalismo, a procura de escândalos, a escassa profundidade de temáticas abordadas, a centralização muitas vezes no que é mais direccionado para o mexerico e acessório do que propriamente para os factos de maior relevância, sempre escudados no alegado interesse das audiências pelo que é polémico e entre, muitas vezes, no seio da índole pessoal. Vai ficando para trás a ideia sublinhada por Kaye e Quinn (2010) de que “os cidadãos necessitam de qualidade na cobertura dos meios de comunicação para que estes os ajudem a tomar decisões” (Kaye e Quinn, 2010:6), em detrimento de um vazio de pensamento alargado motivado pela necrofilia do escândalo e bisbilhotice que extravasa para o íntimo de determinados actores, quando não são esses os aspectos condicionadores de acções próprias ou públicas.

Neste processo, os decisores editoriais da Imprensa cedem à visão incontornável de que a notícia é um produto que tem de ser vendido e a extrapolação para areias movediças é constante e factual diariamente nas redacções. “As notícias são, entre outras coisas, um

produto – as notícias já não são apenas encontradas e reportadas, mas são activamente produzidas e publicitadas pelas organizações, seja de forma comercial, enquanto serviço público ou de orientação alternativa. As prioridades e imperativos das organizações noticiosas têm dado forma às notícias. Têm sido formadas por princípios de selecção e apresentação – ‘valores noticiosos’ – através dos quais certos eventos são elevados a um estatuto ou importância e outros vão até ao ponto do memorável, exercitando uma enorme reivindicação para definir a realidade para determinar o que interessa enquanto notícia. Os seus empregados e em algumas análises as próprias instituições têm sido vistas como ‘gatekeepers’, controlando e restringindo o acesso à arena conceptual da esfera pública. Eles estabelecem a agenda para o debate público, dizem-nos o que devemos ou não pensar sobre algo. As estruturas dos proprietários e as orientações comerciais têm demonstrado a sua influência não apenas no conteúdo das notícias, mas também no contexto comercial e regulador em que as empresas de *media* operam. Agora, essas organizações, como máquinas centrais de notícias, são peças chave nas rupturas conduzidas pela digitalização e convergência” (Meikle e Redden, 2011: 3).

Quando Virilio (2000) aponta as novas tecnologias da informação, centrando-se na Internet, como redes que estabelecem relações de informações capazes de veicular a perspectiva de uma união na humanidade, a ideia de uma humanidade reduzida à uniformidade ganha igualmente força. É esse o perigo imediato que os jornais, inseridos em grandes grupos económicos, têm de evitar, escapando à homogeneização de conteúdos, apostando naquilo que os pode diferenciar de quem segue a agenda estabelecida por todos os meios impressos, no caso as rádios e televisões. Ainda por cima nessas redes de relações que nos fala Virilio encontramos as redes sociais, os motores e busca e outras ferramentas que dão voz a quem raras vezes a teria no espaço público, como são os casos dos promotores e criadores de *blogs*. São outro tipo de aceleradores dos ciclos noticiosos, fenómenos virtuais muitas vezes introdutores de rumores (McNair, 2006) que obrigam os jornalistas, como vimos, a considerarem a filtragem das informações como uma das principais tarefas diárias que têm de levar a cabo. E quando chegarmos à *Web 3.0* (MacNamara, 2010), em que o enfoque da rede será colocado na criação de sistemas completos de inteligência artificial, capazes de organizar e agrupar informações e páginas de acordo com os temas desejados, assuntos e interesses previamente expressos pelos utilizadores, teremos então colocado em causa o paradigma defendido por alguns e esquecido por muitos de que “a tecnologia não vai resolver de forma mágica todos os nossos problemas” (McChesney e Nichols, 2010:200).

É certo que a velocidade é uma ameaça tirana que assume uma vida própria, tornando-se impossível de separar da riqueza (Virilio, 2000), mas esta não pode atropelar valores como o rigor, a objectividade e a investigação jornalística. Estes pressupostos são igualmente colocados em cheque pela cultura de convergência (Deuze, 2007), que vai ganhando forma entre os grandes grupos de comunicação social, em que a redução de custos e a necessidade de alimentar o ciclo noticioso de forma veloz e contínua são um primado a seguir. Lembramos precisamente que a opção pela via sinérgica que muitos meios de comunicação social têm assumido constitui uma perda progressiva de um olhar próprio e característico dos títulos, transformando e uniformizando a visão dos factos, reduzindo a capacidade dos jornalistas em procurar a diversidade, a criatividade, mas também a assertividade na narração do experienciado.

Esta opção pela sinergia entre meios de comunicação dentro do mesmo grupo empresarial tem significado, porém, a retirada de recursos do terreno, situação que conduz invariavelmente à perda de alguma exactidão dos factos descritos nas notícias produzidas. Esta tendência assume particular importância quando o conceito de convergência é levado de forma perversa ao extremo enquanto maximizador de lucros. É evidente que as exigências da rede, a imposição que a mesma coloca sobre os meios de comunicação para que estejam presentes de forma efectiva e responsável, tem conduzido à produção de conteúdos para distintas plataformas, retirando aos jornalistas tempos de reflexão, investigação e de planificação de trabalhos. As multitarefas a que os jornalistas estão sujeitos têm vindo a adquirir particular importância num quadro de adaptabilidade, o que poderá retirar qualidade aos conteúdos a elaborar, nomeadamente no que concerne à fundamentação, factualidade e exactidão dos mesmos, aspectos que por vezes são descurados em função da quantidade de notícias solicitadas para introduzir no ciclo noticioso. Aqui, acabámos por mencionar o jornalismo *online* como vector presente no panorama jornalístico actual, mas também como agente modificador da forma como os conteúdos passaram a chegar à audiência, ainda que a relação com as fontes de informação assumam formas distintas, verificando-se uma crescente tendência para a sedentarização do trabalho jornalístico (Bastos, 2008).

Esse caminho sedentário foi uma preocupação constante na presente obra, bem como o abandono da reportagem e desde logo antes da comprovação de alguns factos que apontam claramente para um percurso vertiginoso nesse sentido, recordamos, por exemplo, as palavras de José Pedro Castanheira (2009), que aponta a Internet como um suporte de apoio à investigação, às reportagens, mas o jornalista, esse, nunca se deve esquecer da importância das diligências, encontros e contactos efectuados pessoalmente para que a qualidade do

trabalho apresentado seja inquestionável. Afinal, sublinhou José Pedro Castanheira: “As boas histórias do jornalismo não estão na Internet” (Castanheira, 2009). Antes já Carl Bernstein, em Fevereiro de 2006, recordou pressupostos marcantes no caso *Watergate*, entre avisos deixados aos jornalistas de hoje. “A reportagem sobre *Watergate* fora feita de parcerias. A minha parceria com Bob [Woodward] e a nossa com [Ben] Bradlee, e a parceria estranha e incompleta de Bob com o *Garganta Funda*. Em suma, ele gerara um sentimento de solidariedade. Hoje em dia, os *bloggers* da Internet, os pivôs televisivos não sabem o que isso é. Trabalham sem rede. Sem travões. Não têm a quem fazer perguntas, expor dúvidas ou inspirar. Não têm editor” (Bernstein, 2006:162).

Feitas algumas considerações em jeito de conclusões retiradas no decurso da presente obra, verificámos de forma clara com incidência no panorama jornalístico português, em particular em três títulos com forte implementação no mercado como são o *Correio da Manhã*, *Diário de Notícias* e *Público*, que os jornalistas sentem que a Internet tem efectivamente conduzido para a sua fixação nas redacções, fruto das variadas informações que a rede possui, algo que, segundo os próprios, pressupõe de alguma forma que o fácil acesso às mesmas sobre eventos ou acontecimentos se reflecte na diminuição das reportagens no exterior. E aí sublinham precisamente que a privação de dados essenciais à elaboração de notícias é um facto quando os jornalistas se vêem limitados ou impossibilitados de acompanhar os actos no local em que ocorrem, apontando que a prática resultante da observação *in loco* melhora efectivamente a qualidade do trabalho executado. Estas considerações dão ainda mais força a outros aspectos associados e conclusivos, como são os casos de os jornalistas entenderem que o contacto pessoal com as fontes de informação é imprescindível na prática. E como vimos há a convicção entre os jornalistas que a abundância da informação presente na Internet impõe a necessidade de uma filtragem constante, constituindo-se como um dos grandes desafios na prática diária, condicionada pela velocidade que os ciclos noticiosos determinam, pressionando temporalmente.

Entre outras conclusões determinantes, como as certezas dos jornalistas de que a sua função é mais exigente em função das novas formas de apresentação de notícias, focando na apresentação multimédia, ou o sentimento de perda de reconhecimento profissional num cenário de convergência, que, recorde-se, tem vindo a ganhar força entre os grupos de comunicação social, foi curioso constatar num olhar para os itens noticiosos dos jornais que serviram de amostra que a reportagem, pese o cariz editorial distinto dos títulos, é algo de preponderância menor e de dimensão pouco vincada. Os responsáveis editoriais deram-nos a perspectiva de que o sedentarismo da prática jornalística não resulta apenas das opções

assumidas dentro dos jornais, mas igualmente consequência de um certo comodismo dos próprios jornalistas. Certo é que a Internet é considerada, tal como nós entendemos, como um ponto de partida e não apenas de chegada do trabalho jornalístico e o olhar muito próprio dos repórteres no terreno é entendido como vital, sobretudo para chegar às denominadas “caixas” ou exclusivos. Sabemos que o jornalismo vive momentos de mudança, para alguns de refundação de princípios e processos, onde os jornalistas são forçados a acompanhar o movimento processual sob pena de verem o seu espaço enquanto profissionais ser ocupado pela multidisciplinaridade de valências que as novas gerações provenientes todos os anos das faculdades trazem, estes produtos de um envolvimento tecnológico marcado pela preponderância da rede. Vários caminhos foram sendo apontados no decurso do trabalho aqui exposto, desde o cariz mais reflexivo que os conteúdos devem ter para criar um sinal de diferenciação, passando pelos primados da objectividade ou de um olhar próprio, peculiar, de factos vividos isto sem esquecer dois aspectos referidos por alguns autores. Por um lado, “a revolução das notícias *online* não significa a morte do jornalismo. Os jornais e os boletins lineares de transmissão vão continuar a ver a sua audiência a decrescer e o seu lugar no mercado da informação irá mudar, mas o jornalismo vai sobreviver como forma cultural e num ambiente onde cada vez mais pessoas, como nunca antes, terão a capacidade de produzir e consumir ao mesmo tempo” (McNair, 2011:51). Por outro, “as notícias continuam a ser um bem público no sentido estrito económico, também o perdedor, no sentido aspirado” (Benkler, 2011: 227).

Contudo, face ao exposto verificamos um natural declínio da reportagem com inegáveis contributos das potencialidades da Internet que apontam para o indesejado sedentarismo dos jornalistas e da sua prática diária. No fundo, como principal conclusão da presente obra devemos sublinhar que a positividade ou os benefícios decorrentes da Internet no jornalismo terminam no exacto momento em que as suas capacidades ou ferramentas são utilizadas de forma nociva como substitutos de comprovações ou testemunhos presenciais de factos, levando, geralmente por ordem de terceiros – ainda que não seja de excluir alguma inércia dos próprios –, à impossibilidade do jornalista efectuar reportagens nos locais dos acontecimentos, oferecendo como alternativa um jornalismo de “secretária” e ao consequente sedentarismo da prática profissional. Assim, os jornalistas vêem-se privados de elementos indispensáveis para a concepção de notícias, como por exemplo as fontes de contexto, refugiando-se somente as informações veiculadas na rede, através de agências noticiosas ou por estratégias mais ou menos pronunciadas de fontes de informação oficiais ou oficiosas com

uma agenda própria, capaz de fazer reféns no diálogo comunicativo que o jornalista procura fazer em prol da veracidade de factos.

Bibliografia

- AGOSTINI, Ângelo (1997), “Le Journalisme au Défi d’Internet” in *Le Monde Diplomatique*, Outubro, pp-26-27.
- ALLEN, C.T. e WEBER, J.D. (1983), “How presidential media use affects individuals beliefs about conservation” in *Journalism Quarterly*, 60, 98-104.
- ANDERSON, Alison (1991), “Source Strategies and the Communication of Environmental Affairs” in *Media, Culture and Society*, 13:459-476.
- ANDERSON, Alison (1997), *Media, Culture and the Environment*, Londres, UCL Press.
- ANDREWS, Paul (2003), “Is Blogging Journalism?” in *Nieman Reports*, nº57, The Nieman Foundation for Journalism at Harvard University.
- ARTWICK, Claudette Guzan (2004), *Reporting and producing for digital media*, Iowa, Blackwell Publishing.

- BARAN, Nicholas (1995), *Desvendando a Superautoestrada da Informação*, Rio de Janeiro, Editora Campus.
- BARBOSA, Elisabete e GRANADO, António (2004), *Weblogs – Diário de Bordo*, Porto, Porto Editora.
- BARDOEL, Jo (1996), “Journalism Redundant?” in Angelo Agostini (org.), *New Media New Journalism*, EJTA Reports.
- BARDOEL, Jo e DEUZE, Mark (2001), “Network Journalism: Converging Competences of Media Professionals and Professionalism” in *Australian Journalism Review* 23.
- BARNHURST, Kevin e NEROME, John (2001), *The form of news – a history*, Nova Iorque, The Guilford Press.
- BASTOS, Hélder (2000), *Jornalismo Electrónico: Internet e Reconfigurações de Práticas nas Redacções*, Lisboa, Editora Minerva.
- BASTOS, Hélder (2002), “A viragem digital do jornalismo” in José Bragança de Miranda e Joel Frederico da Silveira, *As Ciências da Comunicação na Viragem do Século*, Lisboa, Edições Veja.
- BASTOS, Hélder (2008), *Ciberjornalistas em Portugal: práticas, papéis e ética*, Lisboa, Tese de Doutoramento em Ciências da Comunicação submetida na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa.
- BAUDRILLARD, Jean (1975), *The Mirror of Production*, St.Louis, Telos Press.
- BAUDRILLARD, Jean (1981), *For a Critique of the Political Economy of the Sign*, St.Louis, Telos Press.
- BECK, Ulrich (1992), *Risk Society: Towards a New Modernity*, Londres, Sage.
- BENKLER, Yochai (2011), “Giving the networked public sphere time to develop” in Robert W. McChesney e Victor Pickard, *Will the last reporter please turn out the lights – The collapse of journalism and what can be done to fix it*, Nova Iorque, The New Press.
- BENNETT, Lance W., LAWRENCE, Regina G., LIVINGSTON (2005), “Evitar a palavra *tortura*. Os *media* norte-americanos e o enquadramento político de Abu Ghraib” in *Media & Jornalismo* n.º 7.

- BENNETT, Lance W., LAWRENCE, Regina G., LIVINGSTON, Steven (2007), *When the press fails – Political power and the news media from Iraq to Katrina*, Chicago, The University of Chicago Press.
- BENSON, Rodney (2010), “Futures of News: International Considerations and Further Reflections” in Natalie Fenton (org.) *New Media, Old News – Journalism & Democracy in the Digital Age*, Londres, Sage.
- BENTON, M. e FRAZIER, P.J. (1976), “The agenda-setting function of the mass media at three levels of information holding” in *Communication Research*, número 3, 261-74.
- BERNSTEIN, Carl e WOODWARD, Bob (1974), *All The President’s Men*, Nova Iorque, Pocket Books.
- BERNSTEIN, Carl e WOODWARD, Bob (1976), *The Final Days*, Nova Iorque, Simon&Schuster Paperbacks.
- BERNSTEIN, Carl (2006), “A avaliação de um jornalista” in Bob Woodward, *O Homem Secreto – A história do Garganta Funda do caso Watergate*, Lisboa, Editora Quidnovi.
- BIRD, Elizabeth S. e DARDENNE, Robert W. (1999), “Mitos, registo e ‘estórias’: explorando as qualidades narrativas das notícias” in Nelson Traquina (org.), *Jornalismo: Questões, Teorias e “Estórias”*, Lisboa, Edições Vega.
- BLOOD, Rebecca (2002), *O Livro de Bolso do Weblogue – Conselhos práticos para criar e manter o seu blogue*, Porto, Campo das Letras.
- BLOOD, Rebecca (2002a), *We’ve got blog: how weblogs are changing our culture*, Cambridge, Perseus Publishing.
- BLUMLER, Jay e GUREVITCH, Michael (1995), *The crisis of public communication*, Londres, Routledge.
- BLUMLER, Jay e GUREVITCH, Michael (1999), “A construção do noticiário eleitoral: um estudo de observação na BBC” in Nelson Traquina, *Jornalismo: Questões, Teorias e “Estórias”*, Lisboa, Edições Vega.
- BOCZKOWSKI, Pablo J. (2005), *Digitizing the News – Innovation in Online Newspapers*, Massachusetts, Massachusetts Institute of Technology.
- BOCZKOWSKI, Pablo J. (2009), “Materiality and Mimicry in the Journalism Field” in Barbie Zelizer (org.), *The Changing Faces of Journalism – Tabloidization, Technology and Truthiness*, Nova Iorque, Routledge.

- BOCZKOWSKI, Pablo J. (2010), *News at Work – Imitation in an Age of Information Abundance*, Chicago, The University of Chicago Press.
- BOGOST, Ian, FERRARI, Simon e SCHWEIZER, Bobby (2010), *Newsgames – Journalism at Play*, Cambridge, Massachusetts Institute of Technology.
- BOURDIEU, Pierre (1989), *O Poder Simbólico*, Lisboa, Edições Difel.
- BOURDIEU, Pierre (1998), *On Television*, Nova Iorque, The New Press.
- BOUREAU, Alain (1998), “Adorações e devorações franciscanas. Interesses e utilizações dos opúsculos hagiográficos” in Roger Chartier, *As utilizações do objecto impresso*, Lisboa, Edições Difel.
- BREED, Warren (1999), “Controlo social na redacção – Uma análise funcional” in Nelson Traquina (org.), *Jornalismo: Questões, Teorias e “Estórias”*, Lisboa, Edições Vega.
- BRETON, Philippe e PROULX, Serge (1997), *A Explosão da Comunicação*, Lisboa, Editora Bizâncio.
- BROOKS, Brian, KENNEDY, George, MOEN, Daryl, RANLY, Don (2005), *News Reporting and Writing*, Boston, The Missouri Group, Bedford/st. Martin’s.
- BRUNER, Jerome (1966), “On Cognitive growth” in Jerome Bruner, Rose Oliver, Patricia Greenfield, *Studies in a Cognitive Growth*, Nova Iorque, John Wiley.
- BURNS, Axel (2005), *Gatewatching: Collaborative online news production*, Nova Iorque, Peter Lang.
- BURNS, Axel (2008), “The Active Audience: Transforming Journalism from Gatekeeping to Gatewatching” in Chris Paterson e David Domingo, *Making Online News - The Ethnography of New Media Production*, Nova Iorque, Peter Lang.
- CÁDIMA, Francisco Rui (2002), *História e crítica da comunicação*, Lisboa, Edições século XXI.
- CAMPBELL, Joseph (2001), *Yellow Journalism: Puncturing the Myths, Defining the Legacies*, Nova Iorque, Praeger publishers.
- CARDOSO, Gustavo (2003), *O que é a Internet*, Lisboa, Editora Quimera.
- CARDOSO, Gustavo, ESPANHA, Rita, ARAÚJO, Vera (2009), *Da Comunicação de Massa à Comunicação em Rede*, Porto, Porto Editora.

- CARUSO, Denise (1998), “The Law and the Internet” in *Columbia Journalism Review*, Maio/Junho.
- CASTANHEIRA, José Pedro (1984a), “Secretário de Estado dá empregos que se farta” in *O Jornal*, 11 de Maio de 1984.
- CASTANHEIRA, José Pedro (1984b), “Seis milhões de contos distribuídos sem controlo?” in *O Jornal*, 25 de Maio de 1984.
- CASTANHEIRA, José Pedro (1984c), “Nenhum desmentido – e mais algumas ‘achegas’...” in *O Jornal*, 1 de Junho de 1984.
- CASTANHEIRA, José Pedro (1984d), “Rui Amaral ‘ofereceu’ dois milhões de contos em seis meses” in *O Jornal*, 17 de Agosto de 1984.
- CASTANHEIRA, José Pedro (1984e), “Rui Amaral concede 12 mil contos a uma cooperativa... sem trabalhadores” in *O Jornal*, 4 de Outubro de 1984.
- CASTANHEIRA, José Pedro (1984f), “Mais de mil contos para o ‘staff’ de Rui Amaral” in *O Jornal*, 23 de Novembro de 1984.
- CASTANHEIRA, José Pedro (1984g), “‘Mais de mil contos para o ‘staff’ de Rui Amaral’” in *O Jornal*, 30 de Novembro de 1984.
- CASTANHEIRA, José Pedro (1984h), “Rui Amaral acaba com os subsídios” in *O Jornal*, 21 de Dezembro de 1984.
- CASTANHEIRA, José Pedro (1985a), “Parlamento aprova por unanimidade inquérito à Secretaria do Emprego” in *O Jornal*, 11 de Janeiro de 1985.
- CASTANHEIRA, José Pedro (1985b), “Um só homem em ‘part-time’ despachou mais de seis milhões de contos...” in *O Jornal*, 18 de Janeiro de 1985.
- CASTANHEIRA, José Pedro (1985c), “Inquiridor do ‘caso’ Rui Amaral recebe ameaças de represálias” in *O Jornal*, 8 de Março de 1985.
- CASTANHEIRA, José Pedro (1985d), “Um ‘desmentido’ indesmentível” in *O Jornal*, 15 e 29 de Março de 1985.
- CASTANHEIRA, José Pedro (1985e), “‘Caso’ Rui Amaral entregue à alta Autoridade Contra a Corrupção” in *O Jornal*, 12 de Junho de 1985.
- CASTANHEIRA, José Pedro (1985f), “Rui Amaral contra o direito de informação” in *O Jornal*, 13 de Junho de 1985.

- CASTANHEIRA, José Pedro (1985g), “José Pedro Castanheira leva Rui Amaral a tribunal” *in O Jornal*, 13 de Junho de 1985.
- CASTANHEIRA, José Pedro (1986), “Rui Amaral sonegou documentos à Comissão Parlamentar de Inquérito” *in O Jornal*, 3 de Outubro de 1986.
- CASTANHEIRA, José Pedro e LEMOS, José Alberto (1985a), “‘Analista’ dá 30 mil contos à empresa onde trabalha o pai” *in O Jornal*, 15 de Março de 1985.
- CASTANHEIRA, José Pedro e LEMOS, José Alberto (1985b), “Como é possível?” *in O Jornal*, 29 de Março de 1985.
- CASTANHEIRA, José Pedro (2004), *No Reino do Anonimato – Estudo sobre o jornalismo online*, Coimbra, MinervaCoimbra.
- CASTANHEIRA, José Pedro (2009), Entrevista realizada no dia 24 de Junho de 2009 a respeito do caso “*Rui Amaral*”.
- CASTELLS, Manuel (2004a), *A Galáxia da Internet: Reflexões sobre Internet, Negócios e Sociedade*, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian.
- CASTELLS, Manuel (2004b), “A Internet e a sociedade em rede” *in* José Manuel Paquete de Oliveira, Gustavo Cardoso e José Jorge Barreiros, *Comunicação, Cultura e Tecnologias de Informação*, Lisboa, Quimera.
- CASTILLO, César Aguilera (1996), “Comunicação e informação antes da impressão” *in* Alejandro Pizarroso Quintero, *História da Imprensa*, Lisboa, Planeta Editora.
- CHALABY, Jean L. (1998), *The Invention of Journalism*, Londres, Palgrave Macmillan.
- CHAPARRO, Manuel Carlos (2001), *Linguagem dos conflitos*, Coimbra, Edições MinervaCoimbra.
- CHYI, Hsiang Iris (2009), “Information surplus in the digital Age – Impact and Implications”, *in* Zizi Papacharissi (org.), *Journalism and Citizenship – New Agendas in Communication*, Nova Iorque, Routledge.
- CLARK, Jessica e SLYKE, Tracy van (2011), “How Journalists Must Operate in a New Networked Media Environment”, *in* Robert W. McChesney e Victot Pickard (org.), *Will the last reporter please turn out the lights – The collapse of journalism and what can be done to fix it*, Nova Iorque, The New Press.
- COHEN, Stanley e YOUNG, Jock (1973), *The Manufacture of News*, Londres, Constable.

- COLSON, Vinciane e HEINDERYCKX, François (2008), “Do Online Journalists Belong in the Newsroom? A Belgian Case of Convergence” in Chris Paterson e David Domingo, *Making Online News – The Ethnography of New Media Production*, Nova Iorque, Peter Lang.
- COOPS, Michael J. (2011), “What about the news? An interest in the public” in Robert W. McChesney e Victot Pickard (org.), *Will the last reporter please turn out the lights – The collapse of journalism and what can be done to fix it*, Nova Iorque, The New Press.
- CORNU, Daniel (1994), *Jornalismo e Verdade – Para uma ética da informação*, Lisboa, Instituto Piaget.
- COTTLE, Simon (2003), *Media Organization and Production*, Londres, Sage.
- COULDRY, Nick e CURRAN, James (2003), *Contesting Media Power – Alternative Media in a Networked World*, Oxford, Rowman & Littlefield Publishers.
- CRATO, Nuno (1989), *A Imprensa – Iniciação ao jornalismo e à comunicação social*, Lisboa, Editorial Presença.
- CUADRADO, Hernando (2007), *Los Acta Diurna y el Registo Periodístico*, Madrid, Dykinson/Universidad Rey Juan Carlos.
- CURRAN, James (1977), “Capitalism and Control of the Press, 1800-1975” in James Curran, Michael Gurevitch e Janet Wollacott, *Mass Communication and Society*, Edward Arnold/Open University Press, 195-230.
- CURRAN, James (1991), “Rethinking the Media as a Public Sphere” in Peter Dahlgren e Colin Sparks (org.), *Communication and Citizenship: Journalism and the Public Sphere in the New Media Age*, Londres, Routledge, 27-57.
- CURRAN, James (1996), “Rethinking mass communication” in James Curran, David Morley e Valerie Walkerdine, *Cultural Studies and communications*, Londres, Arnold.
- CURRAN, James, e SEATON, Jean (1997), *Power Without Responsibility – the press and broadcasting in Britain*, Londres e Nova Iorque, Routledge.
- CURRAN, James (2000a), “Rethinking Media and Democracy” in James Curran e Michael Gurevitch, *Mass Media and Society*, Londres, Arnold.
- CURRAN, James e GUREVITCH, Michael (2000b), *Mass Media and Society*, Londres, Arnold.

- DAHL, R.A. (1961), *Who Governs?*, New Haven, Yale University Press.
- DAHL, R.A. (1982), *Dilemmas of Pluralist Democracy: Autonomy versus Control*, New Haven, Yale University Press.
- DAHL, Hans Frederik (1994), "The Pursuit of Media History", in *Media, Culture & Society*, 16: 551-563.
- DANNER, Mark (2004), *Torture and Truth – America, Abu Ghraib, and the war on terror*, Nova Iorque, New York Review Books.
- DAVIES, Nick (2008), *Flat Earth News*, Londres, Chatto & Windus.
- DEUZE, Mark (1999), "Journalism and the web: an analysis of skills and standards in online environment" in *International Communication Gazette*, nº61, Sage.
- DEUZE, Mark (2002), "The Internet and its journalism" in *Online Journalism Review*, disponível em www.ojr.org.
- DEUZE, Mark (2003), "The web and its journalism: considering the consequences of different types of newsmedia online" in *New Media & Society* n.º 5, Londres, Sage.
- DEUZE, Mark (2005), *Towards Professional Participatory Storytelling: Mapping the Potential*, Cambridge, apresentação na conferência MIT4.
- DEUZE, Mark (2005a), "Participation, Remediation, Bricolage: Considering Principal Components of a Digital Culture" in *The Information Society* n.º 22.
- DEUZE, Mark (2006), "O jornalismo e os novos meios de comunicação social" in *Comunicação e Sociedade*, Volume 9-10.
- DEUZE, Mark (2007), *Media Work*, Cambridge, Polity Press.
- DEUZE, Mark (2009), "Media Industries, Work and Life" in *European Journal of Communication*, Londres, Sage.
- DEUZE, Mark (2009a), "Technology and the Individual Journalist: Agency Beyond Imitation and Change" in Barbie Zelizer (org.), *The Changing Faces of Journalism – Tabloidization, Technology and Truthiness*, Nova Iorque, Routledge.
- DOCTOR, Ken (2010), *Newsonomics – Twelve New Trends That Will Shape the News You Get*, Nova Iorque, St. Martin's Press.
- DOMINGO, David, SALAVERRÍA, Ramón, CABRERA, Maria Ángeles, AGUADO, Juan Miguel (2007), "Convergencia de médios: Dimensiones del debate sobre la disolución

de los limites de los modelos periodísticos establecidos” in *Tripodos*, extra 2007, volume 1.

- DOMINGO, David (2008), in Chris Paterson e David Domingo (org.), *Making Online News - The Ethnography of New Media Production*, Nova Iorque, Peter Lang.
- DONAIRE, Francisca Garrido (1996), “O Jornalismo na Grã-Bretanha e na Irlanda” in Alejandro Pizarroso Quintero, *História da Imprensa*, Lisboa, Planeta Editora.
- DOWNIE, Leonard Jr. (2004), “Iraq: New Abuse Details” in *The Washington Post*, 21 de Maio.
- DOWNIE, Leonard Jr. e SCHUDSON, Michael (2011), “The Reconstruction of American Journalism” in Robert W. McChesney e Victot Pickard (org.), *Will the last reporter please turn out the lights – The collapse of journalism and what can be done to fix it*, Nova Iorque, The New Press.
- DREYFUS, L. Hubert (2001), *On the Internet*, Nova Iorque, Routledge.
- EFRON, Edith (1971), *The News Twisters*, Los Angeles, Nash Publishing.
- ELLIOTT, Philip (1977), “Media organizations and occupations: an overview” in James Curran e Michael Gurevitch e Janet Woollacott, (org.) *Mass Communication and Society*, Londres, Arnold e Open University Press.
- ELLIOTT, Philip (1978), “Professional ideology and organisational change: the journalist since 1800” in George Boyce, James Curran e Pauline Wingate, (org.) *Newspaper history from the seventeenth century to the present day*, Londres, Sage.
- EMERY, Michael, EMERY, Edwin e ROBERTS, Nancy (2000), *The Press and America – An Interpretative History of The Mass Media*, Boston, Allyn and Bacon.
- EPSTEIN, Edward Jay (1973), *News from Nowhere – television and the news*, Chicago, Ivan Dee.
- ERICSON, Richard, BARANEK, Patrícia e CHAN, Janet, (1989), *Negotiating Control: a study of news sources*, Toronto, University Press.
- ESTEVES, João Pissarra (2009), *Comunicação e Sociedade – Os efeitos sociais dos meios de comunicação de massa*, 2.ª edição, Lisboa, Livros Horizonte.
- FAUSTINO, Paulo (2010), *Tendências e Prospectiva dos Media – Inovação, Gestão, Emprego e Mercado*, Lisboa, Edições Media XXI.

- FEJES, F. (1984), “Critical mass communications research and media effects: the case of the disappearing audience” in *Media, Culture and Society*, Número 6, 219 – 32.
- FENTON, Natalie (2010), *New Media, Old News – Journalism & Democracy in the Digital Age*, Londres, Sage.
- FENTON, Natalie e WITSCHGE, Tamara (2011), “‘Comment is free, facts are sacred’: journalistic ethics in a changing mediascape” in Graham Meikle e Guy Redden, *News Online – Transformations & Continuities*, Nova Iorque, Palgrave Macmillan.
- FIDLER, Roger (1997), *Mediamorphosis: Understanding New Media*, Nova Iorque, Longman Publishing.
- FISHMAN, Mark, (1980), *Manufacturing the news*, Londres, University of Texas Press.
- FONTCUBERTA, Mar (2002), *A Notícia – pistas para compreender o mundo*, Lisboa, Editorial Notícias.
- FOUST, James (2005), *Online journalism – principles and practices of news for the web*, Arizona – USA, Holcomb Hathaway.
- FULLER, Jack (1996), *News Values – Ideas for an Information Age*, Chicago, University of Chicago Press.
- GANDY, Óscar (1982), *Beyond agenda-setting: information subsidies and public policy*, Norwood, New Jersey, Ablex Publishing Company.
- GANS, Herbert J. (1979), *Deciding what’s news – a study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time*, Nova Iorque, Random House.
- GANS, Herbert J. (2003), *Democracy and the News*, Nova Iorque, Oxford University Press.
- GANS, Herbert J. (2009), “Can Popularization Help the News Media” in Barbie Zelizer (org.), *The Changing Faces of Journalism – Tabloidization, Technology and Truthiness*, Nova Iorque, Routledge.
- GARFINKEL, Harold (1967), *Studies in Ethnomethodology*, Englewood Cliffs, Nova Jersey, Prentice-Hall.
- GARRISON, Bruce (1995), *Computer-Assisted Reporting*, Mahwah, Lawrence Erlbaum Associates.

- GARRISON, Bruce (1997), “Online Newsgathering Trends, 1994-96”, comunicação apresentada à *Communication Technology and Policy Division, Association for Education in Journalism and Mass Communication*, Chicago, Agosto.
- GARRISON, Bruce (2000a), “World Wide Web use in Newsrooms, 1997-99”, comunicação apresentada à *Mass Communication and Society Division, Association for Education in Journalism and Mass Communication*, Phoenix, Agosto.
- GARRISON, Bruce (2000b), “Online Information use in Newsrooms: A Longitudinal Diffusion Study”, comunicação apresentada à *Newspaper Division, Association for Education in Journalism and Mass Communication*, Phoenix, Agosto.
- GILLMOR, Dan (2004), *We the media: Grassroots journalism by the people, for the people*, Cambridge, O’Reilly Publishers.
- GITLIN, Todd (1980), *The whole world is watching: mass media in the making & unmaking of the new left*, Londres, University of Califórnia Press.
- GLASGOW MEDIA GROUP (1998), *The Circuit of Mass Communication*, Londres, Sage.
- GLASSER, Theodore (1999), *The Idea of Public Journalism*, Nova Iorque, The Guilford Press.
- GUNTER, Barrie (2003), *News and the Net*, Londres, Lawrence Erlbaum.
- GODINHO, Jacinto (2009), *As Origens da Reportagem – Imprensa*, Lisboa, Livros Horizonte.
- GOFFMAN, Erving (1991), *Les cadres de L`experience*, Paris, Edições de Minuit.
- GOFFMAN, Erving (1993), *A apresentação do eu na vida de todos os dias*, Lisboa, Relógio d`Água.
- GOLDENBERG, Edie (1975), *Making the papers – the access of resource-poor groups to the metropolitan papers*, Londres, Lexington Books.
- GOMES, Rui Miguel (2009), *A importância da Internet para jornalistas e fontes*, Lisboa, Livros Horizonte.
- GORMLEY, W.T. (1975), “Newspaper agendas and political elites”, *Journalism Quarterly*, 52, 304 -8.

- GUNARATNE A., Shelton, e BYUNG, Lee (1996), “Integration of Internet resources into curriculum and instruction”, *Journalism Mass Communication Educator*, 51/2 in <http://www.moorhead.msus.edu/~gunarat/Internet.html>.
- HAAS, Tanni (2005), “From ‘public journalism’ to ‘public’s journalism’? Rhetoric and reality in the discourse on weblogs” in *Journalism Studies*, nº6, Routledge.
- HABERMAS, Jurgen (1978), *L’espace public*, Paris, Edições Payot.
- HABERMAS, Jurgen (1981), *Historia y critica de la opinión publica*, Barcelona, Gustavo Gili.
- HABERMAS, Jurgen (1991), *Habermas and public sphere*, Minneapolis: University of Minnesota Press.
- HALL, Stuart, CHRITCHER, Chas, JEFFERSON, Tony, CLARKE, John, ROBERTS, Brian (1978), *Policing the crisis – mugging, the State, and Law and Order*, Nova Iorque, Holmes & Meier Publishers.
- HALL, Stuart, CHRITCHER, Chas, JEFFERSON, Tony, CLARKE, John ROBERTS, Brian (1999), “A produção social das notícias: o mugging nos media” in Nelson Traquina (org.), *Jornalismo: Questões, Teorias e “Estórias”*, Lisboa, Edições Vega.
- HALLIN, Daniel (1989), *The “uncensored war” – the media and Vietnam*, Los Angeles, University of California Press.
- HALLIN, Daniel (1994), *We keep América on top of the world*, Londres, Routledge.
- HALLORAN, James, ELLIOTT, Philip, MURDOCK, Graham (1970), *Demonstrations and communication: a case study*, Londres, Penguin Books.
- HARGREAVES, Ian (2003), *Journalism: Truth or Dare?*, Oxford, Oxford University Press.
- HERMAN, Edward e CHOMSKY, Noam (1988), *Manufacturing consent: The political economy of the mass media*, Nova Iorque, Pantheon Books.
- HERSH, Seymour Myron (2004), *Chain of Command – The Road from 9/11 to Abu Ghraib*, Nova Iorque, HarperCollins.
- HERSH, Seymour Myron (2004a), “Torture at Abu Ghraib – American soldiers brutalized Iraqis. How far up does responsibility go?” in *The New Yorker*, 10 de Maio.
- HERSH, Seymour Myron (2004b), “Chain of Command – How the Department of Defense mishandled the disaster at Abu Ghraib” in *The New Yorker*, 17 de Maio.

- HESS, Stephen (1984), *The government/press connection – press officers and their offices*, Washington, The Bookings Institution.
- HEWITT, Hug (2005), *Blog - Understanding the Information, Reformation That's Changing Your World*, Nashville, Tennessee, Thomas Nelson Publishers.
- HOLTZ, Shel (2008), "Ten changes that could save print newspapers" in *A Shel of my Fomer Self*, http://blog.holtz.com/index.php/ten_changes_that_could_save_print_newspapers/.
- HYMES, Dell H (1980), *Language in education*, Washington, Center for applied Linguistics.
- JENKINS, Henry (2001), "Convergence? I Diverge." in *Technology Review*, Massachusetts, MIT.
- JONES, Alex (2009), *Losing the News – The Future of the News That Feeds Democracy*, Nova Iorque, Oxford University Press.
- JONES, Jeffrey (2009), "Believable Fictions: Redactional Culture and the Will to Truthiness" in Barbie Zelizer (org.), *The Changing Faces of Journalism – Tabloidization, Technology and Truthiness*, Nova Iorque, Routledge.
- KANT, Immanuel (2001), *Crítica da razão pura*, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian.
- KAYE, Jeff e QUINN, Stephen (2010), *Funding Journalism in The Digital Age – Business Models, Strategies, Issues and Trends*, Nova Iorque, Peter Lang.
- KERCKHOVE, Derrick (1997), *A pele da cultura – uma investigação sobre a nova realidade electrónica*, Lisboa, Relógio D' Água editores.
- KING, Elliot (2010), *Free for All – The Internet's Transformations of Journalism*, Evanston – Illinois, Northwestern University Press.
- KITZINGER, Jenny e REILLY, Jacquie (2002), *Ascensão e queda de notícias de risco*, Coimbra, Edições Minerva.
- KNIGHTLEY, Phillip (2004), *The first casualty – The war correspondent as hero and myth-makers from Crimea to Iraq*, Maryland – Estados Unidos da América, John Hopkins, University Press.
- KOCH, Tom (1996), *The message is the medium: Online all the time for everyone*, Westport, CT: Praeger.

- KOLODZY, Janet (2006), *Convergence Journalism: Writing and Reporting Across the News Media*, Oxford, Rowman & Littlefield Publishers.
- KOVACH, Bill e ROSENTIEL, Tom (2001), *The Elements of Journalism – What Newspeople Should Know and the Public Should Expect*, Nova Iorque, Three Rivers Press.
- KRISTOL, Irving (1975), “Business and the ‘New Class’” in *Wall Street Journal*, 19 de Maio.
- LANGER, Susanne (1960), *Philosophy in a new key*, Cambridge, Harvard University Press.
- LAPHAM, Christine (1995), “The Evolution of the Newspaper of the Future”, *Computer-Mediated Communication Magazine*, Junho in <http://www.december.com/cmcmag/1995/jul/lapham.html>.
- LASICA, Joseph Daniel (2003), “Blogs and Journalism Need Each Other” in *Nieman Reports*, nº57, The Nieman Foundation for Journalism at Harvard University.
- LASSWELL, Harold (1968), *Propaganda - Technique in the World War*, Nova Iorque, Knopf.
- LAZERSFELD, Paul; BERELSON, Bernard e GAUDET, Hazel (1944), *The people’s choice: how the voter makes up his mind in a presidential campaign*, Nova Iorque, Duell, Sloan e Peace.
- LAZARSFELD, Pau e KATZ, Elihu (1955), *Personal influence: the part played by people in the flow of mass communication*, Nova Iorque, Free Press.
- LAZARSFELD, Paul e MERTON, Robert (1978), “Comunicação de massa, gosto popular e acção social organizada” in Gabriel Cohn, (org.) *Comunicação e Indústria Cultural*, São Paulo, Companhia Editora Nacional.
- LEE-WRIGHT, Peter (2010), “Culture Shock: New Media and Organizational Change in the BBC” in Natalie Fenton (org.), *New Media, Old News – Journalism & Democracy in the Digital Age*, Londres, Sage.
- LEWIN, Kurt (1947), “Channels of Group Life” in *Human Relations*, Volume 1, Número 2.
- LICHTER, Robert, STANLEY, Rotham e LICHTER, Linda (1986), *The Media Elite: America’s New Powerbrokers*, Bethesda, Adler & Adler.

- LIPPMANN, Walter (1922), *Public Opinion*, Nova Iorque, Free Press.
- LUGO-OCANDO, Jairo e CAÑIZÁLEZ, Andrés (2011), “When magical realism confronted virtual reality: online news and journalism in Latin América” in Graham Meikle e Guy Redden (org.), *News Online – Transformations & Continuities*, Nova Iorque, Palgrave Macmillan.
- MACNAMARA, Jim (2010), *The 21st Century Media (R) Evolution – Emergente Communication Practices*, Nova Iorque, Peter Lang.
- MAFFESOLI, Michel (1988), *Le temps des tribus: le declin de l’individualisme dans les societies de masse*, Librairie des Meridiens, Paris, Klincksieck & Cie.
- MANNING, Paul (1999), “Categories of knowledge and information flows: reasons for the decline of the British Labour and Industrial Correspondents Group” in *Media, Culture & Society*, vol. 21: 313-336.
- MANNING, Paul (2001), *News and News Sources – a critical introduction*, Londres, Thousand Oaks e Nova Deli: Sage.
- MARCOS, José Álvarez (2003), “El periodismo ante la tecnologia hipertextual” in Javier Díaz Noci e Ramón Salaverría Aliaga (2003), *Manual de redacción ciberperiodística*, Barcelona, Ariel comunicación.
- MARKOFF, John (2006), “Entrepreneurs See a Web Guided by Common Sense” in http://www.nytimes.com/2006/11/12/business/12web.html?_r=1.
- MARTINS, Filomena (2011), Entrevista realizada no dia 21 de Julho de 2011, Lisboa.
- MARX, Karl e ENGELS, F. (1970), *The German Ideology*, Londres, Lawrence e Wishart.
- MATHESON, Donald (2009), “What the Blogger Knows” in Zizi Papacharissi (org.), *Journalism and Citizenship – New Agendas in Communication*, Nova Iorque, Routledge.
- McADAMS, Mindy (2005), *Flash Journalism – How to create multimedia news packages*, Oxford, Focal Press.
- McCHESNEY, Robert (1997), *Corporate media and the threat to democracy*, Nova Iorque, Seven Stories Press.
- McCHESNEY, Robert (2003), “Corporate Media, Global Capitalism” in Simon Cottle, *Media Organization and Production*, Londres, Sage.

- McCHESNEY, Robert e NICHOLS, John (2010), *The Death and Life of American Journalism – The Media Revolution That Will Begin the World Again*, Filadélfia, Nation Books.
- McCHESNEY, Robert e PICKARD, Victor (2011), *Will the last reporter please turn out the lights – The collapse of journalism and what can be done to fix it*, Nova Iorque, The New Press.
- McCOMBS, Maxwell e SHAW, Donald (1972), “The Agenda-setting Function of the mass media” in *Public Opinion Quarterly*, 36, 176 -87.
- McCOMBS, Maxwell e SHAW, Donald (2000), “A função do agendamento dos media” in Nelson Traquina, *O poder do jornalismo – análise e textos da teoria do agendamento*, Coimbra, Editora Minerva.
- McLUHAN, Marshall (2001), *Understanding media: the extensions of man*, Londres, Routledge.
- McNAIR, Brian (1998), *The sociology of journalism*, Londres, Arnold.
- McNAIR, Brian (2006), *Cultural chaos: journalism, news and power in a globalised world*, Londres, Routledge.
- McNAIR, Brian (2011), “Managing the online news revolution: the UK experience” in Graham Meikle e Guy Redden (org.), *News Online – Transformations & Continuities*, Nova Iorque, Palgrave Macmillan.
- MEIKLE, Graham e REDDEN, Guy (2011), *News Online – Transformations & Continuities*, Nova Iorque, Palgrave Macmillan.
- MERAZ, Sharon (2009), “The Many Faced ‘You’ of Social Media” in Zizi Papacharissi (org.), *Journalism and Citizenship – New Agendas in Communication*, Nova Iorque, Routledge.
- MEYER, Philip (2009), *The Vanishing Newspaper – Saving Journalims in the Informationa Age*, Columbia, University Missouri Press.
- MILLISON, Doug (1997), “Online Journalism FAQ”, *The Online Journalist*, <http://www.online-journalist.com/faq.html>.
- MOLOTCH, Harvey e LESTER, Marilyn (1999), “As notícias como procedimento intencional: acerca do uso estratégico de acontecimentos de rotina, acidentes e

- escândalos” in Nelson Traquina (org.), *Jornalismo: Questões, Teorias e “Estórias”*, Lisboa, Edições Vega.
- MURDOCK, Graham (1990), “Redrawing the map of the communications industries: concentration and ownership in the era of privatization” in Marjorie Ferguson (org.), *Public communication – the new imperatives*, Londres, Newbury Park e Nova Deli: Sage.
 - MURDOCK, Graham e GOLDING, Peter (2000), “Culture, Communications and Political Economy” in James Curran e Michael Gurevitch (org.), *Mass Media and Society*, Londres, Arnold.
 - NEVEU, Érik (2005), *A sociologia do jornalismo*, Porto, Porto Editora.
 - NOCI, Javier Díaz e ALIAGA, Ramón Salaverría (2003), *Manual de redacción ciberperiodística*, Barcelona, Ariel comunicación.
 - O’BOYLE, Leonor (1968), “The image of the Journalists in France. Germany, and England, 1815-1848” in *Comparative Studies in Society and History*, volume 10, número 3.
 - O’REILLY, Tim (2005), “What is Web 2.0 – Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software” in <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>.
 - OPPENHEIM, A.N. (1973), *Questionnaire Design and Attitude Measurement*, Londres, Heinemann Books on Sociology.
 - PAPACHARISSI, Zizi (2009) (org.), *Journalism and Citizenship – New Agendas in Communication*, Nova Iorque, Routledge.
 - PASQUALI, Luiz (1996), *Teoria e Métodos de Medida em Ciências do Comportamento*, Brasília, MEC/SEDIA/INEP/LABPAM.
 - PATERSON, Chris e DOMINGO, David (2008), *Making Online News - The Ethnography of New Media Production*, Nova Iorque, Peter Lang.
 - PATTERSON, Thomas E. (1997), “Serão os media noticiosos actores políticos eficazes”, in *Comunicação e Linguagens* n.º 27, *Jornalismo 2000*, Lisboa, Relógio D’Água Editores.
 - PAVLIK, John V. (1996), *New media technologies and the information Highway*, Nova Iorque, Allyn & Bacon.

- PAVLIK, John V. (2001), *Journalism and new media*, Nova Iorque, Columbia University Press.
- PHILIPS, Angela (2010), "Old Sources: News Bottles" in Natalie Fenton (org.) *New Media, Old News – Journalism & Democracy in the Digital Age*, Londres, Sage.
- PINTO, Manuel (2000), "Fontes jornalísticas: contributos para o mapeamento do campo" in *Comunicação e Sociedade 2 – Espaço Lusófono I*, pag. 277-294, Braga, Campo das Letras.
- POSTER, Mark (1990), *The mode of information: Poststructuralism and social context*, Cambridge, Polity Press.
- QUÉAU, Philippe (1996), "Internet, média du futur" in *Internet: l'extase et l'effroi*, Manière de voir hors-série, Le Monde Diplomatique, Outubro, pp.20-21.
- QUEIROGA, António (2008), *Uma análise comparativa luso-brasileira do futuro do jornalismo: Transformações na rotina jornalística com a introdução do computador e a chegada da Internet às redacções*, Lisboa, Tese de Doutoramento em Ciências da Comunicação submetida na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa.
- QUINN, Stephen e LAMBLE, Stephen (2008), *Online Newsgathering – Research and Reporting for Journalism*, Londres, Elsevier.
- QUINTERO, Alejandro Pizarroso (1996) org., *História da Imprensa*, Lisboa, Planeta Editora.
- RAJIVA, Lila (2005), *The Language of Empire – Abu Ghraib and the American media*, Nova Iorque, Monthly Review Press.
- RANDALL, David (2000), *The universal journalist*, London – USA, Pluto press.
- REBOLLO, María Antonia Paz (1996), "Jornalismo em França" in Alejandro Pizarroso Quintero, *História da Imprensa*, Lisboa, Planeta Editora.
- REDDICK, Randy e ELLIOT, King (1995), *The online journalist: Using the Internet and Other Electronic Resources*, Fort Worth, TX:Harcourt Brace.
- REIS, Bárbara (2010), Entrevista realizada no dia 11 de Novembro de 2010, Lisboa.
- RIBEIRO, Octávio (2010), Entrevista realizada no dia 21 de Setembro de 2010, Lisboa.

- RICCHIARDI, Sherry e CIRILLO, Melissa (2004), “Abu Ghraib Time Line” in *American Journalism Review*, Junho/Julho de 2004.
- RICCHIARDI, Sherry (2004), “Missed Signals – Why did it take so long for the news media to break the story of prisoner abuse ins Abu Ghraib?” in *American Journalism Review*, Agosto/Setembro de 2004.
- RIFKIN, Jeremy (2000), *The Age of ACESS – The New Culture of Hypercapitalism Where All of Life is a Paid-for Experience*, Nova Iorque, Penguin Putman.
- RODGERS, Jayne (2003), *Spatializing international politics: Analysing activism on the internet*, Nova Iorque e Londres, Routledge.
- ROGERS, Everett, DEARING, James e BREGMAN, Dorine (1993), “The Anatomy of Agenda-Setting Research” in *Journal of Communication*, Vol.43, Nº2.
- ROSENBERG, Howard e FELDMAN, Charles S. (2008), *No Time to Think – The Menace of Speed and 24-hour News Cycle*, Nova Iorque, Continuum.
- ROSS, Steven e MIDDLEBERG, Don (1997), “The media in cyberspace III”, Mediasource in <http://www.mediasource.com/study/cont.htm>.
- SALAVERRÍA, Ramón (2005), *Redacción Periodística en Internet*, Navarra, Ediciones Universidad de Navarra.
- SANTOS, Rogério (1997), *A negociação entre jornalistas e fontes*, Coimbra, Minerva.
- SANTOS, Rogério (1998), *Os novos media e o espaço público*, Lisboa, Gradiva.
- SANTOS, Rogério (2003a), *Jornalistas e fontes de informação*, Coimbra, Minerva.
- SANTOS, Rogério (2003b), *Jornalistas e fontes de informação: as notícias do VIH-Sida com estudo de caso*, Tese de Doutoramento apresentada na FCSH, Lisboa.
- SANTOS, Rogério (2006), *A Fonte Não Quis Revelar – Um estudo sobre a produção das notícias*, Porto, Campo dos Media.
- SCHILLER, Dan (1979), “An historical approach to objectivity and professionalism in American news reporting” in *Journal of Communication*, volume 29, número 4.
- SCHLESINGER, Philip (1978), *Putting ‘Reality’ Together*, Londres e Nova Iorque, Methuen.

- SCHLESINGER, Philip (1990), "Rethinking the sociology of journalism: Source strategies and the limits of media centrism" in Majorie Ferguson (org.), *Public communication: The new imperatives*, Londres, Sage.
- SCHLESINGER, Philip e TUMBER, Howard (1994), *Reporting Crime*, Oxford, Claredon Press.
- SCHMANDT-BESSERAT, Denise (1990), "Symbols in the prehistoric Middle East: Developmental features preceding written communication" in Richard Leo Enos (org.), *Oral and written communication – Historical approaches*, Londres, Sage.
- SCHUDSON, Michael (1978), *Discovering the news – A social history of american newspapers*, Estados Unidos, BasicBooks.
- SCHUDSON, Michael (1992a), "Watergate – A Study in Mythology", *Columbia Journalism Review*, Maio/Junho, número 3.
- SCHUDSON, Michael (1992b), *Watergate in American Memory – How we remember, forget, and reconstruct the past*, Nova Iorque, Basic Books.
- SCHUDSON, Michael (2000), "The sociology of news production revisited" in James Curran e Michael Gurevitch (org.), *Mass media and society*, Londres, Arnold.
- SCHUDSON, Michael (2002), "News, Public, Nation" in *The American Historical Review*, Volume 107, número 2, 481-495.
- SCHUDSON, Michael (2003), *The sociology of news*, Nova Iorque e Londres, W.W. Norton & Company.
- SCHUDSON, Michael (2009), "Factual Knowledge in the Age of Truthiness" in Barbie Zelizer (org.), *The Changing Faces of Journalism – Tabloidization, Technology and Truthiness*, Nova Iorque, Routledge.
- SCHUMPETER, Joseph (1976), *Capitalism, socialism and democracy*, Londres, Allen e Unwin.
- SHAW, David (1997), "The media.com – Revolution in Cyberspace" in *Los Angeles Times*, Special Reports, 15-19 de Junho.
- SIGAL, Leon (1973), *Reporters and officials*, Toronto, Health Company.
- SIGAL, Leon (1986), "Who? Sources make the news" in R. Manoff e M. Schudson, *Reading the news*, Nova Iorque, Pantheon Books.

- SILVIA, Tony (2001), *Global News: Perspectives on the Information Age*, Iowa, Iowa State University Press.
- SMITH, Anthony (1980), *Goodbye Gutenberg: The newspaper revolution of the 1980's*, Nova Iorque, Oxford University Press.
- SOUSA, Jorge Pedro e AROSO, Inês (2003), *Técnicas jornalísticas nos meios electrónicos: princípios de radiojornalismo, telejornalismo e jornalismo online*, Porto, Edições Universidade Fernando Pessoa.
- SOUSA, Jorge Pedro (2006), *Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media*, 2ª edição revista e ampliada. Porto, Edições Universidade Fernando Pessoa.
- SOUSA, Jorge Pedro (2008), “Uma história breve do jornalismo no ocidente” in *Jornalismo, história, teoria e metodologia – perspectivas luso brasileiras*, Porto, Universidade Fernando Pessoa.
- STARR, Paul (2011), “Goodbye to the Age of Newspapers (Hello to a New era of Corruption): Why American Politics and Society Are About to Be Changed for the Worse” in Robert W. McChesney e Victot Pickard (org.), *Will the last reporter please turn out the lights – The collapse of journalism and what can be done to fix it*, Nova Iorque, The New Press.
- STEPHENS, Mitchell (2007), *A History of News*, Oxford, Oxford University Press.
- STOVALL, James Glen (2004), *Web journalism – practice and promise of a new medium*, Boston – USA, Pearson Education.
- STRASSER, Steven (2004), *The Abu Ghraib Investigations – The Official Reports of the Independent Panel and Pentagon on the Shocking Prisoner Abuse in Iraq*, Nova Iorque, Public Affairs.
- TERCEIRO, José e MATÍAS, Gustavo (2001), *Digitalismo – El nuevo horizonte sociocultural*, Madrid, Taurus.
- TORRES, Elvira García e AMÉRIGO, María José Pou (2003) “Características de La Comunicación Digital” in Javier Díaz Noci e Ramón Salaverría Aliaga (org), *Manual de Redacción Ciberperiodística*, Barcelona, Ariel Comunicación.
- TOSCA, Susana Pajares (2004), *Literatura digital: el paradigma hipertextual*, Cáceres, Universidade de Extremadura.

- TRAQUINA, Nelson (1999), *Jornalismo: Questões, Teorias e “Estórias”*, Lisboa, Edições Vega.
- TRAQUINA, Nelson (2000) (org.), *O poder do jornalismo: análise e textos da teoria do agendamento*, Coimbra, Minerva.
- TRAQUINA, Nelson (2002), *O que é o Jornalismo*, Lisboa, Quimera.
- TRAQUINA, Nelson (2004), *A Tribo Jornalística – uma comunidade transnacional*, Lisboa, Editorial Notícias.
- TRAQUINA, Nelson (2008), “Recensão da obra Brian McNair, *Cultural Caos: Journalism News and Power in a Globalized World*” in *Media e Jornalismo: Um Século de Ensino do Jornalismo*, número 13, Lisboa, Mariposa Azul.
- TREMAYNE, Mark (2004), “The Web of context: Applying network theory to the use of hyperlinks in journalism on the Web” in *Journalism & Mass Communication Quarterly*, nº81.
- TRUMAN, David (1951), *The governmental process*, Nova Iorque, Alfred Knopf.
- TSUI, Lokman (2009), “Rethinking Journalism Through Technology” in Barbie Zelizer (org.), *The Changing Faces of Journalism – Tabloidization, Technology and Truthiness*, Nova Iorque, Routledge.
- TUCHMAN, Gaye (1978), *Making News: A Study in the Construction of Reality*, Nova Iorque, The Free Press.
- TUCHMAN, Gaye (1991), “Qualitative methods in study of news” in Klaus Jensen e Nicholas Jankowski (eds.), *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research*, Londres, Routledge.
- TUCHMAN, Gaye (1999), “A objectividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objectividade dos jornalistas” in Nelson Traquina (org.), *Jornalismo: Questões, Teorias e “Estórias”*, Lisboa, Edições Vega.
- TUCHMAN, Gaye (1999a), “Contando ‘Estórias’” in Nelson Traquina (org.), *Jornalismo: Questões, Teorias e “Estórias”*, Lisboa, Edições Vega.
- TUCHMAN, Gaye (2009), “As notícias como uma realidade construída” in João Pissarra Esteves (org.), *Comunicação e Sociedade – Os efeitos sociais dos meios de comunicação de massa*, 2.ª edição, Lisboa, Livros Horizonte.

- TUNSTALL, Jeremy (1971), *Journalists at work. Specialist Correspondents: their organizations, news sources and competitor-collagues*, Londres, Constable.
- URSELL, Gillian (2001), “Dumbing down or shaping up? News technologies, new media, new journalism” in *Journalism*, número 2, 175-196.
- USHER, Nikki (2011), “Professional journalists, hands off! Citizen journalism as civic responsibility” in Robert W. McChesney e Victot Pickard (org.), *Will the last reporter please turn out the lights – The collapse of journalism and what can be done to fix it*, Nova Iorque, The New Press.
- VALCARCE, David Parra e MARCOS, José Álvarez (2004), *Ciberperiodismo: Periodismo Especializado*, Madrid, Síntesis.
- VIRILIO, Paul (2000), *Cibermundo: A Política do Pior*, Lisboa, Editorial Teorem.
- WALL, Melissa (2005), “Blogs of war: Weblogs as news” in *Journalism* nº6 (2), Sage Publications.
- WHITE, David Manning (1999), “O gatekeeper: uma análise de caso na seleção de notícias” in Nelson Traquina (org.), *Jornalismo: Questões, Teorias e “Estórias”*, Lisboa, Edições Vega.
- WILLIAMS, Raymond (1981), “Communications technologies and social institutions” in *Contact: Human communication and its history*, Nova Iorque, Thames & Hudson.
- WILLIAMS, Raymond (1983), *Keywords*, Nova Iorque, Oxford University Press.
- WINSTON, Brian (1996), *Misunderstanding media*, Cambridge, Harvard University Press.
- WINSTON, Brian (1998), *Media, technology and society. A history: from the telegraph to the Internet*, Londres, Routledge.
- WIRTH, Louis (1948), “Consensus and mass communication” in *American Sociological Review*, número 13, 1-15.
- WOODWARD, Bob (2006), *O Homem Secreto – A história do Garganta Funda do caso Watergate*, Lisboa, Editora Quidnovi.
- WOLTON, Dominique (1999), *E depois da Internet?*, Lisboa, Difel.
- WOLTON, Dominique (2006), *É preciso salvar a comunicação*, Casal de Cambra, Caleidoscópio.

- YAROS, Ronald (2009), “Producing Citizen Journalism or Producing Journalism for Citizens – A New Multimedia Model to Enhance Understanding of Complex News” in Zizi Papacharissi (org.), *Journalism and Citizenship – New Agendas in Communication*, Nova Iorque, Routledge.
- ZELIZER, Barbie (2000), “Os jornalistas enquanto *comunidade interpretativa*”, in *Comunicação e Linguagens* n.º 27, Jornalismo 2000, Lisboa, Relógio D’Água Editores.
- ZELIZER, Barbie (2004), *Taking journalism seriously: News and academy*, Londres, Sage Publications.
- ZELIZER, Barbie (2009), *The Changing Faces of Journalism – Tabloidization, Technology and Truthiness*, Nova Iorque, Routledge.
- ZÚÑIGA, Homero Gil (2009), “Blogs, Journalism, and Political Participation” in Zizi Papacharissi (org.), *Journalism and Citizenship – New Agendas in Communication*, Nova Iorque, Routledge.

ANEXO

Dados da análise qualitativa

Variáveis da análise qualitativa

Nota: sem arredondamentos na última casa decimal

1. Mês e dia

1.1 Itens noticiosos (em números absolutos)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011								Abril de 2011							
Dia do mês	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
	1132	1103	696	714	727	702	1899	1120	1134	1118	694	753	686	704	1945	1150	1121	1162	871	765	735	747	1900	1182	1152	1101	808	710	722	784	1911	1189

2. Meio de comunicação

2.1 Itens noticiosos por meio de comunicação (em números absolutos)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011								Abril de 2011							
Dia do mês	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
Correio da Manhã	520	506	330	322	329	329	793	511	553	475	294	331	325	342	769	513	532	501	358	316	314	338	771	519	519	497	331	319	325	352	770	535
Diário de Notícias	391	395	232	232	217	216	800	381	356	421	253	260	204	219	854	409	358	389	304	287	244	243	801	427	401	402	298	230	222	275	832	395
Público	221	202	134	160	181	157	306	228	225	222	147	162	157	143	322	228	231	272	209	162	177	166	328	236	232	202	179	161	175	157	309	259

2.2. Meio de Comunicação (em percentagem)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011								Abril de 2011							
	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
Correio da Manhã	45,93	45,87	47,41	45,09	45,25	46,86	41,75	45,62	48,76	42,48	42,36	43,95	47,37	48,57	39,53	44,61	47,45	43,11	41,1	41,31	42,77	45,24	40,58	43,91	45,05	45,14	40,96	44,92	45,02	44,89	40,29	44,99
Diário de Notícias	34,54	35,81	33,33	32,49	29,84	30,76	42,12	34,01	31,39	37,65	36,45	34,52	29,73	31,11	43,91	35,56	31,93	33,47	34,91	37,51	33,19	32,53	42,15	36,12	34,81	36,51	36,88	32,39	30,74	35,07	43,53	33,22
Público	19,52	18,31	19,25	22,41	24,89	22,36	16,11	20,35	19,84	19,85	21,18	21,51	22,88	20,31	16,55	19,82	20,61	23,41	23,99	21,17	24,08	22,22	17,26	19,96	20,13	18,34	22,15	22,67	24,23	20,03	16,17	21,78

3. Género jornalístico

3.1. Género jornalístico Correio da Manhã (em números absolutos)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011								Abril de 2011							
	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
Notícia	288	304	224	232	231	241	276	306	290	282	180	232	224	251	277	274	293	281	189	197	206	218	282	289	274	296	205	214	215	243	249	292
Reportagem	5	8	1	-	1	-	1	1	1	4	-	-	1	-	-	1	-	3	-	-	-	-	1	-	-	6	-	-	-	-	1	-
Entrevista	9	14	4	4	4	4	6	8	9	12	6	4	4	6	9	11	10	13	4	4	5	5	8	10	10	8	6	4	4	7	7	10
Editorial e Opinião	24	24	15	7	8	9	16	23	35	27	17	14	13	11	17	31	27	36	21	22	11	17	18	27	29	25	19	15	12	14	27	35
Agenda	16	12	8	8	8	8	329	18	18	18	7	9	11	13	331	21	20	13	6	10	10	11	335	18	19	15	9	9	9	9	329	20
Publicidade	45	46	29	27	30	23	46	49	48	43	30	30	30	25	39	46	44	47	25	24	29	26	36	45	50	43	27	25	25	23	41	45
Serviços	5	5	5	6	6	4	4	3	3	2	3	3	5	4	5	4	5	5	6	7	7	5	7	5	7	6	7	7	6	6	7	7
Outro	128	93	44	38	41	40	115	103	149	87	51	39	37	32	91	125	133	103	107	52	46	56	84	125	130	98	58	45	54	50	109	126

3.2 Género jornalístico Correio da Manhã (em percentagem)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011								Abril de 2011							
	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
Notícia	55,38	60,07	67,87	72,04	70,21	73,26	34,81	59,88	52,44	59,36	61,22	70,09	68,92	73,39	36,02	53,41	55,07	56,08	52,79	62,34	65,61	64,69	36,57	55,68	52,79	59,55	61,93	67,08	66,15	69,03	32,33	54,57
Reportagem	0,96	1,58	0,31	-	0,31	-	0,12	0,19	0,18	0,84	-	-	0,31	-	-	0,19	-	0,59	-	-	-	-	0,12	-	-	1,21	-	-	-	-	0,12	-
Entrevista	1,73	2,77	1,21	1,24	1,21	1,21	0,75	1,56	1,62	2,52	2,04	1,21	1,23	1,75	1,17	2,14	1,87	2,59	1,11	1,26	1,59	1,47	1,03	1,92	1,92	1,61	1,81	1,25	1,23	1,98	0,91	1,86
Editorial e Opinião	4,61	4,74	4,54	2,17	2,43	2,73	2,01	4,51	6,32	5,68	5,78	4,22	4	3,21	2,21	6,04	5,07	7,18	5,86	6,96	3,51	5,02	2,33	5,21	5,58	5,03	5,74	4,71	3,69	3,97	3,51	6,54
Agenda	3,07	2,37	2,42	2,48	2,43	2,43	41,48	3,52	3,25	3,78	2,38	2,71	3,38	3,81	43,04	4,09	3,75	2,59	1,67	3,16	3,18	3,25	43,45	3,46	3,66	3,01	2,71	2,82	2,76	2,55	42,72	3,73
Publicidade	8,65	9,09	8,78	8,38	9,11	6,99	5,81	9,58	8,67	9,05	10,21	9,06	9,23	7,31	5,07	8,96	8,27	9,38	6,98	7,59	9,23	7,69	4,66	8,67	9,63	8,65	8,15	7,83	7,69	6,53	5,32	8,41
Serviços	0,96	0,98	1,51	1,86	1,82	1,21	0,51	0,58	0,54	0,42	1,02	0,91	1,53	1,16	0,65	0,77	0,93	0,99	1,67	2,21	2,22	1,47	0,91	0,96	1,34	1,21	2,11	2,19	1,84	1,71	0,91	1,31
Outro	24,61	18,38	13,33	11,81	12,46	12,15	14,51	20,15	26,94	18,31	17,34	11,78	11,38	9,35	11,83	24,36	25	20,55	29,88	16,45	14,64	16,56	10,89	24,08	25,04	19,71	17,52	27,95	16,61	14,21	14,15	23,55

3.3 Género jornalístico Diário de Notícias (em números absolutos)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011								Abril de 2011							
	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
Notícia	207	165	146	153	138	137	234	213	176	168	153	169	123	156	240	217	211	156	181	142	159	155	212	245	212	167	148	136	128	161	212	212
Reportagem	15	6	2	2	-	4	6	16	14	10	1	2	1	-	2	11	11	4	1	2	-	1	3	11	13	4	-	1	1	1	1	14
Entrevista	5	11	3	4	2	2	3	5	5	6	3	2	4	4	8	4	4	7	3	2	3	4	5	6	5	10	8	4	2	6	6	4
Editorial e Opinião	34	14	14	8	9	11	22	23	27	18	16	17	11	7	23	34	27	26	17	16	9	16	26	26	30	27	25	19	8	13	32	28
Agenda	3	11	3	3	3	3	432	3	4	18	6	6	4	5	431	5	4	11	4	7	5	4	429	4	4	11	4	4	4	5	403	5
Publicidade	48	58	33	29	34	31	53	49	39	61	30	25	29	23	57	46	38	47	27	27	29	27	53	46	48	65	32	28	34	24	57	49
Serviços	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	5	3
Outro	76	127	28	31	28	25	46	69	88	137	41	36	29	21	89	89	60	135	68	88	35	33	69	86	86	115	78	35	42	62	116	80

3.4. Género jornalístico Diário de Notícias (em percentagem)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011								Abril de 2011							
	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
Notícia	52,94	41,77	62,93	65,94	63,59	63,42	29,51	55,91	49,43	39,91	60,47	65	60,29	71,23	28,11	53,05	58,93	40,11	59,53	49,17	65,16	63,78	26,48	57,37	52,86	41,54	49,66	59,13	57,65	58,54	25,48	53,67
Reportagem	3,83	1,51	0,86	0,86	-	1,85	0,75	4,19	3,93	2,37	0,39	0,76	0,49	-	0,23	2,68	3,07	1,02	0,32	0,69	-	0,41	0,37	2,57	3,24	0,99	-	0,43	0,45	0,36	0,12	3,54
Entrevista	1,27	2,78	1,29	1,29	0,92	0,92	0,37	1,31	1,41	1,42	1,18	0,76	1,96	1,82	0,93	0,97	1,11	1,79	0,98	0,69	1,22	1,64	0,62	1,41	1,24	2,48	2,68	1,73	0,91	2,18	0,72	1,01
Editorial e Opinião	8,69	3,54	6,03	3,44	4,14	5,09	2,77	6,03	7,58	4,27	6,32	6,53	5,39	3,19	2,69	8,31	7,54	6,68	5,59	5,57	3,68	6,58	3,24	6,08	7,48	6,71	8,38	8,26	3,61	4,72	3,84	7,08
Agenda	0,76	2,78	1,29	1,29	1,38	1,38	54,47	0,78	1,12	4,27	2,37	2,31	1,96	2,28	50,46	1,22	1,11	2,82	1,31	2,43	2,04	1,64	53,55	0,93	0,99	2,73	1,34	1,73	1,81	1,81	48,43	1,26
Publicidade	12,27	14,68	14,22	12,5	15,66	14,35	6,68	12,86	10,95	14,48	11,85	9,61	14,21	10,51	6,67	11,24	10,61	12,08	8,88	9,41	11,88	11,11	6,61	10,77	11,97	16,16	10,73	12,17	15,31	8,72	6,85	12,41
Serviços	0,76	0,75	1,29	0,86	1,38	1,38	0,51	0,78	0,84	0,71	1,18	1,15	1,47	1,36	0,46	0,73	0,83	0,77	0,98	1,04	1,63	1,23	6,49	0,71	0,74	0,74	1,01	1,31	1,35	1,09	0,61	0,75
Outro	19,43	32,15	12,06	13,36	12,91	11,57	5,81	18,11	24,71	32,54	27,89	13,84	14,21	9,58	10,42	21,76	16,75	34,71	22,36	30,66	14,34	13,58	8,61	20,14	21,44	28,61	26,17	15,21	18,91	22,54	13,94	20,25

3.5. Género jornalístico Público (em números absolutos)

Mês	Julho de 2010									Outubro de 2010									Janeiro de 2011									Abril de 2011								
	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9				
Notícia	118	67	64	93	104	90	98	122	111	75	63	73	69	79	102	97	118	80	75	84	103	89	114	127	121	73	61	93	96	76	109	114				
Reportagem	19	13	5	3	3	3	9	14	12	9	3	3	1	1	6	12	13	6	6	5	4	3	4	11	9	9	4	3	2	4	3	13				
Entrevista	6	6	2	1	1	-	8	2	1	6	5	1	4	-	1	5	1	6	3	-	-	-	1	-	-	4	4	-	1	-	2	1				
Editorial e Opinião	15	18	16	13	13	11	14	18	19	21	15	15	15	10	14	18	17	31	24	16	14	14	16	19	20	17	23	14	10	8	22	17				
Agenda	20	15	14	13	15	14	17	19	20	14	14	17	16	16	23	23	20	19	18	18	14	17	35	21	21	15	17	17	20	14	27	22				
Publicidade	16	24	10	14	23	16	51	29	30	34	15	14	29	12	61	35	24	30	15	13	19	16	49	18	29	31	16	14	23	12	44	17				
Serviços	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	3	2	2	4	2	2	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3				
Outro	25	57	21	20	20	21	107	22	30	61	31	38	22	23	113	36	35	98	66	22	21	25	107	38	29	50	51	17	21	40	100	72				

3.6 Género jornalístico Público (em percentagem)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011								Abril de 2011							
	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
Notícia	53,39	33,16	47,76	58,12	57,45	57,32	32,02	53,51	49,33	33,78	42,85	45,06	43,94	55,24	31,67	42,54	51,08	29,41	35,88	51,85	58,19	53,61	34,75	53,81	52,15	36,13	34,07	57,76	54,85	48,41	35,29	44,01
Reportagem	8,59	6,43	3,73	1,87	1,65	1,91	2,94	6,14	5,33	4,05	2,04	1,85	0,63	0,69	1,86	5,26	5,62	2,21	2,87	3,08	2,25	1,81	1,21	4,66	3,87	4,45	2,23	1,86	1,14	2,54	0,97	5,01
Entrevista	2,71	2,97	1,49	0,62	0,55	-	2,61	0,87	0,44	2,71	3,41	0,61	2,54	-	0,31	2,19	0,43	2,21	1,43	-	-	-	0,31	-	-	1,98	2,23	-	0,57	-	0,64	0,38
Editorial e Opinião	6,78	8,91	11,94	8,12	7,18	7,01	4,57	7,89	8,44	9,45	10,21	9,25	9,55	6,99	4,34	7,89	7,35	11,39	11,48	9,87	7,91	8,43	4,87	8,05	8,62	8,41	12,84	8,69	5,71	5,09	7,11	6,56
Agenda	9,04	7,42	10,44	8,12	8,28	8,91	5,55	8,33	8,88	6,31	9,52	10,49	10,19	11,18	7,14	10,08	8,65	6,98	8,61	11,11	7,91	10,24	10,67	8,89	9,05	7,42	9,49	10,55	11,42	8,91	8,73	8,49
Publicidade	7,23	11,88	7,46	8,75	12,71	10,19	16,66	12,71	13,33	15,31	10,21	8,64	18,47	8,39	18,94	15,35	10,38	11,02	7,17	8,02	10,73	9,63	14,93	7,62	12,5	15,34	8,93	8,69	13,14	7,64	14,23	6,56
Serviços	0,91	0,99	1,49	1,87	1,11	1,27	0,65	0,87	0,88	0,91	0,68	0,61	0,63	1,39	0,62	0,87	1,29	0,73	0,95	2,46	1,12	1,21	0,61	0,84	1,29	1,48	1,67	1,86	1,14	1,91	0,64	1,15
Outro	11,31	28,21	15,67	12,5	11,04	13,37	34,96	9,64	13,33	27,47	21,08	23,45	14,01	16,08	35,09	15,78	15,15	36,02	31,57	13,58	11,86	15,06	32,62	16,11	12,5	24,75	28,49	10,55	12	25,47	32,36	27,79

4. Tamanho do item reportagem

4.1. Tamanho do item reportagem Correio da Manhã (em números absolutos)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011								Abril de 2011							
Dia do mês	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
< 2 parágrafos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
3 a 5 parágrafos	3	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	
6 a 10 parágrafos	1	4	1	-	-	-	1	1	1	3	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	1	-	-	3	-	-	-	-	-	
11 e 20 parágrafos	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	1	-
> 20 parágrafos	-	1	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	

4.2 Tamanho do item reportagem Correio da Manhã (em percentagem)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010					Janeiro de 2011							Abril de 2011										
	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8
< 2 parágrafos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3 a 5 parágrafos	60	25	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100	-	-	100	-	-	-	-	-	-	-	-	16,66	-	-	-	-	-	-	
6 a 10 parágrafos	20	50	100	-	-	-	100	100	100	75	-	-	-	-	-	33,33	-	-	-	-	100	-	-	50	-	-	-	-	-	-	
11 a 20 parágrafos	20	12,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	33,33	-	-	-	-	-	-	-	16,66	-	-	-	-	100	-	
> 20 parágrafos	-	12,5	-	-	-	-	-	-	-	25	-	-	-	-	-	33,33	-	-	-	-	-	-	-	16,66	-	-	-	-	-	-	

4.3 Tamanho do item reportagem Diário de Notícias (em números absolutos)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011							Abril de 2011									
	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9	
< 2 parágrafos	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
3 a 5 parágrafos	2	-	1	1	-	1	-	2	1	1	-	1	-	-	-	2	3	1	-	-	-	-	-	2	2	-	-	-	-	-	-	-	1
6 a 10 parágrafos	5	1	-	1	-	3	1	10	3	4	1	1	-	-	2	4	4	1	1	2	-	1	3	5	4	2	-	-	-	-	-	1	7
11 e 20 parágrafos	5	3	1	-	-	-	5	2	6	4	-	-	1	-	-	2	3	1	-	-	-	-	-	3	4	1	-	1	1	1	-	-	4
> 20 parágrafos	3	2	-	-	-	-	-	1	4	1	-	-	-	-	-	3	1	1	-	-	-	-	-	1	3	1	-	-	-	-	-	-	2

4.4 Tamanho do item reportagem Diário de Notícias (em percentagem)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011								Abril de 2011							
	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
< 2 parágrafos	-	-	-	-	-	-	-	6,25	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3 a 5 parágrafos	13,33	-	50	50	-	25	-	12,5	7,14	10	-	50	-	-	-	18,18	27,27	25	-	-	-	-	-	18,18	15,38	-	-	-	-	-	-	7,14
6 a 10 parágrafos	33,33	16,67	-	50	-	75	16,67	62,5	21,42	40	100	50	-	-	100	36,36	36,36	25	100	100	-	100	100	45,45	30,76	50	-	-	-	-	100	50
11 e 20 parágrafos	33,33	50	-	-	-	-	83,33	12,5	42,85	40	-	-	100	-	-	18,18	27,27	25	-	-	-	-	-	27,27	30,76	25	-	100	100	100	-	28,57
> 20 parágrafos	20	33,33	50	-	-	-	-	6,25	28,57	10	-	-	-	-	-	27,27	9,09	25	-	-	-	-	-	9,09	23,07	25	-	-	-	-	-	14,28

4.5 Tamanho do item reportagem Público (em números absolutos)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011								Abril de 2011							
	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
< 2 parágrafos	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3 a 5 parágrafos	-	3	1	1	1	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6 a 10 parágrafos	6	1	2	-	-	2	3	5	3	1	1	-	1	-	1	3	1	-	2	-	2	2	2	1	2	1	2	-	1	2	1	2
11 e 20 parágrafos	8	1	2	2	2	-	2	7	5	4	1	3	-	1	2	7	8	1	1	2	-	-	1	6	3	3	1	3	-	1	1	7
> 20 parágrafos	4	8	-	-	-	1	2	2	4	4	1	-	-	-	2	2	4	5	3	1	1	1	1	4	4	5	1	-	1	1	1	4

4.6 Tamanho do item reportagem Público (em percentagem)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011								Abril de 2011							
	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
< 2 parágrafos	5,26	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	16,67	-	-	-	-	-	25	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
3 a 5 parágrafos	-	23,07	20	33,33	33,33	-	22,22	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	40	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
6 a 10 parágrafos	31,57	7,69	40	-	-	66,66	33,33	35,71	25	11,11	33,33	-	100	-	16,67	25	7,69	-	33,33	-	50	66,66	50	9,09	22,22	11,11	50	-	50	50	33,33	15,38
11 e 20 parágrafos	42,11	7,69	40	66,66	66,66	-	22,22	50	41,66	44,44	33,33	100	-	100	33,33	58,33	61,53	16,66	16,66	40	-	-	25	54,54	33,33	33,33	25	100	-	25	33,33	53,84
> 20 parágrafos	21,05	61,53	-	-	-	33,33	22,22	14,28	33,33	44,44	33,33	-	-	-	33,33	16,67	30,76	83,33	50	20	25	33,33	25	36,36	44,44	55,55	25	-	50	25	33,33	30,76

5. Preponderância do item reportagem

5.1 Preponderância do item reportagem Correio da Manhã (em números absolutos)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011								Abril de 2011							
	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
Dia do mês																																
Manchete	-		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Chamada de primeira página	1	1	-	-	-	-	-	1	-	2	-	-	1	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	
Sem chamada de primeira página	4	7	1	-	-	-	1	-	1	2	-	-	-	-	1	-	2	-	-	-	-	1	-	-	5	-	-	-	-	1	-	

5.2 Preponderância do item reportagem Correio da Manhã (em percentagem)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010									Janeiro de 2011									Abril de 2011								
Dia do mês	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9			
Manchete	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-			
Chamada de primeira página	20	12,5	-	-	-	-	-	100	-	50	-	-	100	-	-	-	-	33,33	-	-	-	-	-	-	-	16,66	-	-	-	-	-	-			
Sem chamada de primeira página	80	87,5	100	-	-	-	100	-	100	50	-	-	-	-	-	100	-	66,66	-	-	-	-	100	-	83,33	-	-	-	-	100	-	-			

5.3 Preponderância do item reportagem Diário de Notícias (em números absolutos)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010									Janeiro de 2011									Abril de 2011								
Dia do mês	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9			
Manchete	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-			
Chamada de primeira página	2	1	1	-	-	1	-	2	4	2	1	1	-	-	-	3	3	1	-	1	-	1	-	1	2	-	-	1	1	-	-	2	2		
Sem chamada de primeira página	12	5	1	2	-	3	6	14	10	8	-	1	1	-	2	8	8	3	1	1	-	-	3	10	11	4	-	-	-	1	1	12	12		

5.4 Preponderância do item reportagem Diário de Notícias (em percentagem)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011								Abril de 2011							
Dia do mês	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
Manchete	6,67	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Chamada de primeira página	13,33	16,67	50	-	-	25	-	12,5	28,57	20	100	50	-	-	-	27,27	27,27	25	-	50	-	100	-	9,09	15,38	-	-	100	100	-	-	14,28
Sem chamada de primeira página	80	83,33	50	100	-	75	100	87,5	71,42	80	-	50	100	-	100	72,72	72,72	75	100	50	-	-	100	90,91	84,61	100	-	-	-	100	100	85,71

5.5 Preponderância do item reportagem Público (em números absolutos)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011								Abril de 2011							
Dia do mês	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
Manchete	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	
Chamada de primeira página	2	3	4	2	3	3	2	5	3	3	1	1	1	1	2	1	3	3	2	4	2	2	3	4	1	2	3	1	1	1	1	3
Sem chamada de primeira página	17	10	1	1	-	-	7	9	9	6	2	2	-	-	4	11	10	3	4	1	2	1	1	7	7	7	1	2	1	3	2	10

5.6 Preponderância do item reportagem Público (em percentagem)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011								Abril de 2011							
Dia do mês	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
Manchete	-	-	-	-	-	-	-	-	-	10	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	11,11	-	-	-	-	-	-	
Chamada de primeira página	10,52	23,67	80	66,66	100	100	22,22	35,71	25	30	33,33	33,33	100	100	33,33	8,33	23,07	50	33,33	80	50	66,66	75	36,36	11,11	22,22	75	33,33	50	25	33,33	23,07
Sem chamada de primeira página	89,47	76,92	20	33,33	-	-	77,77	64,28	75	60	66,66	66,66	-	-	66,66	91,66	76,92	50	66,66	20	50	33,33	25	63,63	77,77	77,77	25	66,66	50	75	66,66	76,92

6. Colocação do item reportagem

6.1 Colocação do item reportagem Correio da Manhã (em valores absolutos)

Mês	Julho de 2010							Outubro de 2010							Janeiro de 2011							Abril de 2011										
Dia do mês	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
Primeiras cinco páginas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Páginas interiores	3	2	-	-	-	-	-	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Páginas centrais	1	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Últimas cinco páginas	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Suplemento	-	4	-	-	-	-	1	-	1	3	-	-	-	-	-	1	-	3	-	-	-	-	1	-	-	6	-	-	-	1	-	

6.2 Colocação do item reportagem Correio da Manhã (em percentagem)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010									Janeiro de 2011									Abril de 2011								
	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9			
Primeiras cinco páginas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-			
Páginas interiores	60	25	-	-	-	-	100	-	25	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-				
Páginas centrais	20	12,5	100	-	-	-	-	-	-	-	-	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-				
Últimas cinco páginas	20	12,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-				
Suplemento	-	50	-	-	-	-	100	-	100	75	-	-	-	-	100	-	100	-	-	-	-	-	100	-	-	100	-	-	-	-	100				

6.3 Colocação do item reportagem Diário de Notícias (em valores absolutos)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011								Abril de 2011											
	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9				
Primeiras cinco páginas	1	-	-	-	-	-	-	1	-	-	1	-	-	-	-	-	1	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Páginas interiores	1	3	1	1	-	3	-	2	3	5	-	1	-	-	1	1	1	2	-	1	-	1	1	3	2	2	-	-	-	-	-	-	-	-	1	
Páginas centrais	-	1	1	1	-	1	1	-	1	1	-	1	1	-	-	-	-	1	1	-	-	-	1	1	1	-	-	1	1	1	-	-	-	-	1	
Últimas cinco páginas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Suplemento	13	2	-	-	-	-	5	13	10	4	-	-	-	-	1	10	9	1	-	-	-	-	1	7	10	2	-	-	-	-	-	-	-	1	12	

6.4 Colocação do item reportagem Diário de Notícias (em percentagem)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011								Abril de 2011							
Dia do mês	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
Primeiras cinco páginas	6,66	-	-	-	-	-	-	6,25	-	-	100	-	-	-	-	-	9,09	-	-	50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Páginas interiores	6,66	50	50	50	-	75	-	12,5	21,42	50	-	50	-	-	50	9,09	9,09	50	-	50	-	100	33,33	27,27	15,38	50	-	-	-	-	7,14	
Páginas centrais	-	16,66	50	50	-	25	16,66	-	7,14	10	-	50	100	-	-	-	-	25	100	-	-	-	33,33	9,09	7,69	-	-	100	100	100	-	7,14
Últimas cinco páginas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Suplemento	86,66	33,33	-	-	-	-	83,33	81,25	71,42	40	-	-	-	-	50	90,91	81,81	25	-	-	-	-	33,33	63,63	76,92	50	-	-	-	-	100	85,71

6.5 Colocação do item reportagem Público (em números absolutos)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011							Abril de 2011													
	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9					
Primeiras cinco páginas	-	1	1	-	-	1	-	-	-	2	-	-	1	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Páginas interiores	3	1	-	-	-	-	1	-	1	2	2	1	-	-	-	-	1	2	3	4	2	2	-	1	1	2	2	1	1	1	1	2	2	-	-	-	
Páginas centrais	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Últimas cinco páginas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Suplemento	16	11	4	3	3	2	8	14	11	5	1	2	-	1	6	12	11	4	3	1	2	1	4	10	8	7	2	2	1	3	1	11	-	-	-		

6.6 Colocação do item reportagem Público (em percentagem)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011								Abril de 2011													
	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9						
Primeiras cinco páginas	-	7,69	20	-	-	33,33	-	-	-	22,22	-	-	100	-	-	-	7,69	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Páginas interiores	15,78	7,69	-	-	-	-	11,11	-	8,33	22,22	66,66	33,33	-	-	-	-	7,69	33,33	50	80	50	66,66	-	9,09	11,11	22,22	50	33,33	50	25	66,66	15,38	-	-	-	-		
Páginas centrais	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Últimas cinco páginas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Suplemento	84,21	84,61	80	100	100	66,66	88,88	100	91,66	55,55	33,33	66,66	-	100	100	100	84,61	66,66	50	20	50	33,33	100	90,91	88,88	77,77	50	66,66	50	75	33,33	84,61	-	-	-	-		

7. Secção onde se encontra o item reportagem

7.1 Secção onde se encontra o item reportagem Correio da Manhã (em valores absolutos)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011								Abril de 2011							
	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
Nacional	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Internacional	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Economia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-
Sociedade	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Desporto	1	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Cultura	1	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Outra	2	5	1	-	-	-	1	1	-	4	-	-	-	-	-	-	-	3	-	-	-	-	-	-	-	-	6	-	-	-	-	-

7.2 Secção onde se encontra o item reportagem Correio da Manhã (em percentagem)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011								Abril de 2011							
	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
Nacional	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100	-	-	-	-	-			
Internacional	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-			
Economia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100	-		
Sociedade	20	12,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
Desporto	20	-	-	-	-	-	-	-	100	-	-	-	-	-	-	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
Cultura	20	25	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
Outra	40	62,5	100	-	-	-	100	100	-	100	-	-	-	-	-	-	-	100	-	-	-	-	-	-	-	-	100	-	-	-		

7.3 Secção onde se encontra o item reportagem Diário de Notícias (em valores absolutos)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011								Abril de 2011							
	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
Nacional	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	2	-	2	-	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Internacional	2	-	-	-	-	-	-	2	2	2	1	1	-	-	-	-	-	1	-	-	-	1	-	1	1	1	-	-	-	-	-	1
Economia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sociedade	1	1	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Desporto	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Cultura	3	-	1	1	-	-	-	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-
Outra	9	5	1	1	-	3	6	12	11	7	-	1	1	-	-	11	9	3	1	-	-	-	1	10	11	3	-	1	1	1	1	12

7.4 Secção onde se encontra o item reportagem Diário de Notícias (em percentagem)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011								Abril de 2011							
	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
Nacional	-	-	-	-	-	-	-	-	7,14	-	-	-	-	-	100	-	18,18	-	-	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Internacional	13,33	-	-	-	-	-	-	12,5	14,28	20	100	50	-	-	-	-	-	25	-	-	-	100	-	9,09	7,69	25	-	-	-	-	-	7,14
Economia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	33,33	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sociedade	6,66	16,67	-	-	-	25	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Desporto	-	-	-	-	-	-	-	6,25	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7,14
Cultura	20	-	50	50	-	-	-	6,25	-	10	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	33,33	-	7,69	-	-	-	-	-	-	-
Outra	60	83,33	50	50	-	75	100	75	78,57	70	-	50	100	-	-	100	81,81	75	100	-	-	-	33,33	90,91	84,61	75	-	100	100	100	100	85,71

7.5 Secção onde se encontra o item reportagem Público (em valores absolutos)

Mês	Julho de 2010									Outubro de 2010									Janeiro de 2011									Abril de 2011								
	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9				
Nacional	-	1	1	-	-	1	1	-	-	2	-	-	1	-	-	-	-	1	2	3	2	1	-	2	1	1	-	1	1	-	-					
Internacional	2	-	-	-	-	-	-	-	1	2	2	1	-	-	-	-	1	1	1	1	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	2	1				
Economia	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-					
Sociedade	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-					
Desporto	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	2	-	-	-	-					
Cultura	4	1	1	2	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	2	3	1	1	-	-	-	-	-	-	2	-	1	-	-	-	-					
Outra	12	10	3	1	3	2	8	14	11	5	1	2	-	1	4	11	11	2	3	1	2	1	4	9	8	4	2	1	1	4	1	12				

7.6 Secção onde se encontra o item reportagem Público (em percentagem)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011								Abril de 2011							
	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
Nacional	-	7,69	20	-	-	33,33	11,11	-	-	22,22	-	-	100	-	-	-	-	16,66	33,33	60	50	33,33	-	18,18	11,11	11,11	-	33,33	50	-	-	-
Internacional	10,52	-	-	-	-	-	-	-	8,33	22,22	66,66	33,33	-	-	-	-	8,33	16,66	16,66	20	-	-	-	-	-	11,11	-	-	-	-	66,66	7,69
Economia	-	7,69	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	11,11	-	-	-	-	-	-
Sociedade	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	16,66	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Desporto	5,26	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	33,33	-	-	-	-	50	-	-	-	-	-
Cultura	21,05	7,69	20	66,66	-	-	-	-	8,33	-	-	-	-	-	33,33	21,42	8,33	16,66	-	-	-	-	-	-	-	22,22	-	33,33	-	-	-	-
Outra	63,15	76,92	60	33,33	100	66,66	88,88	100	84,61	55,55	33,33	66,66	-	100	66,66	78,57	84,61	33,33	50	20	50	33,33	100	81,81	88,88	44,44	50	33,33	50	100	33,33	92,31

8. Foco do item reportagem

8.1 Foco do item reportagem Correio da Manhã (em valores absolutos)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011								Abril de 2011								
Dia do mês	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9	
Nacional	5	8	1	-	-	-	1	1	1	4	-	-	1	-	-	1	-	3	-	-	-	-	1	-	-	5	-	-	-	-	1	-	-
Internacional	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-

8.2 Foco do item reportagem Correio da Manhã (em percentagem)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011								Abril de 2011								
Dia do mês	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9	
Nacional	-	-	-	-	-	-	100	100	100	100	-	-	100	-	-	100	-	100	-	-	-	-	-	100	-	-	83,33	-	-	-	-	100	-
Internacional	100	100	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	16,67	-	-	-	-	-	-	-

8.3 Foco do item reportagem Diário de Notícias (em valores absolutos)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010					Janeiro de 2011								Abril de 2011										
Dia do mês	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
Nacional	6	5	2	1	-	3	5	9	5	6	-	-	1	-	2	7	6	3	-	2	-	-	2	7	8	3	-	1	-	1	1	7
Internacional	9	1	-	1	-	1	1	7	9	4	1	2	-	-	-	4	5	1	1	-	-	1	1	4	5	1	-	-	1	-	-	7

8.4 Foco do item reportagem Diário de Notícias (em percentagem)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010					Janeiro de 2011								Abril de 2011										
Dia do mês	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
Nacional	40	83,33	100	50	-	75	83,33	56,25	35,71	60	-	-	100	-	100	63,63	54,54	75	-	100	-	-	66,66	63,63	61,53	75	-	100	-	100	50	
Internacional	60	16,67	-	50	-	25	16,67	43,75	64,28	40	100	100	-	-	-	36,36	45,45	25	100	-	-	100	33,33	36,36	38,46	25	-	-	100	-	50	

8.5 Foco do item reportagem Público (em valores absolutos)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011								Abril de 2011							
Dia do mês	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
Nacional	9	9	3	1	-	2	3	7	5	6	1	1	1	1	2	6	6	2	4	4	4	3	3	7	6	5	2	2	2	2	-	8
Internacional	10	4	2	2	3	1	6	7	7	3	2	2	-	-	4	6	7	4	2	1	-	-	1	4	3	4	2	1	-	2	3	5

8.6 Foco do item reportagem Público (em percentagem)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011								Abril de 2011							
Dia do mês	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
Nacional	47,36	69,23	60	33,33	-	66,66	33,33	50	41,66	66,66	33,33	33,33	100	100	33,33	50	46,15	33,33	66,66	80	100	100	75	63,63	66,66	55,55	50	66,66	100	50	-	61,53
Internacional	52,63	30,76	40	66,66	100	33,33	66,66	50	58,33	33,33	66,66	66,66	-	-	66,66	50	53,84	66,66	33,33	20	-	-	25	36,36	33,33	44,44	50	33,33	-	50	100	38,46

9. Conteúdo do item reportagem

9.1 Conteúdo do item reportagem Correio da Manhã (em valores absolutos)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010					Janeiro de 2011									Abril de 2011									
Dia do mês	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
Saúde	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Economia	-	1	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-
Desporto	1	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	-	-	-	-	-	-
Política	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Social/Lazer	2	3	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Cultura	1	2	-	-	-	-	-	-	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-
Outro	-	2	-	-	-	-	1	-	-	1	-	-	-	-	-	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-	3	-	-	-	-	-	-

9.2 Conteúdo do item reportagem Correio da Manhã (em percentagem)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011								Abril de 2011							
	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
Saúde	20	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Economia	-	12,5	-	-	-	-	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100	-	-	-	-	-	-	100	-	-
Desporto	20	-	-	-	-	-	-	100	-	-	-	-	-	-	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	33,33	-	-	-	-	-	-	-
Política	-	-	-	-	-	-	-	-	-	25	-	-	-	-	-	-	-	33,33	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Social/Lazer	40	37,5	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Cultura	20	25	-	-	-	-	-	-	-	50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	16,66	-	-	-	-	-	-	-
Outro	-	25	-	-	-	-	100	-	-	25	-	-	-	-	-	-	-	66,66	-	-	-	-	-	-	50	-	-	-	-	-	-	-

9.3 Conteúdo do item reportagem Diário de Notícias (em valores absolutos)

Mês	Julho de 2010				Outubro de 2010					Janeiro de 2011					Abril de 2011																
	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8
Saúde	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-
Economia	-	-	-	-	-	-	-	1	-	1	-	-	-	-	1	-	1	-	-	-	-	-	1	1	1	1	-	-	-	-	-
Desporto	1	-	-	-	-	-	-	1	1	-	-	1	-	-	-	-	1	1	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	1	-
Política	1	1	-	-	-	-	-	1	7	2	1	1	-	-	3	2	-	-	2	-	1	-	4	4	-	-	-	-	-	-	7
Social/Lazer	3	1	-	1	-	-	5	3	2	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	1
Cultura	3	-	1	1	-	1	-	5	2	1	-	-	-	-	4	6	1	-	-	-	-	-	1	3	4	-	-	-	-	-	4
Outro	7	4	1	-	-	3	1	5	2	5	-	-	1	-	1	3	2	2	-	-	-	-	-	1	4	3	-	1	1	-	1

9.4 Conteúdo do item reportagem Diário de Notícias (em percentagem)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011								Abril de 2011							
	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
Saúde	-	-	-	-	-	-	-	-	-	10	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	9,09	-	-	-	-	-	-	-	
Economia	-	-	-	-	-	-	6,25	-	10	-	-	-	-	50	-	9,09	-	-	-	-	-	33,33	9,09	7,69	25	-	-	-	-	-		
Desporto	6,66	-	-	-	-	-	6,25	7,14	-	-	50	-	-	-	-	-	25	100	-	-	-	33,33	-	-	-	-	-	-	-	100	-	7,14
Política	6,66	16,66	-	-	-	-	6,25	50	20	100	50	-	-	-	27,27	18,18	-	-	100	-	100	-	36,36	30,76	-	-	-	-	-	-	50	
Social/Lazer	20	16,66	-	50	-	-	83,33	18,75	14,28	-	-	-	-	-	9,09	-	-	-	-	-	-	-	9,09	-	-	-	-	-	-	-	7,14	
Cultura	20	-	50	50	-	25	-	31,25	14,28	10	-	-	-	-	36,36	54,54	25	-	-	-	-	33,33	27,27	30,76	-	-	-	-	-	-	28,57	
Outro	46,67	66,66	50	-	-	75	16,66	31,25	14,28	50	-	-	100	-	50	27,27	18,18	50	-	-	-	-	9,09	30,76	75	-	100	100	-	100	7,14	

9.5 Conteúdo do item reportagem Público (em valores absolutos)

Mês	Julho de 2010				Outubro de 2010					Janeiro de 2011					Abril de 2011																	
	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
Saúde	1	-	1	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-
Economia	-	1	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1	-	1	-	-	-
Desporto	2	-	1	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	2	-	-	-	-	2	-	-	-	-	1
Política	1	-	-	-	-	-	-	-	1	3	2	2	1	-	-	-	1	3	3	-	1	-	2	-	-	1	-	-	1	1	3	3
Social/Lazer	1	2	-	-	-	-	-	6	-	1	-	-	-	-	3	-	1	-	-	1	-	1	3	3	-	-	-	-	-	-	-	3
Cultura	5	3	2	2	1	-	5	4	3	1	1	-	-	4	5	1	1	-	1	2	-	1	1	2	3	-	1	-	1	1	1	1
Outro	9	7	1	1	1	2	4	3	8	4	-	1	-	1	2	4	4	2	2	1	-	1	-	5	4	5	?	2	1	1	1	5

9.6 Conteúdo do item reportagem Público (em percentagem)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011								Abril de 2011							
	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
Saúde	5,26	-	20	-	-	33,33	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	16,66	16,66	-	25	-	-	-	-	.	-	-	-	25	-	-	
Economia	-	7,69	-	-	33,33	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	16,66	-	-	-	-	-	-	-	-	11,11	25	-	50	-	-	-	
Desporto	10,52	-	20	-	-	-	7,14	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	33,33	50	-	-	-	-	50	-	-	-	-	7,69	
Política	5,26	-	-	-	-	-	-	8,33	33,33	66,66	66,66	100	-	-	-	16,66	50	60	-	33,33	-	18,18	-	-	-	25	-	-	25	33,33	23,07	
Social/Lazer	5,26	15,38	-	-	-	-	42,85	-	11,11	-	-	-	-	25	-	16,66	-	-	25	-	25	27,27	33,33	-	-	-	-	-	-	-	23,07	
Cultura	26,31	23,07	40	66,66	33,33	-	55,55	28,57	25	11,11	33,33	-	-	66,66	41,66	16,66	16,66	-	20	50	-	25	9,09	22,22	33,33	-	33,33	-	25	33,33	7,69	
Outro	47,36	53,84	20	33,33	33,33	66,66	44,44	21,42	57,14	44,44	-	33,33	-	100	33,33	16,66	66,66	33,33	33,33	20	-	33,33	-	45,45	44,44	55,55	-	66,66	50	25	33,33	38,46

10. Localização do item reportagem por continente

10.1 Localização do item reportagem por continente Correio da Manhã (em valores absolutos)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011								Abril de 2011							
	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
África	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
América do Norte	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
América do Sul	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ásia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Europa	5	8	1	-	-	-	1	1	1	4	-	-	1	-	-	1	-	3	-	-	-	-	1	-	-	6	-	-	-	-	1	
Oceânia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Vários	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

10.2 Localização do item reportagem por continente Correio da Manhã (em percentagem)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011								Abril de 2011							
	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
África	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
América do Norte	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
América do Sul	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ásia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Europa	100	100	100	-	-	-	100	100	100	100	-	-	100	-	-	100	-	100	-	100	-	-	-	100	-	-	100	-	-	-	100	-
Oceânia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Vários	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

10.3 Localização do item reportagem por continente Diário de Notícias (em valores absolutos)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011					Abril de 2011											
	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9	
África	-	1	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1	-	2	-	-	-	-	-	-	2	
América do Norte	3	-	-	-	-	-	-	1	2	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	2	
América do Sul	1	-	-	-	-	-	-	-	3	1	1	1	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ásia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1	-	-	-	-	-	-	1	
Europa	10	5	2	2	-	4	4	13	9	8	-	1	1	-	2	11	9	4	1	2	-	-	2	8	10	3	-	1	1	1	1	9	
Oceânia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Vários	1	-	-	-	-	-	2	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	

10.4 Localização do item reportagem por continente Diário de Notícias (em percentagem)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011								Abril de 2011									
	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9		
África	-	16,66	-	-	-	-	-	6,25	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100	33,33	-	15,38	-	-	-	-	-	-	14,28	
América do Norte	20	-	-	-	-	-	-	6,25	14,28	-	-	-	-	-	-	-	9,09	-	-	-	-	-	-	-	-	-	25	-	-	-	-	-	-	14,28
América do Sul	6,66	-	-	-	-	-	-	-	21,42	10	100	50	-	-	-	-	9,09	-	-	-	-	-	-	-	9,09	-	-	-	-	-	-	-	-	
Ásia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	9,09	7,69	-	-	-	-	-	-	7,14	
Europa	66,66	83,33	100	100	-	100	66,66	81,25	64,28	80	-	50	100	-	100	100	81,81	100	100	100	-	-	-	66,66	72,72	76,92	75	-	100	100	100	100	64,28	
Oceânia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Vários	6,66	-	-	-	-	-	33,33	6,25	-	10	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	9,09	-	-	-	-	-	-	-	-	

10.5 Localização do item reportagem por continente Público (em valores absolutos)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010					Janeiro de 2011							Abril de 2011											
	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
África	1	-	-	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	2	1	1	-	-	-	-	1	-	-	-	-	1	-	-	
América do Norte	-	-	-	-	-	-	1	1	-	-	-	-	-	-	1	-	1	2	-	-	-	-	1	-	-	-	-	1	-	2		
América do Sul	-	-	-	-	-	-	-	-	2	2	1	1	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1		
Ásia	1	-	-	-	-	-	1	3	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	2	-	-	-	1		
Europa	17	13	5	2	2	2	7	9	10	7	2	2	1	1	5	11	9	2	4	4	4	3	3	10	7	7	4	2	2	3	1	9
Oceânia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
Vários	-	-	-	-	-	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	1	-	1	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-		

10.6 Localização do item reportagem por continente Público (em percentagem)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011						Abril de 2011									
	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
África	5,26	-	-	33,33	33,33	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7,69	33,33	16,66	20	-	-	-	-	11,11	-	-	-	-	25	-	-
América do Norte	-	-	-	-	-	-	11,11	7,14	-	-	-	-	-	-	16,66	-	7,69	33,33	-	-	-	-	25	-	-	-	-	33,33	-	-	33,33	15,38
América do Sul	-	-	-	-	-	-	-	-	16,66	22,22	33,33	33,33	-	-	-	-	7,69	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	33,33	7,69	
Ásia	5,26	-	-	-	-	-	11,11	21,42	-	-	-	-	-	-	-	8,33	-	-	-	-	-	-	-	-	-	11,11	22,22	-	-	-	-	7,69
Europa	89,47	100	100	66,66	66,66	66,66	77,77	64,28	83,33	77,77	66,66	66,66	100	100	83,33	91,66	69,23	33,33	66,66	80	100	100	75	90,91	77,77	77,77	100	66,66	100	75	33,33	69,23
Oceânia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Vários	-	-	-	-	-	33,33	-	7,14	-	-	-	-	-	-	-	-	7,69	-	16,66	-	-	-	-	9,09	-	-	-	-	-	-	-	-

11. Localização por país do item reportagem

11.1 Localização por país do item reportagem Correio da Manhã (em valores absolutos)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010									Janeiro de 2011									Abril de 2011								
	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9			
Portugal	5	8	1	-	-	-	1	1	1	4	-	-	1	-	-	1	-	3	-	-	-	-	1	-	-	5	-	-	-	-	1	-			
Brasil	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
Espanha	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
França	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
Inglaterra	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
Estados Unidos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
Outro	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-		
Vários	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		

11.2 Localização por país do item reportagem Correio da Manhã (em percentagem)

Mês	Julho de 2010				Outubro de 2010					Janeiro de 2011					Abril de 2011																	
	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
Portugal	100	100	100	-	-	-	100	100	100	100	-	-	100	-	-	100	-	100	-	-	-	-	100	-	-	83,33	-	-	-	-	100	-
Brasil	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Espanha	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
França	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Inglaterra	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Estados Unidos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Outro	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	16,66	-	-	-	-	-	-
Vários	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

11.3 Localização por país do item reportagem Diário de Notícias (em valores absolutos)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011								Abril de 2011							
	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
Portugal	6	4	2	1	-	4	4	10	5	6	-	-	1	-	2	8	6	3	-	2	-	-	2	7	7	3	-	-	-	1	1	7
Brasil	1	-	-	-	-	-	-	-	3	1	1	1	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Espanha	1	-	-	-	-	-	-	1	1	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
França	1	-	-	1	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	2	-	-	-	-	-	-	-
Inglaterra	-	-	-	-	-	-	-	1	1	-	-	-	-	-	-	1	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	1
Estados Unidos	3	-	-	-	-	-	-	-	2	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	2
Outro	3	1	-	-	-	-	2	3	1	1	-	-	-	-	2	1	-	1	-	-	-	1	1	2	4	-	-	1	-	-	-	4
Vários	-	1	-	-	-	-	-	1	-	1	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-

11.4 Localização por país do item reportagem Diário de Notícias (em percentagem)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011								Abril de 2011							
	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
Portugal	40	66,66	100	50	-	100	66,66	62,5	35,71	60	-	-	100	-	100	72,72	54,54	75	-	100	-	-	66,66	63,63	53,84	75	-	-	-	100	100	50
Brasil	6,66	-	-	-	-	-	-	-	21,42	10	100	50	-	-	-	-	9,09	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Espanha	6,66	-	-	-	-	-	-	6,25	7,14	10	-	50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
França	6,66	-	-	50	-	-	-	-	7,14	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	9,09	15,38	-	-	-	-	-		
Inglaterra	-	-	-	-	-	-	-	6,25	7,14	-	-	-	-	-	-	9,04	9,09	25	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100	-	7,14	
Estados Unidos	20	-	-	-	-	-	33,33	-	14,18	-	-	-	-	-	-	-	9,09	-	-	-	-	-	-	-	-	25	-	-	-	-	14,28	
Outro	20	16,66	-	-	-	-	-	18,75	7,14	10	-	-	-	-	-	18,18	9,09	-	100	-	-	100	33,33	18,18	30,76	-	-	100	-	-	28,57	
Vários	-	16,66	-	-	-	-	-	6,25	-	10	-	-	-	-	-	-	9,09	-	-	-	-	-	-	9,09	-	-	-	-	-	-		

11.5 Localização por país do item reportagem Público (em valores absolutos)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011								Abril de 2011							
	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
Portugal	11	9	3	1	-	2	6	7	6	6	2	2	1	1	2	7	7	2	4	3	4	3	2	8	6	5	2	2	2	2	-	7
Brasil	-	-	-	-	-	-	-	-	2	2	1	1	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1
Espanha	2	-	2	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	1	1	-	-	-	-	-	1	1	-
França	-	1	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	1	-	-	-	-	1	1	1	-	-	-	-	-
Inglaterra	-	-	-	-	1	-	1	1	-	-	-	-	-	-	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Estados Unidos	-	-	-	-	-	-	1	1	-	-	-	-	-	-	1	-	1	2	-	-	-	-	1	-	-	1	-	1	-	-	1	2
Outro	6	2	-	1	2	-	1	3	2	1	-	-	-	-	1	3	3	2	1	1	-	-	-	1	2	2	2	-	-	1	-	2
Vários	-	1	-	1	-	1	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	1	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-

11.6 Localização por país do item reportagem Público (em percentagem)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010									Janeiro de 2011						Abril de 2011											
	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9			
Portugal	57,89	69,23	60	33,33	-	66,66	66,66	50	50	66,66	66,66	66,66	100	100	33,33	58,33	53,84	33,33	66,66	60	100	100	50	72,72	66,66	55,55	40	66,66	100	50	-	58,33			
Brasil	-	-	-	-	-	-	-	-	16,66	33,33	33,33	33,33	-	-	-	-	7,69	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	33,33	8,33			
Espanha	10,52	-	40	-	-	-	-	-	8,33	-	-	-	-	-	-	8,33	-	-	-	-	-	-	-	-	-	25	9,09	-	-	-	25	33,33	-		
França	-	7,69	-	-	-	-	-	-	8,33	-	-	-	-	-	16,66	-	-	-	-	-	20	-	-	-	-	-	-	11,11	11,11	20	-	-	-		
Inglaterra	-	-	-	-	33,33	-	11,11	7,14	-	-	-	-	-	-	16,66	8,33	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
Estados Unidos	-	-	-	-	-	-	11,11	7,14	-	-	-	-	-	-	16,66	-	7,69	33,33	-	-	-	-	-	-	-	25	-	-	11,11	-	33,33	-	33,33	16,66	
Outro	31,57	15,38	-	33,33	66,66	-	11,11	21,42	16,66	-	-	-	-	-	16,66	25	23,07	33,33	16,66	20	-	-	-	-	-	-	9,09	22,22	22,22	40	-	-	25	-	16,66
Vários	-	7,69	-	33,33	-	33,33	-	14,28	-	-	-	-	-	-	-	-	7,69	-	16,66	-	-	-	-	-	-	-	9,09	-	-	-	-	-	-	-	

12. Existência iconográfica do item reportagem

12.1 Existência iconográfica do item reportagem Correio da Manhã (em valores absolutos)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011								Abril de 2011							
Dia do mês	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
Sim	5	8	1	-	-	-	1	1	1	4	-	-	1	-	-	1	-	3	-	-	-	-	1	-	-	6	-	-	-	-	1	-
Não	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

12.2 Existência iconográfica do item reportagem Correio da Manhã (em percentagem)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011								Abril de 2011							
Dia do mês	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
Sim	100	100	100	-	-	-	100	100	100	100	-	-	100	-	-	100	-	100	-	-	-	-	100	-	-	100	-	-	-	-	100	-
Não	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

12.3 Existência iconográfica do item reportagem Diário de Notícias (em valores absolutos)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011								Abril de 2011							
Dia do mês	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
Sim	15	6	2	2	-	4	6	16	14	10	1	2	1	-	2	11	11	4	1	2	-	1	3	11	13	4	-	1	1	1	1	14
Não	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

12.4 Existência iconográfica do item reportagem Diário de Notícias (em percentagem)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011								Abril de 2011							
Dia do mês	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
Sim	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	-	100	100	100	100	100	100	-	100	100	100	100	100	100	-	100	100	100	100
Não	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

12.5 Existência iconográfica do item reportagem Público (em valores absolutos)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010							Janeiro de 2011							Abril de 2011										
Dia do mês	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9	
Sim	19	13	5	3	3	3	9	13	12	9	3	3	1	1	6	12	13	6	6	4	4	3	4	10	9	9	4	3	2	4	3	13	
Não	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-

12.6 Existência iconográfica do item reportagem Público (em percentagem)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010							Janeiro de 2011							Abril de 2011									
Dia do mês	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
Sim	100	100	100	100	100	100	100	92,85	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	80	100	100	100	90,91	100	100	100	100	100	100	100	
Não	-	-	-	-	-	-	-	7,14	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	20	-	-	-	9,09	-	-	-	-	-	-	-	

13. Tipo de iconografia do item reportagem

13.1 Tipo de iconografia do item reportagem Correio da Manhã (em valores absolutos)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011								Abril de 2011							
Dia do mês	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
Fotografia	5	6	1	-	-	-	-	1	1	4	-	-	1	-	-	1	-	3	-	-	-	-	1	-	-	5	-	-	-	-		
Infografia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-			
Cartoon	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-			
Combinação	-	2	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	1		
Outro	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-			

13.2 Tipo de iconografia do item reportagem Correio da Manhã (em percentagem)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011								Abril de 2011							
	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
Fotografia	100	75	100	-	-	-	-	100	100	100	-	-	100	-	-	100	-	100	-	-	-	-	100	-	-	83,33	-	-	-	-	-	
Infografia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Cartoon	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Combinação	-	25	-	-	-	-	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	16,66	-	-	-	-	100	-
Outro	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	

13.3 Tipo de iconografia do item reportagem Diário de Notícias (em valores absolutos)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010							Janeiro de 2011							Abril de 2011									
	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
Fotografia	9	5	1	2	-	3	3	13	10	6	-	2	-	-	2	9	6	3	-	2	-	1	3	6	7	4	-	1	1	1	1	10
Infografia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Cartoon	2	-	-	-	-	-	-	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1	-	-	-	-	-	-	1
Combinação	4	1	1	-	-	1	3	2	3	4	1	-	1	-	-	2	5	1	1	-	-	-	-	4	4	2	-	-	-	-	-	2
Outro	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

13.4 Tipo de iconografia do item reportagem Diário de Notícias (em percentagem)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011								Abril de 2011							
	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
Fotografia	60	83,33	50	100	-	75	50	81,25	71,42	60	-	100	-	-	100	81,81	54,54	75	-	100	-	100	100	54,54	58,33	66,66	-	100	100	100	100	76,92
Infografia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Cartoon	13,33	-	-	-	-	-	-	6,25	7,14	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	9,09	8,33	-	-	-	-	-	-	7,69
Combinação	26,67	16,67	50	-	-	25	50	12,5	21,42	40	100	-	100	-	-	18,18	45,45	25	100	-	-	-	-	36,36	33,33	33,33	-	-	-	-	-	15,38
Outro	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

13.5 Tipo de iconografia do item reportagem Público (em valores absolutos)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010					Janeiro de 2011					Abril de 2011													
	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
Fotografia	17	12	4	2	3	3	7	11	9	5	2	2	1	1	6	10	10	6	5	4	4	3	4	10	8	6	3	3	2	4	2	10
Infografia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Cartoon	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Combinação	2	1	1	1	-	-	2	3	3	4	1	1	-	-	-	2	1	-	1	-	-	-	-	1	1	3	1	-	-	-	1	3
Outro	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

13.6 Tipo de iconografia do item reportagem Público (em percentagem)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011								Abril de 2011								
	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9	
Fotografia	89,47	92,31	80	66,66	100	100	77,77	78,57	75	55,55	66,66	66,66	100	100	100	83,33	76,92	100	83,33	100	100	100	100	90,91	88,88	66,66	75	100	100	100	66,66	76,92	
Infografia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7,69	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Cartoon	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7,69	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Combinação	10,52	7,59	20	33,33	-	-	22,22	21,42	25	44,44	33,33	33,33	-	-	-	16,66	7,69	-	16,66	-	-	-	-	-	-	11,11	33,33	25	-	-	-	33,33	23,07
Outro	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	9,09	-	-	-	-	-	-	-	-	

14. Item reportagem com entrevista

14.1 Item reportagem com entrevista Correio da Manhã (em valores absolutas)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011								Abril de 2011							
	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
Sim	5	6	1	-	-	-	1	-	1	3	-	-	1	-	-	1	-	2	-	-	-	-	1	-	-	5	-	-	-	-	1	-
Não	-	2	-	-	-	-	-	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-

14.2 Item reportagem com entrevista Correio da Manhã (em percentagem)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011								Abril de 2011							
	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
Sim	100	75	100	-	-	-	100	-	100	75	-	-	100	-	-	100	-	66,66	-	-	-	-	100	-	-	83,33	-	-	-	-	100	-
Não	-	25	-	-	-	-	100	-	-	25	-	-	-	-	-	-	-	33,33	-	-	-	-	-	-	-	16,66	-	-	-	-	-	-

14.3 Item reportagem com entrevista Diário de Notícias (em valores absolutos)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011								Abril de 2011							
	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
Sim	9	5	1	-	-	4	4	12	10	8	1	2	1	-	2	9	8	3	1	2	-	1	3	9	7	3	-	1	-	1	1	10
Não	6	1	1	2	-	-	2	4	4	2	-	-	-	-	2	3	1	-	-	-	-	-	2	6	1	-	-	1	-	-	4	

14.4 Item reportagem com entrevista Diário de Notícias (em percentagem)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011								Abril de 2011							
Dia do mês	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
Sim	60	83,33	50	-	-	100	66,66	75	71,42	80	100	100	100	-	100	81,81	72,72	75	100	100	-	100	100	81,81	53,84	75	-	100	-	100	100	71,42
Não	40	16,66	50	100	-	-	33,33	25	28,57	20	-	-	-	-	-	18,18	27,27	25	-	-	-	-	-	18,18	46,15	25	-	-	100	-	-	28,57

14.5 Item reportagem com entrevista Público (em valores absolutos – Público)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011								Abril de 2011							
Dia do mês	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
Sim	11	8	4	-	-	3	9	7	5	8	2	2	-	1	3	8	8	6	5	5	4	3	2	7	7	6	4	3	2	3	3	9
Não	8	5	1	3	3	-	-	7	7	1	1	1	1	-	3	4	5	-	1	-	-	-	2	4	2	3	-	-	-	1	-	4

14.6 Item reportagem com entrevista Público (em percentagem)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011						Abril de 2011									
	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
Sim	57,89	61,53	80	-	-	100	100	50	41,66	88,88	66,66	66,66	-	100	50	66,66	61,53	100	83,33	100	100	100	50	63,63	77,77	66,66	100	100	100	75	100	69,23
Não	42,11	38,46	20	100	100	-	-	50	58,33	11,11	33,33	33,33	100	-	50	33,33	38,46	-	16,66	-	-	-	50	36,36	22,22	33,33	-	-	-	25	-	30,76

15. Número de pessoas ou testemunhos citados no item reportagem

15.1 Número de pessoas ou testemunhos citados no item reportagem Correio da Manhã (em valores absolutos)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011						Abril de 2011									
	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
< 2 pessoas	3	4	1	-	-	-	1	1	1	1	-	-	-	-	-	1	-	2	-	-	-	-	1	-	-	4	-	-	-	-	1	-
3 a 5 pessoas	1	1	-	-	-	-	-	-	-	2	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-
6 a 10 pessoas	1	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
11 a 20 pessoas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-
> 20 pessoas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

15.2 Número de pessoas ou testemunhos citados no item reportagem Correio da Manhã (em percentagem)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010							Janeiro de 2011							Abril de 2011									
	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
< 2 pessoas	60	50	100	-	-	-	100	100	100	25	-	-	-	-	-	100	-	66,66	-	-	-	-	100	-	-	66,66	-	-	-	-	100	-
3 a 5 pessoas	20	12,5	-	-	-	-	-	-	-	50	-	-	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	16,66	-	-	-	-	-	-
6 a 10 pessoas	20	37,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
11 a 20 pessoas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	33,33	-	-	-	-	-	-	-	16,66	-	-	-	-	-	-
> 20 pessoas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	25	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

15.3 Número de pessoas ou testemunhos citados no item reportagem Diário de Notícias (em valores absolutos)

Mês	Julho de 2010									Outubro de 2010									Janeiro de 2011									Abril de 2011																				
	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31		
< 2 pessoas	12	2	1	2	-	3	5	13	7	6	-	1	-	-	1	7	9	3	1	1	-	1	3	9	10	3	-	-	1	-	1	11																
3 a 5 pessoas	1	-	1	-	-	-	-	3	1	2	1	-	1	-	1	1	2	1	-	1	-	-	-	-	-	-	1	-	1	-	1	-	2															
6 a 10 pessoas	1	3	-	-	-	1	1	-	4	2	-	1	-	-	-	2	-	-	-	-	-	-	-	2	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1			
11 a 20 pessoas	1	1	-	-	-	-	-	-	2	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
> 20 pessoas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

15.4 Número de pessoas ou testemunhos citados no item reportagem Diário de Notícias (em percentagem)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011								Abril de 2011							
	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
< 2 pessoas	80	33,33	50	100	-	75	83,33	81,25	50	60	0	50	-	-	50	63,63	81,81	75	100	50	-	100	100	81,81	76,92	75	-	-	100	-	100	78,57
3 a 5 pessoas	6,66	-	50	-	-	-	18,75	7,14	20	100	-	100	-	50	9,09	18,18	25	-	50	-	-	-	18,18	-	25	-	100	-	100	-	14,28	
6 a 10 pessoas	6,66	50	-	-	-	25	16,66	-	28,57	20	-	50	-	-	18,18	-	-	-	-	-	-	-	-	15,38	-	-	-	-	-	-	7,14	
11 a 20 pessoas	6,66	16,66	-	-	-	-	-	-	14,28	-	-	-	-	-	9,09	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
> 20 pessoas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7,69	-	-	-	-	-	-	-	

15.5 Número de pessoas ou testemunhos citados no item reportagem Público (em valores absolutos)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011								Abril de 2011							
	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
< 2 pessoas	13	7	3	3	3	1	5	11	10	3	1	3	1	-	6	12	10	1	2	2	1	1	3	7	6	2	2	1	-	3	1	10
3 a 5 pessoas	3	2	-	-	-	1	4	1	2	2	1	-	-	1	-	-	-	3	2	2	2	1	1	3	2	6	1	1	2	-	1	3
6 a 10 pessoas	3	3	2	-	-	1	-	1	-	3	-	-	-	-	-	-	1	1	2	1	1	-	-	1	1	-	1	1	-	1	1	-
11 a 20 pessoas	-	1	-	-	-	-	-	1	-	1	1	-	-	-	-	-	1	1	-	-	-	1	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-
> 20 pessoas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

15.6 Número de pessoas ou testemunhos citados no item reportagem Público (em percentagem)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010									Janeiro de 2011									Abril de 2011								
	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9			
< 2 pessoas	68,42	53,84	60	100	100	33,33	55,55	78,57	83,33	33,33	33,33	100	100	-	100	100	76,92	16,66	33,33	40	25	33,33	75	63,63	66,66	22,22	50	33,33	-	75	33,33	76,92			
3 a 5 pessoas	15,78	15,38	-	-	-	33,33	44,44	7,14	16,67	22,22	33,33	-	-	100	-	-	-	50	33,33	40	50	33,33	25	27,27	22,22	66,66	25	33,33	100	-	33,33	23,07			
6 a 10 pessoas	15,78	23,07	40	-	-	33,33	-	7,14	-	33,33	-	-	-	-	-	-	7,69	16,66	33,33	20	25	-	-	9,09	11,11	-	25	33,33	-	25	33,33	-			
11 a 20 pessoas	-	7,69	-	-	-	-	-	7,14	-	11,11	33,33	-	-	-	-	-	7,69	16,66	-	-	-	33,33	-	-	-	11,11	-	-	-	-	-	-			
> 20 pessoas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7,69	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-			

16. Fontes de informação no item reportagem

16.1 Fontes de informação no item reportagem Correio da Manhã (em valores absolutos)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011								Abril de 2011							
	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
Oficial – Governo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Oficial – Instituição partidária	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Oficial – Instituição do Estado	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Não oficial – ONG	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Individual – testemunhos	4	6	1	-	-	-	1	-	1	2	-	-	-	-	1	-	2	-	-	-	-	1	-	-	3	-	-	-	-	1	-	
Individual – Outro	-	2	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	
Várias	-	-	-	-	-	-	-	1	-	1	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	-	-	-	-	-	-	

16.2 Fontes de informação do item reportagem Correio da Manhã (em percentagem)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011								Abril de 2011							
	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
Oficial – Governo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Oficial – Instituição partidária	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Oficial – Instituição do Estado	20	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Não oficial – ONG	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Individual – testemunhos	80	75	100	-	-	-	100	-	100	50	-	-	-	-	-	100	-	66,66	-	-	-	-	100	-	50	-	-	-	-	100	-	
Individual – Outro	-	25	-	-	-	-	-	-	-	25	-	-	-	-	-	-	-	33,33	-	-	-	-	-	-	16,66	-	-	-	-	-	-	
Várias	-	-	-	-	-	-	-	100	-	25	-	-	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	33,33	-	-	-	-	-	-	

16.3 Fontes de informação do item reportagem Diário de Notícias (em valores absolutos)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011								Abril de 2011							
	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
Oficial – Governo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Oficial – Instituição partidária	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Oficial – Instituição do Estado	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Não oficial – ONG	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Individual – testemunhos	7	4	-	-	-	3	1	7	5	3	-	-	1	-	2	3	4	1	-	-	-	-	2	4	7	3	-	-	-	1	5	
Individual – Outro	5	-	1	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Várias	2	-	1	-	-	1	5	9	9	7	1	2	-	-	-	8	7	3	1	2	-	1	1	7	6	1	-	1	1	-	9	

16.4 Fontes de informação do item reportagem Diário de Notícias (em percentagem)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011								Abril de 2011							
	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
Oficial – Governo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Oficial – Instituição partidária	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Oficial – Instituição do Estado	-	16,66	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Não oficial – ONG	6,66	16,66	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Individual – testemunhos	46,66	66,66	-	-	-	75	16,66	43,75	35,71	30	-	-	100	-	100	27,27	36,36	25	-	-	-	-	66,66	36,36	53,84	75	-	-	-	-	100	35,71
Individual – Outro	33,33	-	50	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Várias	13,33	-	50	-	-	25	83,33	56,25	64,28	70	100	100	-	-	-	72,72	63,63	75	100	100	-	100	33,33	63,63	46,15	25	-	100	100	100	-	64,28

16.5 Fontes de informação do item reportagem Público (em valores absolutos)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011								Abril de 2011							
	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
Oficial – Governo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Oficial – Instituição partidária	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Oficial – Instituição do Estado	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Não oficial – ONG	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Individual – testemunhos	12	3	3	-	-	-	1	-	-	-	1	-	1	-	-	4	7	4	2	2	2	2	-	5	2	1	2	3	1	1	-	3
Individual – Outro	7	3	1	-	-	-	-	2	8	1	1	-	1	-	-	1	2	-	-	-	-	-	-	3	1	-	-	-	-	1	-	2
Várias	-	7	1	3	3	3	8	12	4	7	2	2	-	1	6	7	4	2	4	3	2	1	4	3	6	8	2	-	1	2	3	8

16.6 Fontes de informação do item reportagem Público (em percentagem)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011								Abril de 2011							
	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
Oficial – Governo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Oficial – Instituição partidária	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Oficial – Instituição do Estado	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Não oficial – ONG	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Individual – testemunho	63,15	23,07	60	-	-	-	11,11	-	-	11,11	-	33,33	-	-	33,33	53,84	66,66	33,33	40	50	66,66	-	45,45	22,22	11,11	50	100	50	25	-	23,07	
Individual – Outro	36,84	23,07	20	-	-	-	14,28	66,66	11,11	33,33	-	100	-	-	8,33	16,66	-	-	-	-	-	-	27,27	11,11	-	-	-	25	-	15,38		
Várias	-	53,84	20	100	100	100	88,88	85,71	33,33	77,77	66,66	66,66	-	100	100	58,33	30,76	33,33	66,66	60	50	33,33	100	27,27	66,66	88,88	50	-	50	50	100	61,53

17. Item reportagem executada no local

17.1 Item reportagem executada no local Correio da Manhã (em valores absolutos)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011								Abril de 2011							
Dia do mês	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
Sim	4	7	1	-	-	-	-	1	1	4	-	-	1	-	-	1	-	2	-	-	-	-	1	-	-	6	-	-	-	-	1	-
Não	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Indefinido	1	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

17.2 Item reportagem executada no local Correio da Manhã (em percentagem)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011								Abril de 2011							
Dia do mês	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
Sim	80	87,5	100	-	-	-	-	100	100	100	-	-	100	-	-	100	-	66,66	-	-	-	-	100	-	-	100	-	-	-	-	100	-
Não	-	12,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	33,33	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Indefinido	20	-	-	-	-	-	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

17.3 Item reportagem executada no local Diário de Notícias (em valores absolutos)

Mês	Julho de 2010							Outubro de 2010							Janeiro de 2011							Abril de 2011										
Dia do mês	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
Sim	8	5	2	1	-	3	3	11	9	7	1	2	-	-	2	8	5	3	-	2	-	1	2	8	6	3	-	-	-	1	1	5
Não	6	-	-	-	-	-	2	4	4	2	-	-	-	-	-	3	3	1	1	-	-	-	1	3	5	1	-	-	1	-	-	5
Indefinido	1	1	-	1	-	1	1	1	1	1	-	-	1	-	-	-	3	-	-	-	-	-	-	-	2	-	-	1	-	-	-	4

17.4 Item reportagem executada no local Diário de Notícias (em percentagem)

Mês	Julho de 2010							Outubro de 2010							Janeiro de 2011							Abril de 2011										
Dia do mês	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
Sim	54,33	83,33	100	50	-	75	50	68,75	64,28	70	100	100	-	-	100	72,72	45,45	75	-	100	-	100	66,66	72,72	46,15	75	-	-	-	100	100	35,71
Não	40	-	-	-	-	-	33,33	25	28,57	20	-	-	-	-	-	27,27	27,27	25	100	-	-	-	33,33	27,27	38,46	25	-	-	100	-	-	35,71
Indefinido	6,66	16,66	-	50	-	25	16,66	6,25	7,14	10	-	-	100	-	-	-	27,27	-	-	-	-	-	-	-	15,38	-	-	100	-	-	-	28,57

17.5 Item reportagem executada no local Público (em valores absolutos)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011								Abril de 2011							
	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
Sim	14	7	4	1	1	2	7	10	10	6	3	2	1	1	4	12	10	6	5	5	2	3	1	10	8	6	3	3	2	4	2	8
Não	2	3	1	2	2	-	1	4	2	3	-	1	-	-	2	-	3	-	1	-	-	-	2	-	1	2	1	-	-	-	1	3
Indefinido	3	3	-	-	-	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	-	1	1	-	1	-	-	-	-	-	2	

17.6 Item reportagem executada no local Público (em percentagem)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011								Abril de 2011							
	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
Sim	73,68	53,84	80	33,33	33,33	66,66	77,77	71,42	83,33	66,66	100	66,66	100	100	66,66	100	76,92	100	83,33	100	50	100	25	90,91	88,88	66,66	75	100	100	100	66,66	61,53
Não	10,52	23,07	20	66,66	66,66	-	11,11	28,57	16,66	33,33	-	33,33	-	-	33,33	-	23,07	-	16,66	-	-	-	50	-	11,11	22,22	25	-	-	-	33,33	23,07
Indefinido	15,78	23,07	-	-	-	33,33	11,11	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	50	-	25	9,09	-	11,11	-	-	-	-	-	15,38

18. Item reportagem executada por enviado especial

18.1 Item reportagem executada por enviado especial Correio da Manhã (em valores absolutos)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010									Janeiro de 2011									Abril de 2011								
Dia do mês	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9			
Sim	5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-			
Não	-	8	1	-	-	-	1	1	1	4	-	-	1	-	-	1	-	3	-	-	-	-	1	-	-	6	-	-	-	-	1	-			
Indefinido	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-			

18.2 Item reportagem executada por enviado especial Correio da Manhã (em percentagem)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010									Janeiro de 2011									Abril de 2011								
Dia do mês	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9			
Sim	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-			
Não	-	100	100	-	-	-	100	100	100	100	-	-	100	-	-	100	-	100	-	-	-	-	100	-	100	-	-	-	-	-	100	-			
Indefinido	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-			

18.3 Item reportagem executada por enviado especial Diário de Notícias (em valores absolutos)

Mês	Julho de 2010							Outubro de 2010							Janeiro de 2011							Abril de 2011										
Dia do mês	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
Sim	4	2	-	-	-	-	-	2	5	3	1	2	-	-	-	2	-	-	-	-	-	1	-	1	-7	1	-	-	-	-	-	
Não	11	4	2	2	-	4	6	14	9	7	-	-	1	-	2	9	11	4	1	2	-	-	3	10	6	3	-	1	1	1	1	14
Indefinido	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

18.4 Item reportagem executada por enviado especial Diário de Notícias (em percentagem)

Mês	Julho de 2010							Outubro de 2010							Janeiro de 2011							Abril de 2011										
Dia do mês	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
Sim	26,66	33,33	-	-	-	-	-	12,5	35,71	30	100	100	-	-	-	18,18	-	-	-	-	-	100	-	9,09	53,84	25	-	-	-	-	-	
Não	73,33	66,66	100	100	-	100	100	87,5	64,28	70	-	-	100	-	100	81,81	100	100	100	100	-	-	100	90,91	46,15	75	-	100	100	100	100	100
Indefinido	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

18.5 Item reportagem executada por enviado especial Público (em valores absolutos)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011								Abril de 2011							
	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
Sim	6	1	1	-	1	-	1	4	4	3	1	1	-	-	3	3	4	2	1	2	-	-	1	3	2	2	1	1	-	2	2	2
Não	12	12	4	3	2	3	7	9	8	6	2	2	1	1	3	9	9	4	5	3	4	3	3	8	7	7	3	2	2	2	1	11
Indefinido	1	-	-	-	-	-	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

18.6 Item reportagem executada por enviado especial Público (em percentagem)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011								Abril de 2011							
	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
Sim	31,57	7,69	20	-	33,33	-	11,11	28,57	33,33	33,33	33,33	33,33	-	-	50	25	30,76	33,33	16,66	40	-	-	25	27,27	22,22	22,22	25	33,33	-	50	66,66	15,38
Não	63,15	92,31	80	100	66,66	100	77,77	64,28	66,66	66,66	66,66	66,66	100	100	50	75	69,23	66,66	83,33	60	100	100	75	72,72	77,77	77,77	75	66,66	100	50	33,33	84,61
Indefinido	5,26	-	-	-	-	-	11,11	7,14	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

19. Item reportagem exclusiva do meio de comunicação

19.1 Item reportagem exclusiva do meio de comunicação Correio da Manhã (em valores absolutos)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010									Janeiro de 2011									Abril de 2011								
Dia do mês	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9			
Sim	5	8	-	-	-	-	1	1	1	3	-	-	1	-	-	1	-	3	-	-	-	-	1	-	-	6	-	-	-	-	1	-			
Não	-	-	1	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-			

19.2 Item reportagem exclusiva do meio de comunicação Correio da Manhã (em percentagem)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010									Janeiro de 2011									Abril de 2011								
Dia do mês	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9			
Sim	100	100	-	-	-	-	100	100	100	75	-	-	100	-	-	100	-	100	-	-	-	-	100	-	-	100	-	-	-	-	100	-			
Não	-	-	100	-	-	-	-	-	-	25	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-			

19.3 Item reportagem exclusiva do meio de comunicação Diário de Notícias (em valores absolutos)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011								Abril de 2011							
Dia do mês	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
Sim	15	4	1	1	-	3	6	16	13	9	-	1	1	-	2	10	10	4	1	2	-	1	3	11	13	4	-	1	1	1	1	14?
Não	-	2	1	1	-	1	-	-	1	1	1	1	-	-	-	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

19.4 Item reportagem exclusiva do meio de comunicação Diário de Notícias (em percentagem)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010								Janeiro de 2011								Abril de 2011							
Dia do mês	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
Sim	100	66,66	50	50	-	75	100	100	92,85	90	-	50	100	-	100	90,91	90,91	100	100	100	-	100	100	100	100	100	100	-	100	100	100	100
Não	0	33,33	50	50	-	25	-	-	7,14	10	100	50	-	-	-	9,09	9,09	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

19.5 Item reportagem exclusiva do meio de comunicação Público (em valores absolutos)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010					Janeiro de 2011					Abril de 2011													
Dia do mês	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
Sim	18	13	4	2	3	1	7	12	11	8	1	2	1	1	6	12	13	6	6	5	4	2	4	10	9	9	2	3	2	4	3	9
Não	1	-	1	1	-	2	2	2	1	1	2	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	1	-	-	2	-	-	-	-	3

19.6 Item reportagem exclusiva do meio de comunicação Público (em percentagem)

Mês	Julho de 2010								Outubro de 2010					Janeiro de 2011					Abril de 2011													
Dia do mês	17	18	19	20	21	22	23	24	2	3	4	5	6	7	8	9	22	23	24	25	26	27	28	29	2	3	4	5	6	7	8	9
Sim	94,72	100	80	66,66	100	33,33	77,77	85,71	91,66	88,88	33,33	66,66	100	100	100	100	100	100	100	100	100	66,66	100	90,91	100	100	50	100	100	100	100	76,92
Não	5,26	-	20	33,33	-	66,66	22,22	14,28	8,33	11,11	66,66	33,33	-	-	-	-	-	-	-	-	-	33,33	-	9,09	-	-	50	-	-	-	-	23,07