

INSTITUTO SUPERIOR DE CIÊNCIAS DO TRABALHO E DA EMPRESA



AS NOTÍCIAS POR DENTRO

Da relação entre jornalistas e fontes de informação

Ana Aires Duro

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de

Mestre em Comunicação

Orientador:

Professor Doutor António Firmino da Costa

Co-Orientador:

Professor Doutor José Manuel Paquete de Oliveira

Março, 2008

AS NOTÍCIAS POR DENTRO

Da relação entre jornalistas e fontes de informação

ESTUDO DE CASO:

A discussão sobre a Ota como local de um novo aeroporto

AGRADECIMENTOS

Não poderia deixar de agradecer a todos aqueles que me acompanharam, com as suas críticas e opiniões, durante este período de reflexão.

Em primeiro lugar, ao Professor Doutor José Manuel Paquete de Oliveira pela simpatia com que me acolheu desde o primeiro momento e pelo seu permanente apoio na orientação desta Tese.

Ao Professor Doutor António Firmino da Costa por ter aceite a responsabilidade de ser igualmente parte da orientação desta Tese.

Ao Dr. José Leite Pereira, que me facultou o livre acesso aos arquivos do *Jornal de Notícias*, uma colaboração crucial para esta investigação.

A todos os entrevistados, que dispensaram parte do seu tempo e contribuíram, com a sua visão e experiência, para uma abordagem da relação profissional existente entre jornalistas e fontes de informação.

À minha família, por ter entendido que este desafio era importante para mim, apesar de saber que ele lhe roubaria muito do tempo de cumplicidade e de partilha.

Aos amigos que, sob múltiplas formas e manifestações, foram alimentando a energia essencial que me trouxe até ao fim.

A José Saramago, uma presença constante.

À memória do Professor Eduardo Prado Coelho, uma das razões para a escolha deste Mestrado e uma inspiração de muitas manhãs.

ÍNDICE

INTRODUÇÃO

Problemática

Objectivos e estrutura da dissertação

CAPÍTULO I - A MEDIATIZAÇÃO E OS INDIVÍDUOS	12
2.1. A legitimação, um fim último?	15
2.2. Do <i>ethos</i> grego à intimidade como “Deus”	21
2.3. O jornalismo na encruzilhada entre os valores e os <i>best-sellers</i>	26
2.4. Uma subjectividade que interessa	27
CAPÍTULO II - “CAMPO DE FORÇAS, CAMPO DE LUTAS”	36
2.1. O caminho da investigação	37
2.2. Da pesquisa administrativa aos estudos culturais	39
2.3. As “lutas” e as “forças” do campo da notícia	43
2.3.1. O campo de Bourdieu	45
CAPÍTULO III - JORNALISTAS E NOTÍCIAS	57
3.1. O jornalismo e a organização noticiosa	58
3.2. A notícia e os seus valores	62
3.2.1. O primado do imediatismo	65
3.3. Alguns vícios na construção das notícias	67
3.4. Ser jornalista hoje	72
CAPÍTULO IV - FONTES DE INFORMAÇÃO	74
4.1. Um universo heterogéneo	75
4.2. O <i>modus operandi</i> da fonte e o seu poder variável	78
4.3. A ascensão do anonimato	82
4.4. O acesso à agenda e o poder da fonte	86
4.5. A cumplicidade entre o jornalismo e o Poder	89

CAPÍTULO V - ESTUDO DE CASO	93
5.1. Objectivos da investigação e opções metodológicas	94
5.2. Momentos cruciais do novo aeroporto de Lisboa localizado na Ota	96
5.3. A ascensão das fontes na discussão do tema.....	105
5.4. Conclusões	107
6. Reflexão final	111
BIBLIOGRAFIA	114

INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas, foram vários os factores que revolucionaram o *modus operandi* dos media, como sejam a forma de propriedade, a tecnologia ou as formas de recepção. Contudo, pelo facto de este estudo se situar no âmbito da produção da informação, as fontes noticiosas – isto é, os profissionais que o cidadão comum poderá não reconhecer directamente nas notícias mas que coabitam com os jornalistas, assumindo uma co-autoria da tematização e hierarquização da ordem social que a imprensa diariamente apresenta – assumirão nele o principal enfoque.

É muitas vezes no anonimato que estes profissionais interagem com aqueles que detêm o poder da legitimidade pública – a do jornalismo ditar o que é socialmente importante para o público –, através de uma criação sofisticada de factos ou acontecimentos capazes de passarem pelo “portão da informação” (*gatekeeping*) e de serem agendados para derivar em notícia, assim acabando por sugerir e influenciar a ordem social nos termos do “poder simbólico dos media” que Pierre Bourdieu definiu como o “poder de constituir o dado pela enunciação, de fazer crer e fazer ver, de confirmar ou de transformar a visão do mundo” (Pierre Bourdieu, 2001).

Na base desta sociedade mediatizada está um ritual que fontes e jornalistas expressam em práticas colectivas repetitivas e codificadas, que se converte num “laboratório” de *produção da realidade* e que resulta numa “certeza” de todos os dias o indivíduo poder, através do jornal que lê, da rádio que ouve ou da televisão que vê, “perceber, categorizar, organizar e adjudicar sentido e valor às suas percepções, acções e experiências” (Peter Berger e Thomas Luckmann, 1999). Face a este carácter estratégico que os media desempenham na vida social, e à evolução de que eles foram alvo, de forma particular no tocante à “explosão” das fontes de informação, é objectivo desta dissertação estudar a relação estabelecida entre aqueles dois agentes sociais que culmina na criação jornalística, sem a isolar, todavia, do âmbito da produção da informação.

Nesse sentido, a análise à mediação na construção da noticiabilidade será também enquadrada no contexto actual dos media, ou seja, à luz da representação do espaço mediático – principal instrumento de legitimação social –, das fontes de informação – determinantes na definição da agenda, isto é, da ordem social do dia – e dos jornalistas, estes envolvidos por

uma dinâmica em que a concentração de títulos em grupos económicos tende a conduzir a uma “tele-realidade” e a um “círculo fechado” (Serge Proulx, 2000).

Problemática

Com a alteração do funcionamento dos media, várias tendências foram sendo encaradas como se tornando características da imprensa e determinaram a actual “colagem” àquele funcionamento de conceitos como: a hibridação de discursos,¹ que prioriza as notícias que interessam aos destinatários em função do “interesse público”, condição *sine qua non* do jornalismo; a estetização, que relewa o triunfo da imagem e secundariza a vertente dialógica; a exploração emocional, que desemboca num populismo que a sociedade consome, no seu duplo sentido de sujeito e objecto, sendo, sobretudo desde os anos 80, sinónimo de elevados níveis de audiência e de tiragem; a democracia de opinião, que conduz o político a ter como qualidade de “primeira linha” a sua capacidade de comunicação ou, se se quiser, de se mediatizar. Mostra-se hoje urgente, portanto, que todas estas tendências possam ser discutidas fora de uma individualização de objecto, isto é, numa perspectiva abrangente de vinculação à sociedade.

Esta tentativa de analisar o jornalismo numa perspectiva “social como totalidade”, sem o isolar no âmbito da produção da informação, pode ser ilustrada com o pensamento de Aristóteles sobre a *casa* e a *pedra*, isto na medida em que o que este estudo pretende é precisamente que as notícias não sejam encaradas como um *montão de pedras* que compõem uma *casa* – o jornalismo – que não será compreendida, enquanto tal, “se isolarmos cada uma das pedras constituintes e as observarmos só por si; como também não poderá ser entendida se abordarmos a casa a partir da ideia de esta ser uma unidade somativa, isto é, como se ela fosse um montão de pedras” (Elias, 1939:25).

Conduzir uma investigação com este propósito seria compatível com múltiplos ângulos de abordagem, desde a incidência na forma de propriedade dos meios de comunicação social, nomeadamente a sua tendência para a concentração em grupos económicos, à nova ordem de sociedade tecnológica proposta por Manuel Castells ou aos efeitos que a comunicação social exerce sobre as massas. Porém, o enfoque adoptado neste estudo é o da

¹ As estratégias híbridas de comunicação defendidas por Italo Calvino (1990) em *Seis Propostas para o Próximo Milénio* baseavam-se na ideia de que a contemporaneidade da comunicação de massas favorece a emergência de uma “linguagem mediatizada”.

problemática da mediação entre jornalistas e fontes de informação, um tema que se reveste actualmente de capital importância, sobretudo quando se conhece a explosão de mediadores verificada nas últimas décadas através de assessores, porta-vozes ou consultores que se movem pelo objectivo de influenciar a ordem social em função dos seus interesses junto dos variados públicos, tendo-se tal facto constituído num dos factores que revolucionou a comunicação social e que é hoje assumido como uma das principais variáveis que concorrem para a determinação da ordem social.

Apesar da complexidade que atravessa tal análise, dado tratar-se de uma coabitação que sucede frequentemente num plano de confidencialidade, pensa-se que ela poderá contribuir para uma explicação de como a comunicação social, ao confrontar-se com inúmeras propostas de agendamento de factos com proveniência em múltiplos canais de informação e em vários âmbitos organizacionais – empresas, partidos, marcas, universidades –, prioriza as temáticas e constrói, desse modo, os acontecimentos. Dito de outro modo, a questão está em procurar compreender como diariamente se determina a inclusão ou a exclusão de factos na agenda e como se opera o *gatekeeping* e o *agenda-setting*, enquanto acções a montante do processo de construção da noticiabilidade.

Trazer para o primeiro plano de abordagem a ligação e o cruzamento profissional dos actores mais efectivos na construção e manutenção da sociedade mediatizada e cujo principal poder se prende com a validação dos acontecimentos em realidade, implica, no plano teórico, que se proceda a uma análise do jornalismo através da mediação. Isto é, através do ritual que se desenvolve entre as fontes de informação e a comunidade jornalística e que se expressa em chamadas telefónicas, declarações, confirmações e confidências que se diluem no *corpus* da narração.

Como a evidência da notícia se partilha entre a narrativa e o seu autor, e não nas condições que a precederam, surge como natural que os bastidores da noticiabilidade não sejam pensados. De entre as várias razões que podem explicar esta escassez crítica, e que caem predominantemente no âmbito da educação e da cultura, poderá estar a “não-inscrição social”² da relação, uma vez que ela vive no anonimato e que o que passa pelo crivo da mediatização é a narrativa, assim tornando real somente o que ela incorpora.

² O conceito de “inscrição social” é defendido pelo filósofo português José Gil (2005), no seu livro *Portugal, Hoje, O medo de existir*, para sustentar que os factos que não surgem nos media não têm carácter de existência social, não existindo portanto.

“Quando o progresso da democracia é de permitir a cada um, pela informação, de aceder a uma determinada compreensão de múltiplos pontos de vista sobre o mundo, com a condição de continuar a preservar o que continua a distinguir as três forças do mundo, a informação, o conhecimento e a acção” (Wolton, 2005:39), encetar uma incursão sociológica pelas práticas colectivas, repetitivas e codificadas do laboratório de *produção da realidade* poderá outorgar ao cidadão uma relação mais crítica com a informação, ou seja, contribuir para um melhor exercício de cidadania.

Ainda que sem o radicalismo da Escola de Frankfurt³, que via o indivíduo como um sujeito manipulado pela comunicação de massas, como também sem o optimismo de Walter Benjamin, que acreditava que a imprensa estimulava um maior sentido crítico na análise e no julgamento da realidade, é relevante que as pessoas leiam as notícias por dentro quando desfolham o jornal, ligam o televisor ou a rádio ou acedem à internet para saber o que está a acontecer, assim permitindo que enveredem por uma reflexão sobre as suas condicionantes, nomeadamente sobre os factores que lhe deram origem e que determinaram o respectivos ângulo de análise e hierarquização.

A imprensa deve ser encarada na sua complexa teia de políticas, vulnerabilidades e dependência institucional face ao exercício de poder para que os significados e as consequências das notícias tenham uma preponderância maior na acção de cada um, isto na medida em que tenhamos um filtro que permita “quebrar” e seleccionar os aspectos mais próximos da realidade que habitam no espaço público inteligível das palavras e das imagens dos media.

Por todas estas razões, e quando se assiste à emergência de provedores enquanto interface entre público e jornalistas – em Portugal, primeiro nos jornais generalistas e agora na televisão e rádio estatais – e no pressuposto de que do leitor, espectador e ouvinte sobressaia essa capacidade crítica de ler e ver as notícias por dentro, a problemática da produção das notícias adquire uma renovada importância para a actuação dos cidadãos do nosso tempo. Tentar compreender um dos fenómenos mais determinantes da vida social e

³ A Escola de Frankfurt está associada a um grupo de autores que, nos finais dos anos 20 e início dos anos 30, desenvolveram o conceito de “indústrias culturais” e defenderam a ideia de que a standardização orientada por fins comerciais de produtos culturais (como filmes, televisão e jornais) anulava a capacidade crítica dos cidadãos.

referencial dos indivíduos poderá assim constituir uma forma legítima de “lucidez como forma de resistência (Hallimi, 1997:108)”.

Objectivos e estrutura da dissertação

Ao seguir uma abordagem sistémica, a qual possibilita, no entender de Blumler e Gurevitch (2005), uma perspectiva analítica alargada e contribui para contrariar a tendência de sub ou sobre valorizar determinados factores do sistema, este estudo pretende ser um contributo no sentido do conhecimento da dimensão, assim como das componentes mais importantes para a definição do exercício do jornalismo, nomeadamente a da relação diária estabelecida entre jornalistas e fontes de informação.

Numa época em que se assiste a uma enorme multiplicação de fontes, para além das oficiais, as quais se estendem do cidadão comum ao *blogger* ou ao líder de opinião, importa indagar como o “portão da informação” se abre e deixa “entrar” os factos para edição, isto é, importa interrogar o que determina a inclusão ou a exclusão de acontecimentos na agenda e como eles são posteriormente tratados pela “mão” do jornalista e hierarquizados.

Acredita-se que através das representações e valores simbólicos que emanam desta ligação, configuradores por excelência das realidades produzidas pelos media e levadas diariamente ao cidadão, se possa convergir para um desenvolvimento do estudo sociológico das notícias e do exercício do jornalismo e, assim, disponibilizar de algumas linhas orientadoras para que os indivíduos possam proceder a uma análise crítica da ordem social que os media propõem e apresentam.

Esta dissertação está organizada em cinco capítulos. Os primeiros quatro dirigem-se a um quadro teórico em que são enfatizadas as pessoas, os seus padrões, as suas funções, as suas acções, as suas práticas e as suas interacções sistemáticas, bem como os grupos organizacionais em que estão integradas e as estruturas que as envolvem, assim se deixando claramente subentendido que algumas “razões de ser” das notícias e das práticas dos autores da produção noticiosa se encontram neste pulsar social quotidiano.

Deve sublinhar-se que um dos recursos metodológicos adoptados nesta investigação foi a realização de entrevistas semi-abertas a um conjunto de profissionais de relevo, acreditando-se que as suas percepções e experiências se constituíam cruciais para este

estudo; foram desenvolvidas 11 entrevistas no âmbito do jornalismo – jornalistas, editores, directores de jornais – e das fontes de informação que condicionam a selecção de factos – assessores de imprensa e líderes de opinião. Estes testemunhos encontram-se disseminados ao longo dos capítulos III, IV e V e, embora sem que eles possam conduzir a generalizações, os seus discursos fornecem pistas muito interessantes para uma melhor compreensão dessa relação de “luta” e de “negócio” que está na base da definição das agendas noticiosas e da ordem social propriamente dita. De sublinhar, ainda, que as entrevistas foram direccionadas para a relação profissional, tendo sido colocada apenas uma questão relacionada com o estudo de caso, momento em que os entrevistados se pronunciaram, à luz da relação entre jornalistas e fontes de informação, sobre o processo mediático do novo aeroporto internacional de Lisboa a localizar na Ota.

É precisamente deste tema que trata o estudo de caso que integra o capítulo final, debruçando-se sobre a sua cobertura jornalística no *Jornal de Notícias* entre Setembro de 2002, momento em que o governo de Durão Barroso anuncia a elaboração da infra-estrutura aeroportuária na Ota, até ao reaparecimento do projecto como “desígnio nacional” (a par do TGV) no actual executivo de José Sócrates. Com a análise dessa cobertura jornalística, visou-se proceder à identificação dos momentos cruciais, à apresentação dos protagonistas envolvidos e à análise das suas afirmações e à constatação de como as fontes de informação concorreram decisivamente para a produção noticiosa. Ainda que, no cômputo geral, o resultado final do trabalho deva ser menos encarado como uma leitura abrangente dos mecanismos de acesso das fontes e da sua participação nas notícias do que associado a um contributo tendente a evidenciar a complexidade social associada à luta travada entre as várias fontes.

CAPÍTULO I

A MEDIATIZAÇÃO E OS INDIVÍDUOS

“Para compreender a maneira como a sociedade se representa a si própria e ao mundo que a rodeia, é a natureza da sociedade, e não a dos particulares, que devemos considerar. Os símbolos com que ela se pensa mudam de acordo com o que ela é”

Émile Durkheim

Um dos maiores desafios que se coloca hoje aos indivíduos é o da compreensão do espaço simbólico da comunicação social como um campo dentro da estrutura social, reflectindo a vida quotidiana na sua coerência e contradição, acção e simulação, avaliação e sentença; de tal modo que as suas notícias, amplificadas pelas imagens e palavras do jornalismo, ilustram a sociedade na sua complexidade económica, política e cultural.

Sabe-se todavia, que emergem no quotidiano comentários opostos a essa consideração da imprensa como um reflexo eminentemente social de uma realidade em que cada indivíduo participa; dá-se então, por vezes, particular ênfase à ideia de que não se tem a ver com o espaço público fabricado pela imprensa, assim se relevando a não implicação do indivíduo naquele que é um dos mais determinantes campos sociais contemporâneos e se considerando as notícias como derivadas de um processo de atomização e não dos vários sistemas, ou seja, como um “todo social”.

Esta perspectiva talvez se torne mais evidente quando as “peças” jornalísticas não são favoráveis – e o ser desfavorável pode ter a ver, muitas vezes, com a realidade que se ignora ou não se aceita –, resultando num determinismo que pode ou não ser uma tentativa de se acreditar que a realidade não corresponde ao que se precisa que ela seja. Quando defendido como fenómeno individualizado, onde cabe toda a suspeita, o jornalismo pode ser a “tábua de salvação” para se eliminarem focos de preocupação ou de alarme, visto que tudo o que se lê, ouve e vê não tem uma efectiva dimensão de real.

Na génese deste tipo de considerações encontram-se instituições sociais que, à luz da caracterização de Ulrich Beck, são “guardiões de uma realidade social que tende a desaparecer” e justificam o seu enfraquecimento através de uma culpabilização da comunicação social: governos e partidos políticos cada vez mais desorientados quanto à fórmula de conquistar o eleitorado e agir politicamente; células familiares que não aceitam a *destraditionalização*⁴ como consequência *não pretendida* e enquanto uma das principais características da evolução das sociedades modernas.

Política e Família, como também outros grupos sociais, ao imputarem à comunicação de massas uma não facticidade que desordena a ordem social e desestrutura a realidade, estão com isso a exaltar a negação da mediatização como um produto do mundo, isto é, como uma

⁴ A *destraditionalização* é um conceito que Anthony Giddens apresenta em *Consequências da Modernidade* ao abordar o enfraquecimento dos valores e padrões familiares no âmbito de um tempo que o autor designa, tal como Ulrich Beck, por *segunda modernidade* ou *modernidade tardia*.

decorrência dos factores de modernização. Philippe Breton associa a essa percepção desajustada da comunicação contemporânea, por parte de quem recebe o trabalho jornalístico, ao “doente (sociedade) que desperta depois de um acidente grave que o atingiu em profundidade e de quem se sente responsável, mas encontra a origem da sua nova alegria nos sítios exactos em que deixou de sentir dor. Os valores da comunicação aparecem, portanto, como valores reaccionais e de alguma forma pós-traumáticos” (1992:94).

Como propõe Beck: “Num quadro de modernidade tardia, tornou-se totalmente impossível compreender a sociedade e os sistemas parciais – economia, política, família, cultura – independentemente da natureza (...), na sua forma de problemas sociais, *problemas do homem* que o ligam à sua história, às suas condições de vida, às suas relações com o mundo e realidade, à sua organização económica, cultural e política” (Ulrich Beck, 2001: 148).

Assim, uma abordagem acerca da actual dimensão mediática – que neste estudo se centrará na relação entre jornalistas e fontes de informação – como condicionante da relação e da visão do mundo dos indivíduos exigirá que não se ignore: (i) o homem na sua necessidade e desejo de ser reconhecido, possibilitando-lhe os media a oportunidade de ilustrar notícias e/ou ser sujeito das mesmas e assim o tornando alguém sobre quem se fala e se escreve; (ii) o homem que consome a comunicação social em função dos seus interesses e carências, sobretudo emocionais; (iii) o homem social que, na sua dupla função de criador e consumidor, estrutura e determina a notícia.

De um sentido individual para um sentido mais amplo, sendo que este fenómeno deverá ser igualmente enquadrado num tempo em que se cultiva a visibilidade do poder e da riqueza, em que se exalta a *performance* individual e em que, para além de se mistificarem atributos como a beleza, a inteligência, a sedução ou a fama, se “hiper-valoriza” a reunião de todas essas características como símbolo da perfeição humana. De uma época em que o corpo do homem individualizado vive com um “controlo rotineiro (...) do ser-se objecto da confiança dos outros em verem-nos como competentes” (Anthony Giddens, 1997:53-54).

Apesar de todos estes traços de *socialização dependente*⁵ que compõem as sociedades modernas e determinam os relacionamentos dos cidadãos com a vida e com outros serem apreendidos no palco dos media, eles não são um produto dos seus discursos e imagens pois que provêm das “entranhas” de cada um. É, portanto, deste homem social que se parte para uma tentativa de contextualização da sociedade mediatizada.

2.1. A legitimação, um fim último?

A legitimação – conceito introduzido por Max Weber – enquanto representação social continua a ser determinante, não só para o que o autor chamava de “domínio” mas também para a referencialidade que os homens encontram nos factos e nas pessoas incluídos na ordem social do dia, isto é, através e na autenticação dos media enquanto orientação do que importa e do que é válido.

Neste sentido, e se “o reconhecimento da legitimidade mais absoluta não é outra coisa senão a apreensão do mundo comum como coisa evidente, natural que resulta da coincidência quase perfeita das estruturas objectivas e das estruturas incorporadas” (Pierre Bourdieu, 2001:145), poder-se-á considerar que os significados de verdadeiro ou de relevante decorrem do facto de ser-se ou não levado à praça pública pelas palavras e imagens dos jornalistas, de uma relação com o ser-se ou não uma referência pública. Se a imprensa valida o facto, corporizando-o em personalidades, empresas e marcas através da sua inclusão no respectivo espaço editorial, é porque ele encerra valor, é real e, por isso, se ordena no dia-a-dia. Talvez, hoje grande parte das pessoas desconfie do que não conhece através da imprensa e, por isso, tenha uma maior predisposição para acreditar naquilo que é apresentado “pela mão” dos credíveis profissionais do jornalismo, o que faz com que as considerações do indivíduo acerca de algo ou de outrem dependam dessa relação de se ser ou não uma referência pública. Essa referencialidade que o indivíduo encontra nos temas apresentados pela imprensa pode ainda resultar reforçada nos seguintes termos: “a

⁵ Para Ulrich Beck, a emancipação trouxe aos indivíduos uma dependência que o sociólogo destacou a vários níveis: “mercado, formação, consumo, regulamentação, sistemas de protecção das leis sociais, organização da circulação, ofertas de consumo, possibilidades e modos no domínio de consultas e tratamentos médicos, psicológicos e pedagógicos” (2001:282).

presença de outros que vêem o que vemos e ouvem o que ouvimos garante-nos a realidade do mundo e de nós mesmos” (Hannah Arendt, 2001:65).

Como fim último de muitos grupos sociais, dado o seu poder de referencial, a legitimação edifica-se dentro da estrutura social através dos seus autores (poder, fontes de informação e jornalistas), num quadro social em que: (i) os media são um dos principais actores sociais, tendo a concessão de legitimar; (ii) o espaço público da imprensa se tornou no maior desejo dos indivíduos, ora daqueles que o procuram para se “inscreverem”, e serem assim dotados de realidade, ora daqueles que o consomem para se situarem na ordem do mundo e, inclusive, se projectarem nos sujeitos das narrativas; (iii) é natural que a diferenciação e a exteriorização de poder se meçam hoje pela frequência de referências mediáticas; (iv) a atenção dos media é selectiva, decorrendo a escolha de factos do interesse do público; (v) integrar a agenda dos media é o resultado de um trabalho, muitas vezes intensivo, de programação e de tentativas falhadas por parte de bastidores profissionais. Nesse sentido, a comunicação social, para além de se ter tornado num desejo e numa dependência do *comum dos mortais*, ela está hoje intimamente ligada à forma como a política se faz, julgando-se que da primeira depende o sucesso da última. Nas palavras de Eduardo Prado Coelho:

Entre os humanos, comunicar abre um espaço de vazio que intensifica o desejo de comunicar sempre mais – um mais que é apenas a repetição de um menos. Mesmo no plano da prática política, os governos recompensam-se e gratificam-se na ilusão de que as políticas teriam êxito se acaso os seus autores e promotores conseguissem comunicar mais e melhor. Se falharam, isso não tem a ver com os políticos, mas é apenas porque falharam as técnicas de comunicação (2004:52).

É envolvida neste conjunto de condições que a vida mediática se cria e recria todos os dias; foi e é neste ambiente que as fontes de informação programa(ra)m eventos, planea(ra)m acções para determinar as agendas e estuda(ra)m discursos para que os holofotes das câmaras, os microfones e os blocos de notas mold(ass)em a ordem social em função dos seus interesses, os quais podem ser vários e estratégicos sem prejuízo de um deles ser omnipresente porque inato ao ser humano e lhe estar nas “entranhas”: a admiração pública, a glorificação, ou no sentido de Thomas Hobbes, a “vanglória”.

E quem melhor que os meios de comunicação social para suprir e alimentar esta necessidade do homem social? De facto, nada neste tempo é tão efectivo como as palavras e as fotografias que os jornalistas produzem. A este propósito, vale a pena trazer à colação uma esclarecedora ilustração do homem intelectual de Prado Coelho:

O escritor viverá sempre a pensar na outra metade. Não apenas o escritor, mas o cineasta, o compositor, o artista plástico. São a tragi-comédia do desejo de reconhecimento. Porque aquele tem mais linhas no jornal do que eu. Porque aquele foi citado e eu evocado sem que se mencionasse o meu nome. Porque aquele teve uma biografia de 500 caracteres e eu apenas de 450.⁶

Mas não é apenas no “escritor” ou no “cineasta”, que se expressa esta “necessidade de reconhecimento”, como a intitula Prado Coelho; ela não se limita apenas aos indivíduos que encontram nos media a “balança” do valor dos seus trabalhos, visto que cada um procura diariamente, seja no âmbito profissional seja no plano familiar e pessoal, uma valorização de si e da sua autoria, a *distinção* no sentido de Bourdieu “como diferença inscrita na própria estrutura do espaço social (...), enquanto transfiguração simbólica das diferenças de facto, e mais geralmente, os níveis, ordens, graus ou quaisquer outras hierarquias simbólicas (...) como por exemplo os pares de adjectivos empregados para enunciar a maior parte dos juízos sociais” (2001:144-145).

Umbilicalmente ligada a esta dependência do parecer, a actual estruturação mediática é o reflexo das relações, saberes e experiências da sociedade. No fundo, ela desemboca na nossa quotidianidade como algo “organizado como uma cena, com intercâmbio de acções teatralmente inflamadas, contrapontos e réplicas finais”, como destaca Erving Goffman na sua célebre dissertação sobre o dia-a-dia do indivíduo (1959: 83) em que, através de uma “metáfora teatral”⁷, demonstra a necessidade de ficção na vida social:

⁶ Eduardo Prado Coelho “O Desejo de Reconhecimento”, jornal *Público* de 1 de Março de 2004.

⁷ Mauro Wolf, em *Sociologias de la vida cotidiana*, segue de perto a obra *A apresentação do eu na vida de todos os dias* (1959) de Erving Goffman e introduz a designação de “metáfora teatral” para sublinhar que o autor não queria “assegurar que a vida quotidiana e o teatro sejam a mesma coisa, uma vez que a representação não está confinada ao reino da ficção e que constitui um dispositivo importante e essencial na vida quotidiana” (1979: 96).

O eu desempenhado é considerado como uma espécie de imagem, geralmente credível, que o indivíduo, com o seu palco e com a sua personagem, tenta fazer com que os outros vejam nele. Embora esta imagem seja mantida *a respeito* do indivíduo, de tal maneira que leva a que um eu lhe seja imputado, esse eu, em si próprio, não resulta do seu detentor, mas do conjunto global da cena em acção, sendo produzido por esse aspecto dos acontecimentos locais que os torna interpretáveis por aqueles que os testemunham. Uma cena correctamente encenada e desempenhada leva a audiência a imputar um eu a uma personagem desempenhada, mas essa imputação – esse eu – é um *produto* da cena apresentada e não a sua *causa*. O eu, portanto, enquanto personagem desempenhada, não é uma coisa orgânica, com uma localização determinada, cujo destino fundamental se resume em ter nascido, amadurecer e morrer; é um efeito de ordem dramática que resulta difusamente de uma cena representada, e a questão decisiva que se põe a seu respeito, o seu problema essencial é o de ser ou não ser acreditado (1959: 295).

O quotidiano poderá dar-nos, assim, alguns elementos de compreensão da actual expressão mediática enquanto representação da vida de todos os dias em que o indivíduo é captado na sua mais fiel e natural relação com o mundo: em representação contínua, aquela que é a sua mais provável realidade permanente.

Ainda na quotidianidade, a natureza de mercantilização que hoje envolve a vida social constituiu-se como um dos traços que igualmente determina a relação do eu com o espaço mediático. Com efeito, contemporaneamente, os *factos sociais*⁸ adquirem o seu pleno sentido numa *sociedade de consumo* em que a aquisição de algo posiciona e situa o indivíduo no lugar dos símbolos e valores por si pretendidos, no fundo a base da tomada de decisão de compra enquanto possibilidade de recriação da sua exterioridade. E por que razão tal sucede? Entre várias motivações que suportam esse comportamento, estará certamente a crença por parte do sujeito na sua projecção em algo (objecto) – do relógio à carteira que traz todos os dias, ao livro que lê e até aos espaços sociais que frequenta – ou em alguém (indivíduo) – do apresentador de televisão ao político mediático, passando por

⁸ Para Émile Durkheim, *factos sociais* seriam “maneiras de fazer ou pensar, reconhecíveis pela particularidade de serem susceptíveis de exercer uma influência coerciva sobre as consciências particulares”. Para o referido sociólogo, *os factos sociais* “existiam de uma forma definida, que têm uma maneira de ser constante, e uma natureza que não depende do arbítrio individual e de onde derivam relações necessárias”.

outros actores do *star system*⁹ – que, através de um processo de transferência, lhe permita usufruir não apenas de um empréstimo de significados do que é consumido mas, e acima de tudo, da sua incorporação posterior, convertendo em realidade o que era *a priori* uma manifestação de desejo.

Como *leitmotiv* do consumo, essa vontade de *parecer-se com* ou de *ser-se associado a* leva a tentativas de recriação que têm como ponto de partida a reunião – traduzida na compra – de todas as características visíveis do objecto ou do indivíduo desejado e que, apesar de diferirem na sua materialidade, partilham de uma semelhante associação de conceitos – intimistas do onírico – como o sucesso e a fama das suas identidades; uma tendência humana de focalização no ilusório que foi bem caracterizada por Abraham Moles: “O mercado dos indivíduos constitui-se com base na fantasia, na simpatia, na vitrina bem iluminada do outro lado da calçada. (...) os mitos, as imagens de felicidade, as imagens dos filmes são os elementos fundamentais do comportamento dos consumidores (1986: 248) ”.

Num tempo de “mitos das imagens”, o ser reconhecido publicamente nos media, quer seja a comentar um assunto social por razões de competência académica ou de experiência profissional – ou pelas duas juntas – quer seja a pousar para as objectivas tendo como pano de fundo o mais desejado local para passar férias, converge num único sentido, independente do valor social díspar que separa aquelas duas situações: o de a comunicação social legitimar e, com isso edificar na nossa mente, inequívocas provas de êxito. Afinal, ambas são públicas, e é essa consideração que se releva, independentemente de acaso a imagem ultrapassar o pensamento, a estetização, a ideia, o improvisado, a encenação e assim converter o espaço mediático no fim e no meio do indivíduo, no teatro em que decorre a vida social. Como disse Goffman: “Quer posemos para a fotografia ou executemos uma verdadeira acção ritual, entregamo-nos a uma mesma representação ideal de carácter comercial, que é suposta descrever a realidades das coisas (1999: 189) ”.

Já na segunda metade do século passado, Jean Braudillard, um dos mais proeminentes teóricos pós-modernista¹⁰, concebia a felicidade como “a referência absoluta da sociedade de consumo, revelando-se como o equivalente autêntico da *salvação*” (1987:47); ora se

⁹ O *star system* é encarado como um dos fenómenos resultantes da pós-modernidade, da valorização excessiva das imagens e da chamada “tele-realidade”.

¹⁰ O Pós-Modernismo ficou caracterizado pelo seu cepticismo quanto a uma sociedade orientada pela história e pelo progresso e via os indivíduos como incapazes de responder às dinâmicas globalizantes.

hoje, e segundo aquele sociólogo francês, se convive com esse objectivo de vida é porque “o mito da felicidade recolhe e encerra, nas sociedades modernas, o *mito da igualdade*”, o que nos conduz então à associação e recriação atrás abordadas a propósito do que se compra movido pela necessidade de se querer fazer parecer assim como de ser julgado no grupo que se almeja.

É, pois, a aspiração humana que procura a não exclusão do grupo ou da classe, adoptando estilos de vida e padrões de comportamento adequados para uma rotulagem efectiva e que, depois de alcançada, dará lugar a uma luta inversa, a da disputa pelo sobressair, pelo destaque num meio pluralizado e em que se quer a distinção como tentativa de evidência de valor, podendo eventualmente recorrer-se a um dos meios para tal alcance: a exteriorização através dos media, com o subentendimento da felicidade que daí decorre.

Mas, é quando Braudillard afirma: “para ser o veículo do mito igualitário é preciso que a felicidade seja mensurável” que se encontra o elemento detonador da “explosão” do fenómeno de mediatização de que se tem vindo a falar, uma vez que é através da quantificação de referências mediáticas que se conta a felicidade do comum dos mortais. Convertendo-se, desse modo, os gestos ou as tentativas de encenação e teatralização num exercício, com o lógico objectivo de aceder ao palco onde essa graciosidade humana e social – ser feliz porque se tem sucesso, se é reconhecido, se é uma celebridade¹¹ – se mede através da dimensão da narrativa jornalística e do número de fotografias que se inscrevem nas páginas de jornais e de revistas. Afinal, “o acontecimento situa, o cerimonial ritualiza e a comemoração mantém através da repetição” (Balendier, 1992:133). É, pois, a felicidade através da e na comunicação nas massas.

Sem a pretensão de se justificar o fenómeno mediático a partir da legitimação como um dos fins últimos da sociedade contemporânea, trouxe-se o poder simbólico, a quotidianidade como dimensão de *Umwelt* (Goffman), “mundo fenoménico com o qual o indivíduo está rotineiramente em contacto”, numa tentativa de desvendar o homem social que produz e reproduz modos de vida, mediados pela lei do mercado e captados pela imprensa: na paixão pela visibilidade, na obsessão pela *performance*, no sonho da

¹¹ A celebridade é alguém que se evidencia e se afirma pela sua presença nos media, podendo ser oriunda da música, do desporto, do cinema, da televisão, etc. Trata-se de uma figura que surge no âmbito das chamadas *sociedades de entretenimento*, assumindo ela o lugar de líder ou de herói.

“vanglória”, na vocação de “teatralização, na tendência de focalização no ilusório e na crença da felicidade via consumo.

Todos estes indícios que estruturam a vivência individual e que, no entender de Beck, demonstram um “abandono do tangível”, devem ser alvo de leituras aprofundadas quando se procede a uma análise da actual produção jornalística; não para defender possíveis ascendências na discursividade e narratividade jornalísticas que determinam a ordem social em função dos interesses do poder – económico, político ou cultural – e, assim, justificar orquestrações e conivências mas porque elas se impõem automaticamente quando “os discursos dos media só são aceites quando socialmente admitidos”¹².

2.2. Do *ethos* grego à intimidade como “Deus”

Da *ágora* da *polis* grega ao *fórum* da *Respublica* dos romanos, dos salões e cafés das cidades até aos *mediums* modernos, o espaço público onde se exterioriza e se discute a vida social através de discursos críticos – e que hoje é diariamente construído e apreendido através do jornal, da televisão ou da Internet – assumiu-se desde sempre, por ser o lugar onde os homens se tornam sujeitos a partir das relações entre si e com os outros, como um dos campos onde confluem as grandes complexidades sociais.

Dado o carácter difusor e amplificador dos meios de comunicação social, percebe-se por vezes, através de comentários do dia-a-dia, que se incorre no erro de eles serem em si mesmos o espaço público, dirigindo-se toda a complexidade deste fenómeno social para uma justificação neles e a partir deles. Apesar de considerações deste género serem, de algum modo, naturais, tais considerações não deixam ser alarmantes ao revelarem um certo sintoma de alienação da actividade humana. Para inverter essa manifestação, as ciências sociais recorrerem a vários caminhos, entre os quais o da história, uma vez que trazer as transformações sócio-históricas para o contexto da “explosão da comunicação” e, em concreto, para o actual espaço público enquanto possibilidade de “inscrição social” (José Gil, 2005) e palco íntimo e personalizado, poderá contribuir para o fomento de uma análise crítica como “resgate” de uma melhor cidadania.

¹² Afirmção de Paquete de Oliveira no 4º Congresso da SOPCOM (Associação Portuguesa das Ciências da Comunicação) e transcrita na edição nº 25, Janeiro/Março 2006, da revista *Jornalismo e Jornalistas*.

Nesse sentido e a esse propósito, os contributos de interpretação do mundo contemporâneo de Hannah Arendt e de Richard Sennett afiguram-se fundamentais. É, por um lado, a Grécia Clássica – recuperada por Arendt em *A Condição Humana* (2001) – com o seu ideal de separação entre o espaço público (*polis*), espaço de liberdade e de acção comum à vida pública (*koinon*), e a casa (*oikos*), domínio da vida privada; é, por outro lado, o Antigo Regime do século XVIII – que Sennett aborda em *O declínio do Homem Público* (1992) – como tempo de perda da vida pública em que a intimidade diminui a sociabilidade e o esvaziamento da vida pública distancia o homem moderno de temas de interesse comum.

Apoiada na perspectiva aristotélica, Hannah Arendt considerava a esfera pública como pertencente ao domínio da vida política, uma vez que se expressava como acção (*praxis*) e discurso (*lexis*). Para a filósofa, o público era tudo: “tudo o que poderia ser visto e ouvido por todos (2001: 64)”. Como sinónimo de acção, o espaço público era igualmente o lugar que permitia, através das suas leis – Sennett chama-lhe regras e convenções –, a igualdade entre os cidadãos, não entendida como homogeneização mas como reconhecimento das suas diferenças.

Já o privado como “ausência de outros”, no caso dos gregos que viviam uma liberdade e igualdade na *polis*, se confinava à esfera da vivência familiar da casa – ao contrário dos romanos que, dominados pelo poder imperial, admitiam a coexistência entre o público e o privado –, rejeitando-se assim a acção política fora da esfera pública: “Não possuir um lugar próprio e privado significava deixar de ser humano (Arendt: 2001: 78)”.

Na modernidade, essa distinção entre o público e o privado dissolve-se com a ascensão da dimensão social, sendo o espaço do comum (*koinon*) da vida política da *polis* encarado sob as normas da vida privada enquanto o domínio privado é invertido e passa a ser do “interesse do colectivo”. Sucede, assim, uma diluição de barreiras entre a vida comum a todos e a vida restrita a alguns. Para Arendt, essa perda simbólica do que é privado e do que é público era sobejamente coactiva para o homem social, uma vez que não impedia a excelência através do confronto de opiniões e que favorecia a homogeneização do pensamento.

Em *O declínio do Homem Público*, Richard Sennett mostra como as percepções dos domínios da vida pública e privada são alteradas, a partir do século XVIII, pelo modo como

a cultura urbana incorporou o emergir do capitalismo industrial e da nova forma de secularização. Por um lado, a homogeneização de produtos possibilitada pela Revolução Industrial, fazendo surgir uma relação entre vendedor e cliente e criando uma “vida material”, e a privatização da vida burguesa, em que a avaliação da vida pública é feita a partir da moralmente superior vida privada; por outro lado, a secularização na sua recusa da transcendência do mundo, deixando os Deuses e Deus de ser onnipresentes e onipotentes e passando-se a valorizar e a privilegiar o sentido e a significação dos factos, ou seja, assumindo-se as emoções humanas como essenciais na e para a revelação de cada um em público. Com essa aclamação da personalidade na vida pública, cada um se apresentando e sendo interpretado através dos traços auto-declarados, louva-se a intimidade como um “Deus”.

Para Sennett, a “ideologia da intimidade” – como ele designa – tornou-se a principal vocação do homem moderno, pelo facto de o plano privado ser responsável por lhe despertar a paixão e lhe determinar os interesses. Virado para si mesmo, em processos de auto-absorção e de procura de uma auto-realização, o indivíduo acredita que são os seus sentimentos que lhe concedem a oportunidade de existir socialmente. Em consonância com Sennett, Arendt diz: “a grandeza cedeu ao lugar do encanto; pois embora a esfera pública possa ser grande, não pode ser encantadora precisamente porque é incapaz de abrigar o irrelevante (2001: 66-67)”.

Desse modo, o espaço privado converte-se, face ao impessoal mundo público, no lugar de excelência da sociedade moderna, dada a crença na superioridade do que é sentido e vivido no plano dos sentimentos, das emoções, dos afectos, da confiança e da abertura. Numa “terra mais conduzida por sensações do que por princípios” (Alexis de Tocqueville, 2004), os impulsos e a paixão tornaram-se na solução para uma vida social mais profunda, não sem logicamente embaterem no conjunto de regras, procedimentos e sentimentos estereotipados que integram o “jogo” da interacção social. Porém, se “nunca como hoje, as pessoas estiveram preocupadas com as suas histórias de vida e, em particular, com as suas emoções, isso é mais uma armadilha do que uma libertação (Sennett, 1992:5)”, na medida em que essa focalização permanente no privado deriva num distanciamento do cidadão perante a vida política e num estado de passividade face ao interesse público.

As emoções e as pessoas, nomeadamente a imagem e a percepção que se faz delas, tornaram-se paulatinamente uma obsessão da vida social. “Hoje, a crença predominante é que a proximidade entre pessoas é um bem moral. Hoje, a aspiração predominante é desenvolver uma personalidade individual através de experiências de proximidade e de cumplicidade com os outros. Hoje, o mito predominante é que os malvados da sociedade podem ser compreendidos como malvados da (im)personalização, da alienação e da indiferença. A soma dos três é a ideologia da intimidade: as relações sociais de todos os géneros são reais, credíveis e autênticas (Sennett, 1992: 259)”.

A crença iluminista da humanidade comum desaparece, sucedendo em seu lugar uma crença na diferenciação da pessoa a partir de leituras de impressão de que são exemplo a análise do sujeito pela forma como se expressa ou se veste. A aparência deixa, desse modo, de ser factor de distanciamento, como era com o primado da racionalidade, para se assumir como apresentação do eu perante os outros. Como sublinha Arendt:

A realidade é a aparência – aquilo que é visto pelos outros e por nós mesmos. Uma vez que a percepção da realidade depende totalmente da aparência, e portanto da existência de uma esfera pública na qual as coisas possam emergir da treva da existência resguardada, até a meia-luz que ilumina a nossa vida privada e íntima deriva, em última análise, da luz muito mais intensa da esfera pública (2001: 65).

Nesse sentido, a legitimidade do homem político ou do homem empresário dos nossos tempos poderá largamente derivar desse julgamento de emoções e de percepções imediatas que, na maioria das vezes, decorre durante ou após a mediação encetada pela comunicação social com os telespectadores ou leitores. Passa-se a admirar ou não, a gostar ou não, de quem se conheceu na televisão ou no jornal, numa lógica subjectiva que quase sempre é paralela ao “espelho” de cada um.

O mito de Narciso – o deslumbramento do sujeito quando se depara com a sua imagem nas águas do rio e, capturado pela sua beleza, se torna incapaz de ver o outro (o perigo da água) – é recuperado por Sennett para evidenciar o homem contemporâneo que, tal como o Narciso, não consegue estabelecer uma fronteira entre si e o outro e, por isso, assume a realidade como o reflexo do si, nada existindo para além dele próprio. Como o sociólogo

descreve, o narcisista “procura sempre uma expressão ou reflexo dele próprio na experiência, ele desvaloriza cada interação ou cena particular, porque ele nunca estará suficientemente envolvido em quem é (1992: 325)”. Talvez pela razão de que, e recuperando a tese de Alexis de Tocqueville:

(...) à medida que todos os homens se assemelham cada vez mais, cada um sente-se cada vez mais fraco perante os outros. Não descobrindo nada que os eleve acima deles e que os distinga deles, desconfia de si mesmo quando o combatem; não só duvida das suas forças como acaba por duvidar do seu direito, e está bem perto de reconhecer que errou quando a maioria o afirma. A maioria não tem necessidade de o contradizer, convence-o (2004: 280).

Ao passar a ser filtrado, deste modo, pelo eu, o mundo faz com que os assuntos públicos sejam reflectidos e discutidos em termos de sentimentos pessoais e se reduza, conseqüentemente, a vida exterior à relação do sujeito com o seu íntimo. Esta ascendência da índole psicológica é encarada como o aspecto mais pernicioso do carácter intimista da vida social moderna pois a interpretação da realidade é orientada por uma explicação psicológica que leva a que o mundo público seja ajuizado à luz da vida privada, por isso relevando as pessoas, ou melhor, as impressões que se fazem delas, em detrimento das ideias e das acções. Triunfa, pois, a intimidade.

A esse propósito, já o autor de *A Democracia na América* dizia:

É bem menor a força de um raciocínio do que a autoridade de um nome que produziu grandes e rápidas mutações das opiniões humanas (...), os povos democráticos não têm nem o vagar nem o gosto de ir à procura de opiniões novas. Mesmo quando chegam a duvidar das que possuem, conservam-nas apesar disso, porque lhes seriam precisos muito tempo e meditação para as mudar; guardam-nas, não como certas, mas como estabelecidas (2004: 279).

Entre a liberdade pela acção e linguagem do espaço público do *ethos* da Grécia clássica de Arendt e o “eu intimista” do Antigo Regime de Sennett, encontram-se duas críticas à modernidade e ao seu homem. Duas interpretações que mostram como as notícias do espaço público não existem de *per si*, não derivam directamente do que os media fizeram e fazem delas mas sobretudo do que o cidadão fez e faz delas na sua vida quotidiana.

2.3. O jornalismo na encruzilhada entre os valores e os *best-sellers*

Será possível falar de objectividade jornalística quando a sociedade contemporânea convive e vive da intimidade, procura uma incessante legitimação da sua existência, da sua autoria e do seu papel social através da criação de múltiplas situações que, de acordo com o “valor-notícia”, sejam agendadas e referenciadas na e pela imprensa, conduzindo a que uma parte da mediação social resulte dessa multiplicação de actores de “discurso de comunicação” que actuam na lógica da mediatização? Continuará a distância crítica a ser um valor eticamente desejável quando, por um lado, a “lei” orientadora dessa indústria continua a ser ditada pelas audiências e tiragens e, por outro, a “lei da procura” é sensível à espectacularização e ao carácter emocional da informação? Como se revela a objectividade em processos diários de selecção, angulação e hierarquização das notícias, sabendo-se à partida do benefício dado a quem melhor comunica e às mensagens mais facilmente comunicáveis? E quando esses exercícios resultam numa homogeneização da informação, numa “mesmidade” como lhe chamava Ortega y Gasset?

Apesar de a legitimidade do jornalismo não ser uma problemática específica de hoje, uma vez que a sua discussão já acontece desde a fase industrial da imprensa no século XIX, a questão esteve bem presente na sociedade portuguesa nos últimos dois anos, conhecendo uma escalada de tensão em torno da excelência profissional dos jornalistas, suscitada, de alguma forma, por um contexto político marcado por um intenso fluxo de comunicação associado a uma mediação entre a comunicação política e a imprensa em momentos de particular intensidade – XVI Governo Constitucional liderado por Pedro Santana Lopes (Julho 2004), eleições legislativas antecipadas (Fevereiro de 2005), eleições autárquicas (Outubro 2005) e eleições presidenciais (Janeiro 2006) –, e que se expressou em dois pólos opostos.

De um lado, os que defendem e acreditam num jornalismo vinculado ao rigor deontológico, à distância crítica e à análise; do outro, os que reduzem o jornalismo aos conteúdos emocionais e à “tirania” da sua rápida difusão e da lógica do *scoop* (informação em primeira mão – as célebres “cachas” –, ainda que se verifique que “muitos dos *scoops* que são procurados e apreciados como outros tantos trunfos na conquista da clientela estejam destinados a permanecer ignorados pelos leitores ou espectadores e a serem percepcionados apenas pelos concorrentes (sendo os jornalistas os únicos a ler o conjunto

de jornais...)” (Pierre Bourdieu, 1997: 85). Foi e é, então, nessa oposição de duas lógicas – os valores tradicionais do modelo do jornalismo anglo-saxónico (“factos, factos, factos”) e os *best-sellers* que caracterizam o mais recente conceito de jornalismo de mercado (“market-driven journalism”) introduzido pelos americanos – que se encontram os dois princípios de legitimação da comunicação social dos nossos tempos.

Esta discussão – que tem envolvido muitos agentes, de políticos e jornalistas a *fast thinkers* – acontece, a nosso ver, por duas razões principais. Primeiro, pelo poder que se outorga à comunicação na estrutura social, a saber, o de algo que é capaz de orientar as consciências dos indivíduos, uma ideia que assume particular destaque no campo político uma vez que os media, mais do que essenciais para a viabilidade e visibilidade dos programas políticos do autarca para a cidade ou do ministro para o país, se constituem em si mesmos numa forma de sobrevivência, sobretudo quando se incorre na ideia nefasta – que Neveu designa por “visão ingénua dos poderes sociais” – de que eles têm o poder de fazer perder e ganhar eleições. Segundo, devido à afirmação de uma conflitualidade quanto ao *ethos* dos jornalistas – credibilidade pessoal que Aristóteles cifrava em “inteligência, carácter e boa vontade” – em resultado da ideologia utópica da comunicação que derivou da ruptura do Antigo Regime e da chegada da Modernidade como tempo de uma reestruturação dos laços sociais em que se acreditava que a transparência, a racionalidade e a consensualidade da comunicação seriam responsáveis pela criação e desenvolvimento de uma sociedade mais harmoniosa: “O aparecimento simultâneo da modernidade e da comunicação baseia-se, portanto, numa dupla substituição. A de Deus pela razão cartesiana e a de comunidade pelo conceito de indivíduo” (Philippe Breton e Serge Proulx, 2000: 274).

A partir destas duas considerações em torno da comunicação – a sua supremacia na sociedade, por um lado, e a sua condição utópica, por outro – emanam logicamente visões conflituais sobre o trabalho jornalístico que, apesar de susceptíveis de serem sustentadas por diversos argumentos, padecem em comum de uma debilidade criticável: a falta de objectividade.

2.4. Uma subjectividade que interessa

Surgido nos finais do século XVIII e inícios do século XIX, em ligação ao positivismo de Émile Durkheim, o conceito de objectividade designa “uma realidade que aparece aos

sentidos e à qual a percepção atribui uma natureza real aos fenómenos que se prestam a observação e experimentação” (Mesquita: 2003: 207).

Michael Schudson sublinhava que a objectividade se tinha “transformado num ideal precisamente quando a impossibilidade de ultrapassar a subjectividade começou a ser olhada como inevitável” (1978:157), mas também porque a sua defesa, ao ter implícito um acordo com o real – um contrato de verdade com o leitor –, lhe permite estabelecer o seu território e delimitar as fronteiras com outros espaços de comunicação como as relações públicas e a publicidade.

Apesar de o período industrial da imprensa ter tornado inseparável a relação entre a objectividade e o jornalismo, é no século XX que o dever de objectividade, ou de “neutralidade ecléctica” como lhe chamou Bourdieu, adquire um *valor jornalístico* nos meios anglo-saxónicos. É precisamente na história do jornalismo na Grã-Bretanha e nos Estados Unidos da América, estudada por autores como Schudson (1978) e Chalaby (1998), que a isenção adquire um estatuto de culto sagrado. Essencialmente marcado pela inseparabilidade da objectividade e da predominância do discurso objectivo separado do comentário, este modelo veio posteriormente a servir de inspiração aos meios de comunicação social à escala mundial, com a regra dos cinco W: Who (Quem)?; What (O quê)?; When (Quando)?; Where (Onde)?; Why (Porquê)? a determinar os conteúdos obrigatórios da notícia.

Em dissonância com o jornalismo anglo-saxónico estava o jornalismo “à francesa”, que se opunha totalmente aos “espartilhos” da objectividade e acreditava que “a objectividade não existe, a honestidade sim”¹³, determinando que sucedesse em França uma valorização do *savoir-faire* de figuras literárias e políticas da sociedade. Segundo Neveau (2001), aquando do aparecimento da imprensa popular em França e do nascimento da *Belle Époque*, os jornais não dispunham de jornalistas, sendo os artigos escritos por um grupo misto, entre escritores e políticos. Marguerite Duras, a célebre autora que dizia que escrever era uma “transgressão”, foi um desses exemplos. Daí a esclarecedora definição que faz no seu livro *Outside* (1997), onde reúne vários artigos seus publicados em jornais, a propósito de quem escreve nos e para os jornais quanto à representação da época do jornalismo no seu país: “O jornalista é alguém que observa o mundo e o seu funcionamento, que diariamente o vigia de

¹³ Afirmação de Hubert Beuve-Méry, fundador do jornal *Le Monde*, citada por Mário Mesquita (2003:209).

muito perto, que dá a ver e a rever o mundo, o acontecimento. E não consegue fazer este trabalho sem julgar o que vê. É impossível. Por outras palavras, a informação objectiva é um logro total. Uma impostura. Não há, de facto, jornalismo objectivo. Consegui desembaraçar-me de muitos preconceitos, dos quais este é, em minha opinião, o principal. O de acreditar na objectividade possível do relato de um acontecimento” (1994:7).

Desde a tradição americana da objectividade à inspiração literária-política francesa, o jornalismo mundial evoluiu e a sua concepção actual não corresponde nem à defesa de uma pura imparcialidade nem ao desenvolvimento diário de intelectuais dominantes como foram Sartre ou Duras.

Parece-nos que defender a imparcialidade no jornalismo, de ontem e de hoje, implica desde o primeiro momento assumir que a informação se debruça sobre *a verdade de facto* (Hannah Arendt), algo que os homens “entendem correctamente”, mas que não obedece a razões matemáticas ou filosóficas. A discussão em seu redor não deve estar, igualmente, alheia às acções que integram o trabalho jornalístico de observação dos factos, de interpretação de comentários e de narração sob a forma de relatos. Daí que na sua observação do “notável” e na tentativa do entender e explicar, o jornalista incorrerá sempre em críticas, uma vez que a *verdade de facto*, no sentido de Arendt, “é sempre relativa a várias pessoas que estiveram implicadas” e o seu trabalho decorre de “testemunhas e repousa em testemunhos”, questionando, assim, Cornu com pertinência: “Como, em última análise, avaliar a objectividade jornalística quando todos se podem enganar?” (1994: 332).

Envolvido numa realidade múltipla e conflitual, o jornalismo não pode almejar uma verdade total, a verdade evocada será uma “verdade plural”, em permanente *devir*, mas também uma verdade subjectiva assente em convicções. Assim, no entender de Daniel Cornu, a objectividade jornalística proporcionará sempre uma ampla discussão em seu redor: i. pelo carácter “generalista” da informação que conduz a um comprometimento na selecção, acesso e tratamento dos factos; ii. pelo confronto com uma realidade fragmentada; iii. pela exigência da instantaneidade da comunicação que compromete não só a confirmação dos factos como a crítica das fontes; iv. pelo facto de ao recolher o facto para ser tratado como notícia ele já estar dotado de um sentido, de uma interpretação e de uma linguagem, conduzindo a que a objectividade não se limite à observação inicial e se estenda até à ordem do sentido.

Mas, de que forma, então, se traduzirá a objectividade e verdade na notícias de todos os dias? Fundamentalmente, pela exactidão dos factos, justeza dos juízos e veracidade dos textos que são assumidos como uma “obrigação de uma magistério” (Daniel Cornu) por parte dos indivíduos livres que fazem, segundo o fundamento kantiano, o “uso público da razão” (Jürgen Habermas).

A questão da verdade é, quase sempre levantada, na ordem da interpretação do processo jornalístico, quando se acolhe a ideia do jornalista se aproximar da categoria de “homem político” (Max Weber), porque implicado na realidade do ponto de vista físico, moral e afectivo. Mas se a teorização enquadra o trabalho jornalístico numa acção de valores e causas, Cornu distancia-se dela quando a verdade, na dimensão política, não pode ser exercida em absoluto, ao afirmar que “os jornalistas fazem parte daqueles que falam a verdade” (Hannah Arendt) e que a verdade, para além de não poder enfrentar a política, não tem um substituto.

A verdade, como principal ordem de legitimação da acção jornalística, deve surgir como principal critério para a diferenciação das informações face aos vários factos de comunicação que diariamente seduzem o “porteiro” com o objectivo de se tornarem em acontecimento. Ora, uma notícia que não tenha como desiderato a verdade, parcial ou temporária, usufruirá do estatuto de “estratégia” mas não de informação.

Mas, de que forma, então, se traduzirá a verdade? Fundamentalmente, pela exactidão dos factos, justeza dos juízos e veracidade dos textos que são assumidos como uma “obrigação de uma magistério” por parte dos indivíduos livres que fazem, segundo o fundamento kantiano, o “uso público da razão”. Deste modo, o jornalista está proibido de aceder de forma desleal a informação ou a fotografias como forma de se valorizar pela publicação da “catcha” ou recusar qualquer benefício devido à publicação ou omissão de alguma informação, e se os dois factos se enquadram logicamente no quadro normativo da actividade, ambos não deixam de ser, na actual configuração dos media, algo muito difícil, sobretudo quando se sabe – e o autor indica logo no início da obra – que a comunicação social é uma indústria, e como tal obedece a uma lógica de mercado, em que o valor de um jornalista não estar longe de ser também medido, não só pela sua capacidade de observação, interpretação e de narração, mas de ter consigo as fontes certas para os *scoops*.

Com uma história da profissão vinculada a uma “tradição de liberdade”, o jornalista, segundo Cornu, dispõe diariamente de uma liberdade que decorre da sua tarefa de escolher os temas a tratar, o seu ângulo de análise, assim como a eleição dos “elementos mais significativos”. Para além de gozar de uma liberdade “geral” – o limite é a própria lei –, ele dispõe de uma liberdade “marginal” (em que a sua actividade se reporta ao direito comum) e de uma liberdade “intersticial” (a possibilidade de análise face às orientações da empresa e da deontologia), tem ainda a liberdade de recusar abordar determinadas matérias ou enveredar por outros ângulos de abordagem, acaso os mesmos, apesar de se afigurarem *a priori* como potenciais campeões de vendas, colidam com alguns dos seus princípios básicos da profissão.

Esta liberdade de “geometria variável”, intrinsecamente ligada ao utilitarismo que representa os meios e os fins e à questão da legitimidade da actividade da comunicação social, compreende uma “liberdade de reacção” que tem a ver com o facto de a redacção ser um espaço de debate em que as propostas derivam da actualidade, mas também de pedidos e de regras, em que a actualidade, enquanto principal critério de selecção dos factos, é algo minuciosamente planeado por fontes de informação organizadas, cuja função se baseia em propor, isto é, orientar a definição da agenda e, com isso, a ordem social.

E se, actualmente, a produção jornalística se encontra associada à fabricação da realidade a partir dos circuitos de influência e pressão, do que no trabalho de rua essa responsabilidade pertence, na óptica de Cornu, a toda à redacção, e em particular ao porteiro da informação (*gatekeeper*). Este “viver-juntos” entre as salas de redacção e os gabinetes de assessoria de imprensa traz consigo a questão sempre complexa dos “pseudo-acontecimentos” que comunicados de imprensa ou conferências de imprensa proporcionam ao antecipar factos ou ao fabricá-los. O que sucede no âmbito desta relação é que quando se promove o facto “banal” a “notável”, assiste-se a uma “instrumentalização dos media” que, se por um lado, uma fonte pode promover um facto apesar de ele conter, ou não, parte do valor-notícia, ela pode também evitar que uma referência menos favorável seja tratada.

Convém, no entanto, observar que independentemente de o acontecimento derivar de algo planeado, ele não deixa de ser real e de compreender os preceitos previstos pela deontologia do jornalismo. O que sucede todos os dias é se não uma tensão permanente no interior da própria comunidade jornalística que se debate entre a ideia herdada do século

XVIII da imprensa como centro de debate público e da legitimação do poder político e o seu actual papel de mediação com um conjunto complexo de organizações sociais; a sua batalha constante entre a regulação da deontologia do jornalismo e os fins que levanta a questão da ética da informação. Da mesma forma que a “boa informação” poderá não ser uma informação relevante, mas uma informação que faça “sentido”, afinal se hoje os *fait-divers* assumem uma particular relevância é porque “fazem sentido”. E esse é o “paradoxo maior” da comunicação actual: a responsabilidade do jornalista é maior na sociedade, mas ele continua com a sua liberdade cercada, ele obedece à lei comum de cidadão, à linha editorial do meio de comunicação social e às obrigações deontológicas.

Assim, se hoje alguns dos profissionais de comunicação social são alguém a quem se mede a competência pelo nível de audiências, por saber comunicar em directo e por representar a realidade numa linguagem emocional e de procura do sensacional, tal não deriva de uma conjuntura “micro” da imprensa mas sim de uma conjuntura “macro” associada a uma nova ordem social, movida por um conjunto de modificações aos níveis económico, social, político e tecnológico, que impôs o seu *modus operandi* e que, na óptica de Philippe Breton, um dos críticos da comunicação nas sociedades modernas, decorreu do alastramento de várias correntes do liberalismo e do capitalismo:

“A ‘sociedade de consumo’ e a sociedade liberal são, decerto, imperativos em parte convergentes, mas também, em certos pontos essenciais, largamente antagónicos. Assim se explicam algumas das contradições sociais actualmente mais visíveis e, em primeiro lugar, a tensão que se desenvolve no quotidiano entre o individualismo exacerbado, que é o fundamento do liberalismo, e uma sociedade cada vez mais colectiva pelo recurso generalizado à comunicação e às suas técnicas. Dois grandes domínios estão no centro dessas contradições: os media, portadores de uma utopia da transparência, mas ao mesmo tempo submetidos ao jogo de interesses políticos e económicos, e a informática, em que o ideal, também ele utópico, de uma informação racional que circula livremente esbarra constantemente com os imperativos da propriedade privada e do bloqueio social” (1992: 136-137).

Este novo espaço público, onde se entrecruzam vários poderes, está envolvido por uma “áurea” de ficção e de espectacularização que, de algum modo, condiciona a própria *praxis* jornalística, nomeadamente a sua necessidade de proximidade e de intimidade com o acontecimento, embatendo assim com o pressuposto ético da distância no tratamento da informação: “Aposta-se na comunicação imediata em vez do recuo crítico, prefere-se o contacto ao esclarecimento, escolhe-se a proximidade em lugar da distância (...)

transformando a informação e o jornalismo num género minoritário, cercado e contagiado pela restante produção mediática” (Mesquita, 2003: 86).

O espaço público é igualmente um lugar de “mesmidade”, voltado a citar Ortega y Gasset, porque vive de uma “circulação circular” (Bourdieu, 1997) da informação em que as rotinas das salas de redacção são feitas de jornais diários em cima das secretárias, rádio sintonizado e televisão ligada, fazendo com que colegas de profissão, para além de falarem uns com os outros, falem uns para outros e dessa forma organizem inevitavelmente o “caos da informação” (Gans, 1980). Incluindo ainda uma procura e reunião de declarações e comentários e a sua diluição na informação objectiva, assim tornando a narração jornalística um discurso híbrido. Contudo, a este propósito da não fronteira entre factos e opiniões, Arendt na sua abordagem à responsabilidade do sujeito político, que se estende naturalmente ao jornalista como homem que “fala a verdade”, os factos e as opiniões “ainda que se deve distingui-los, não se opõem uns aos outros, pertencem ao mesmo domínio. Os factos são a matéria das opiniões, inspiradas por diferentes interesses e diferentes paixões, podem diferir largamente e permanecerem legítimas enquanto respeitarem a verdade de facto” (1995: 24). Já Cornu propõe:

O jornalista é um observador do notável. A sua função principal de dizedor da verdade é procurar factos dignos de serem conhecidos, confirmá-los, destacar o seu sentido, contá-los. Ora, esta função desaparece com a informação em tempo real. Os factos são dados na desordem de um acontecimento em plena produção. Os meios de confirmação não existem: o que é mostrado é dado como verdadeiro por definição, mesmo que a realidade seja ela própria fabricada para ser mediatizada. Sentido ou falta de sentido, descobrem-se ao mesmo tempo que o acontecimento se desenrola. A forma releva do grau zero do relato, dependendo mais de uma instalação técnica que de uma intervenção humana (1994: 413).

Mas, se os conceitos de imparcialidade e de objectividade continuam a estar no cerne do jornalismo, enquanto intenção de partida e método na criação de notícias, as tomadas de posição das direcções editoriais, nomeadamente da imprensa escrita, de apoio a tendências ideológicas ou políticas em circunstâncias sociais particulares, não vêm relativizar a neutralidade e valorizar uma determinada subjectividade do jornalismo e dos jornalistas?

Eis alguns exemplos recentes: em Portugal, o jornal *Público* manifestou-se a favor da intervenção da administração de George Bush no Iraque; em Inglaterra, a revista *The Economist* pediu a demissão de Donald Rumsfeld em sequência das atrocidades cometidas pelas tropas americanas aos presos iraquianos na prisão de Abu Ghraib, no Iraque; e, em França, o jornal *Le Monde* apoiou a candidata socialista Ségolène Royal às últimas eleições presidenciais. No caso português, a opção editorial do *Público* de apoio à intervenção do Iraque pela coligação Bush, Blair e Aznar não impediu que alguns dos seus cronistas da altura, nomeadamente Eduardo Prado Coelho e Miguel Sousa Tavares, discordassem da opinião da direcção do jornal e os seus artigos alimentassem sérios e estimulantes debates. Neste caso específico, poder-se-á, talvez, dizer que a declaração pública de apoio não deixou o jornal isento de uma contestação à direcção editorial e refém de uma diversidade de opiniões, tendo-se constituído como uma oportunidade para o cidadão reflectir sobre um dos temas que dividiu a opinião pública. Já do ponto de vista da recepção, seria interessante compreender se este assumir público contribuiu para uma leitura mais atenta e vigilante do público, neste caso do leitor, do trabalho apresentado diariamente pelo jornal, induzindo a uma produção jornalística mais rigorosa.

A objectividade deve traduzir-se no esforço de seriedade do jornalista no exercício da profissão, sobretudo quando se sabe que, por vezes, no jornalismo, é exercida de uma forma não deliberada uma determinada influência ou expresso um ponto de vista, pelo facto de o seu *modus operandi*, na sua forma de rotinas e procedimentos, servir uma distanciação e uma narrativa objectiva, resultando numa valorização de informações e de enquadramentos particulares.

Veja-se, por exemplo, os cenários de guerra, em que as visitas dos jornalistas a certos locais decorrem de programas organizados por um dos lados do conflito, que podem sugerir desde a visita ao hospital repleto de feridos até à escola em ruínas, mas sempre com o denominador comum dos testemunhos da dor, do desespero e da vingança. Poderá, então, haver lugar para uma objectividade, quando esse relato deriva de uma “convocatória” muitas vezes dada através da confissão subtil: “esta notícia é só para si, exclusivamente para o seu jornal, para a sua televisão”, procurando com que as coincidências transformem o alinhamento da imprensa internacional e dominem o fluxo da informação? Talvez, seja lícito formular uma pergunta tão incómoda como pertinente: neste contexto criado por uma parte

interessada que, de algum modo, condiciona o campo de investigação, terá o jornalista capacidade de distanciamento e de objectividade na sua narrativa jornalística?

Apesar de se considerar que as tomadas de posição tornam o jornalismo mais transparente a sua visão crítica do seu posicionamento político ou ideológico, é importante que a desmistificação do jornalismo não continue a ser um tabu, nomeadamente, os processos e os mecanismos que estão na base do acesso e de recolha de informação na produção jornalística, do enviado especial à Faixa de Gaza ou do jornalista na sua rotina diária à secretária de uma redacção de Lisboa.

Assumir publicamente um alinhamento ideológico, político e social significa, *a priori*, estabelecer com o público da informação noticiosa uma relação clara que seja acompanhada por um pluralismo de opiniões – através da diversidade dos cronistas e das suas visões diferenciadas –, e pela revelação do circuito – formas de acesso à informação –, nem sempre claro, das fontes.

Como alternativa de interpretação do mundo e de influência nas decisões do dia-a-dia, de reflexividade, como designou Giddens, o debate actual acerca dos processos de selecção, investigação e narração das notícias deve superar o tradicional argumento dual da objectividade *versus* subjectividade e do binómio daí decorrente jornalistas-heróis/jornalistas-corruptos, entre os descendentes de Bob Woodward¹⁴ e os herdeiros de Janet Cook¹⁵, uma vez que, apesar de serem estes antagonismos a fazerem do jornalismo moderno um campo social não negligenciável, a sua análise deve ultrapassar a mediacracia, ou seja, apesar de todos os olhares e todas as interrogações recaírem sobre si, é sempre possível fazer com que as notícias mostrem um problema social mais vasto do que a visão do “mediacentrismo” faz supor.

¹⁴ Bob Woodward tornou-se um herói do jornalismo ao desencadear o escândalo norte-americano de *Watergate*.

¹⁵ Janet Cook foi galardoado com o prémio Pulitzer com uma reportagem assente numa história ficcionada.

CAPÍTULO II

“CAMPO DE FORÇAS, CAMPO DE LUTAS”

“Se o modo de percepção legítimo é objecto de lutas tão importantes, é porque, por um lado, a passagem do implícito ao explícito nada tem de automático”

Pierre Bourdieu

2.1. O caminho da investigação

Ao longo do século XX, surgiram várias abordagens, sobretudo a partir dos Estados Unidos da América e da Grã-Bretanha, em torno do estudo dos *mass media*¹⁶ e do jornalismo que se revelaram divergentes. De instituição para instituição, de epistemologia para epistemologia, o estudo dos media é feito de oposição entre investigadores que defendem diferentes metodologias de investigação na análise deste “campo”.

Cinco escolas marcaram a história da investigação no âmbito da comunicação: Chicago e os primeiros estudos da “disciplina”; Columbia com a valorização das teorias da persuasão e gratificação; Frankfurt e a teoria crítica; Toronto e o enfoque tecnológico e Birmingham com os estudos culturais britânicos. Num outro plano, estiveram ainda Yale que se centrou na persuasão das massas e Paris que enveredou pelos estudos semióticos. Contudo, foi na primeira metade do século que os media começaram a despertar focos de preocupação relacionados, de alguma forma, com um desconhecimento dos seus mecanismos e funcionamento. Na altura, os políticos e os empresários debatiam o poder dos novos suportes de comunicação, a opinião pública temia a influência do cinema e da televisão em crianças e jovens e os intelectuais acusavam a cultura de massas de ser responsável pelo nivelamento por baixo dos bens culturais e de, assim, contribuir para a alienação da sociedade. Neste contexto, impunha-se o conhecimento dos media e são os seus proprietários, apoiados em trabalho científico, que se lançam na sua procura.

Numa fase inicial, os estudos dos media ficam associados à problemática dos efeitos dos *mass media* nas pessoas e também à opinião pública, tendo este último capítulo sido alvo de atenção de autores como Ferdinand Tönnies, Walter Lipmann e John Dewey. A primeira teorização neste âmbito, designada por “teoria dos efeitos ilimitados”, veio defender que o indivíduo é directamente atingido pela mensagem, pelo que os efeitos da comunicação de massas são directos e irreversíveis.

Propaganda and Techniques in World War (1927) de Paul Lasswell, desenvolvido no contexto da primeira guerra mundial (1914-18), é, para Armand Mattelard (1997), o estudo que inaugurou a pesquisa administrativa (*Mass Communication Research*). Nesta obra, e

¹⁶ O termo *mass media* foi introduzido nos Estados Unidos da América nos anos 30 e engloba a imprensa, o cinema, a rádio e a televisão, sendo que a expressão *mass culture* pretende expressar a cultura produzida e veiculada pelos *mass media*. Neste estudo, a designação media é utilizada para referir “meios de comunicação de massas”.

com uma visão de instrumentalização da imprensa, Lasswell lança a hipótese da “agulha hipodérmica”, segundo a qual, o indivíduo ao ser passivo face às mensagens dos media, o efeito seria directo e indiferenciado originando um esquema automático de “estímulo-resposta”. Para o autor, professor da Universidade de Chicago, que dá início à teoria funcionalista dos media com a célebre fórmula, “Quem diz, o quê, por que canal, a quem, e com que efeito?”, a comunicação representava socialmente três funções nucleares: salvaguardar o meio social, denunciando as ameaças que possam colocar em perigo o quadro de valores de uma dada comunidade; ser o elo de ligação entre os diferentes membros da sociedade com vista a dar uma resposta ao meio e assumir a transferência da “herança social” (Lasswell, 1948).

Já a partir da Universidade de Columbia, Paul Lazarsfeld e Robert Merton adicionaram uma outra função aos media: o divertimento (*entertainment*).

A contestação à Escola de Chicago é feita a partir das universidades precursoras da sociologia funcionalista dos media, Columbia e Harvard, com a dupla Merton/Lazarsfeld e Talcott Parsons, respectivamente.

Esta nova orientação nos anos 40 vem colocar em causa a hipótese da “agulha hipodérmica” de Lasswell que defendia o efeito directo e indiferenciado da “sociedade de massas”, com os estudos “The People’s choice” (1944) de Lazarsfeld, Berelson e Gaudet e “Personal Influence: the part played by people in the flow of Mass Communication” (1955) de Lazarsfeld e Katz. Ambas as investigações conduzidas pela pesquisa administrativa definem um novo modelo de comunicação, designado por fluxo de comunicação a dois níveis (*two step flow*), em que o fluxo de comunicação antes de chegar à audiência é alvo de uma mediação através de um grupo de indivíduos, designado por “líderes de opinião”, demonstrando que os efeitos das notícias sobre os indivíduos não são automáticos. A proposta de Lasswell é, desse modo, refutada pela “teoria dos efeitos limitados” que vem advogar que as pessoas podem sempre resistir à comunicação dos media quando a mesma não vai ao encontro das suas crenças, podendo mesmo eventualmente resultar ao contrário do pretendido, originando o efeito *boomerang*.

2.2. Da pesquisa administrativa aos estudos culturais

Segundo Armand Mattelard, o desenvolvimento da sociologia dos media ficou a dever-se aos quatro “pais” da pesquisa administrativa: Robert Merton; Paul Lasswell; Kurt Lewin e Carl Hovland.

Para autores como Merton e Lazarsfeld (1948), os media apresentavam três grandes funções sociais: a concessão de estatuto, uma vez que, independentemente, do significado da cobertura noticiosa ser positiva ou negativa, os actores das notícias consolidava a sua imagem; o reforço das normas sociais, pelo facto de fortalecerem os padrões sociais e morais, no sentido de um consenso; e a produção de uma “disfunção narcotizante”, dado à sua propensão de relevar temas superficiais, em detrimento dos assuntos da vida pública, conduzindo a um alheamento dos cidadãos à causa política.

A teoria funcionalista, numa lógica de “auto-direcção” e de “auto-correcção”, encarava os media mais como instrumentos de manutenção do ambiente social do que indutores de mudanças na sociedade. Nas palavras de Merton (1968), a imprensa servia as “necessidades” da estrutura social¹⁷ entre as quais, a integração, a ordem, a satisfação, a direcção e a socialização dos indivíduos e dos grupos sociais.

Merton e Lazarsfeld concluem que, apesar de os media não terem o poder que lhes é muitas vezes apontado, eles são responsáveis por conservar o *status quo* e alimentar a estrutura dominante do capitalismo e do consumismo.

Entretanto, a partir da década de 40, a teoria funcionalista tornou-se alvo de críticas. Foi acusada de “circularidade” e de não haver “forma de verificar, de modo independente, se alguma característica dos media é necessária ou não, que parte dos media é de facto relevante e como varia o seu desempenho de acordo com o tipo de sociedade”, mas que, “apesar de muitas dificuldades, uma abordagem funcionalista ainda parece útil para certas finalidades de descrição. Oferece uma linguagem para discutir relações entre os media de massas e a sociedade e um conjunto de conceitos que provaram ser difíceis de evitar ou substituir (Dennis McQuail, 2003: 81).

¹⁷ Para Robert Merton, a estrutura social “era um conjunto organizado de relações sociais em que os membros de uma sociedade ou de um grupo estão diversamente implicados” (1968:216). A estrutura social estava dividida em dois níveis: estrutura social ampla e meio social, onde estavam integrados os padrões de relações interpessoais em que os indivíduos estão directamente envolvidos.

Será a partir da concepção da sociologia funcionalista, em que os media se assumem como fundamentais para a vida democrática, no seu duplo papel de regulação do meio social e de criação e manutenção da vida moral e política, que surgem escolas de pensamento críticas que vêm contestar a função social do jornalismo, associando-o ao exercício de poder e de domínio.

Na Universidade de Columbia, Wright Mills dá início aos estudos culturais americanos (1959), reivindicando o regresso à “imaginação sociológica” que o funcionalismo com a sua visão pragmática teria dissipado. Com um marxismo crítico subjacente, Mills traz para o debate a relação entre cultura e poder, “da subordinação e da ideologia, ao ligar as experiências pessoais vividas na realidade quotidiana com as problemáticas colectivas que as estruturas sociais cristalizam” (Mattelart: 1997: 45).

Em torno da preocupação com o estado da arte, nasceu no Instituto de Pesquisa Social, integrado Escola de Frankfurt, e fundado em 1923 pelo filósofo Max Horkheimer e o economista Friedrich Pollock, a teoria crítica movida pela preocupação da mudança da cultura. Contudo, a chegada ao poder de Adolf Hitler faz com que Horkheimer seja demitido do instituto, e com ele seguem a maior parte dos investigadores. Em exílio nos Estados Unidos, o grupo de pensadores de tradição marxista toma como projecto principal a análise crítica da cultura e da sociedade. Max Horkheimer, em conjunto com Theodoro Adorno – uma das suas principais figuras –, apresenta o conceito de “indústria cultural” e analisa o processo de industrialização de bens culturais, a produção da cultura como produto: jornais, revistas e filmes percorriam um processo semelhante à produção de um produto utilitário.

A industrialização da cultura anulava, na óptica de Adorno e Horkheimer (1947), o sentido crítico e invalidava a vivência de uma experiência autêntica, a “racionalidade técnica é racionalidade da própria dominação”. Mas, já antes Walter Benjamin da Escola de Frankfurt, exilado em Paris, defendia em *A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica* (1933) que a industrialização da produção da cultura era o *leitmotiv* para a sua destruição, devido à inevitável padronização para fins de rentabilidade e de “controlo social”.

A tónica da indústria cultural e da crítica dos media reside na transformação da arte e da cultura em mercadoria que, enquanto como bem ou produto, deixa de ser independente e

autónoma ao ser orientada pelo objectivo do lucro e pelas regras do mercado. Nesta condição de mercantilização, este grupo considerava que só de uma forma livre e autónoma a vivência da cultura poderia ser experimentada.

Mais tarde, também Herbert Marcuse, figura de destaque da Escola de Frankfurt, com a obra *O Homem Unidimensional* (1964), converge na ideia dos seus pares, ao defender que a tecnologia e a ciência são uma ameaça à liberdade dos indivíduos e que a cultura de massas os converte em produtos culturais padronizados e desinteressantes. O autor caracteriza a sociedade de consumo de “unidimensional”, devido ao culto pela racionalidade técnica, à exaltação do consumo e ao mito de uma sociedade igualitária.

No âmbito de um mercado mediático, os filmes, os livros e os pensamentos eram produzidos, comercializados e consumidos para a satisfação das necessidades psíquicas das pessoas. Para o centro de investigação alemão, estes produtos culturais tinham como função o entretenimento e a criação de uma desvirtuada realidade social na mente dos indivíduos que os conduzia a uma subordinação à mesma, originando uma “falsa consciência”.

Em Inglaterra, movido pela mesma preocupação do crescimento e da expressão social da cultura de massas, surge em 1964 o Centro de Estudos Culturais Contemporâneos na Universidade de Birmingham que veio desenvolver uma teoria crítica mais radical centrada na significação da cultura dos media em diferentes grupos sociais, entre os quais, jovens, operários e minorias étnicas.

Os estudos culturais da “Escola de Birmingham”, como ficou reconhecida, comportaram diferentes campos de investigação e metodologias no seu estudo da cultura contemporânea. Vários grupos de trabalho debruçaram-se sob múltiplas áreas, entre as quais, a sociedade, os media ou mesmo as teorias da linguagem. Richard Hoggart, Raymond Williams e Stuart Hall foram os protagonistas desta abordagem influenciada pelo marxismo cultural e pela análise semiótica.

No que concerne aos media, os estudos culturais defendiam que os meios de comunicação de massas reforçavam as forças políticas dominantes, assim como a realidade reflectia a cultura dominante, o que na acepção de James Curran (1980) conduzia a uma “falsa consciência”. A análise dos efeitos da hegemonia cultural através da semiótica afirmou-se como central nesta abordagem, pelo facto de a cultura ser disseminada em “práticas significantes” ou “discursos” transmitidos pelos media e por instituições. Poderá

falar-se numa concentração na análise estrutural das mensagens dos media, como suporte dos sistemas de dominação.

O pensamento radical, ou termo geral teoria crítica, considerada como uma versão de um marxismo tardio, apesar de ter como fundamentação comum a manutenção da ideologia, através da capacidade das instituições sociais mais poderosas de ditar a agenda mediática, induzindo ao consentimento e à auto-censura dos profissionais das salas de redacção. Para descrever esta relação, António Gramsci (1971) introduziu o termo “hegemonia”, como um determinando género de consenso dominante, sem oposição directa dos meios de comunicação de massas uma vez que, segundo o filósofo italiano, apoiavam o poder estabelecido. Esta corrente compreendeu variantes culturais, em que surge o estruturalismo e a semiologia dos textos e a economia-política, que analisaremos com maior pormenor, ainda neste capítulo, nas perspectivas de análise das notícias.

Um dos problemas que os críticos dos estudos culturais apontam à corrente, é a complexidade que envolve a definição objectiva de “cultura contemporânea”.

A investigação no âmbito do jornalismo encontra-se pautada por teorias divergentes que, apesar de terem evoluído mais tarde para uma combinação de aportes, apresentam-se assim numa oposição binária: liberal *versus* radical. Poderá falar-se de uma análise da “disciplina”, através de uma inspiração liberalista com a defesa de uma comunicação social autónoma, vigilante do poder, garante da informação objectiva e responsável pelo debate público; e de uma linha marxista com a afirmação dos meios de informação como veículos de propaganda do Estado e dos interesses das classes sociais hierarquicamente superiores, submetidos aos interesses do capitalismo.

De um lado, uma escola liberal que enfatiza as rotinas de trabalho, os critérios-valores das notícias e a influência dos leitores, telespectadores e ouvintes na elaboração dos conteúdos noticiosos; e do outro, uma escola radical que coloca o sector dos media no âmbito da industrialização e comercialização da cultura, valorizando, por sua vez, a influência da propriedade sobre o trabalho editorial, ou seja, o condicionamento sobre o “capital simbólico, geralmente chamado prestígio, reputação, fama, etc., que é a forma percebida e reconhecida como legítima das diferentes espécies de capital” (Bourdieu, 2001: 134-135).

2.3. As “lutas” e as “forças” do campo da notícia

“Campo de forças, campo de lutas”, eis a denominação que Pierre Bourdieu aplicou à política e que nos parece ilustrar bem o modo de actuação de jornalistas e fontes de informação na produção noticiosa, o principal objectivo de estudo desta investigação.

A partir deste modelo de jogo proposto por Bourdieu, irá proceder-se a análise da produção das notícias a partir da combinação de “força” e de “luta” que caracteriza o trabalho de sugestão das fontes, de selecção dos jornalistas e de mobilização pelos dois agentes do significado do facto que derivará em notícia. E porque se trata de uma relação simultaneamente de força e de luta?

De força, sobretudo pelo facto de ser a partir das notícias dos media que algumas das visões do mundo social são reproduzidas pelos cidadãos, assim como um determinado *nobilis* público, mais do que íntimo, se tornar inerente às narrativas e imagens jornalísticas. Dito de outro modo: é a notícia enquanto expressão de um *poder carismático*, no sentido weberiano, em que os seus sujeitos despertam no público uma rendição ao seu carisma; os objectos dos factos que, após terem passado pelo crivo de selecção dos porteiros da informação, se afiguram como os mais importantes da ordem do dia, porque destacados num sempre limitado espaço editorial. Entre vários temas, entre múltiplos actores, eis o destaque, eis o eleito, eis assim o carisma.

De luta, apesar de no processo de influência na definição das agendas e na posterior construção da noticiabilidade, esta expressão estar enquadrada no âmbito de uma “luta pacífica”, não entre fontes e jornalistas mas, sim, entre as várias fontes de informação concorrentes a uma atenção dos editores e dos jornalistas, dado se estar diante de uma disputa que se “trava em vista do poder próprio de disposição sobre probabilidade que também os outros desejam” (Max Weber 2005: 63), ou seja, a competitividade por uma referência pública, enquanto derivada, e recorrendo de novo a Bourdieu, da “capacidade de fazer existir em estado explícito, de publicar, de tornar público, quer dizer objectivado, visível, dizível e até mesmo oficial, aquilo que, por não ter acedido à existência objectiva e colectiva, permanecia em estado de experiência individual” (1997: 142).

Se de um lado estão os jornalistas, do outro, estão as fontes e entre ambos a notícia corporizada no poder de fazer com que determinadas “descrições sejam válidas” (Anthony

Giddens, 2000), tal não significa que suceda entre as salas de redacção e os gabinetes de assessoria de imprensa, ou as fontes não organizadas como líderes de opinião ou organizações não-governamentais, uma disputa directa, uma vez que esta convivência profissional resulta, na sua essência, de uma regularização de laços e de uma reciprocidade de práticas. Contudo, este “viver juntos” quotidiano convive com traços de conflitualidade que se materializam em ecos na praça pública em torno de questões como dependência e condicionamento, verdade e mentira, indagando-se: Quem influencia e como? Quem é dominado e porquê?

Assumindo desde logo a “dupla contingência” da interacção social de Talcott Parsons (1949), em que as reacções de um dependem das respostas do outro, poderíamos afirmar que no conjunto da produção jornalística não se deve proceder linearmente à denominação de actores submissos e sujeitos dominadores por duas razões centrais. Em primeiro lugar, pelo facto de a informação jornalística ser em si mesma, como propôs Niklas Luhmann, dirigida por uma lógica sistémica, a *autopoiésis*, como circularidade de auto-reprodução, em que se releva as estruturas e as funções das notícias - mercado, forma de propriedade, organização, autores, público -, e se invalida uma aproximação ao pensamento analítico de isolamento das partes para o entendimento de um todo.

Em segundo lugar, porque “as relações de poder são relações de autonomia e dependência, mas mesmo o mais autónomo dos agentes encontra-se até certo ponto dependente, do mesmo modo que o mais dependente dos actores, ou partes de um relacionamento, mantém ainda para si alguma autonomia” (Giddens, 2002: 91).

Neste sentido, as notícias, enquanto causa e consequência de uma relação entre vários actores sociais, e neste caso particular de estudo, entre jornalistas e fontes de informação, assume um carácter de “força simbólica” que, na acepção de Bourdieu, “nunca é completamente independente da sua posição no jogo, mesmo que o poder propriamente simbólico da nomeação constitua uma força relativamente autónoma perante as outras formas de força social” (1997: 145). Assim, do mesmo modo que os jornalistas influenciam e são influenciados, as fontes condicionam e são condicionadas.

Como relação de poder e, por isso, de domínio, o vínculo jornalista-fonte continuará a ser o motor de múltiplos quadros de análise para uma compreensão do jornalismo e, decerto, que ambos os autores e actores que diariamente, e em conjunto, constroem a ordem

social para os indivíduos, procuram não se desviar de um princípio sagrado: o da invisibilidade.

2.3.1. O campo de Bourdieu

O conceito de campo de Pierre Bourdieu, aplicado ao jornalismo, conduz à formulação de um universo em que os jornalistas e vários agentes sociais se cruzam numa rede de estratégias de cooperação e de luta.

A noção de campo designa um “microcosmos”, um espaço social alimentado por um determinado número de constrangimentos que rodeiam o universo social; um universo que está dotado das suas próprias leis, o seu *nomos*, as suas regras de funcionamento, apesar de não estar completamente independente das leis externas. O campo político, o campo científico e o campo jornalístico eram relativamente autónomos e independentes, mas cada um condicionava os outros. Segundo Bourdieu, para se compreender o que se passa no campo jornalístico, é necessário perceber o grau de autonomia do campo e dentro do campo, o grau de autonomia do meio para o qual o jornalista escreve. No que concerne à autonomia, o autor lembra que não se deve enveredar por um egoísmo fechado sobre os próprios interesses das pessoas que estão envolvidas no campo.

Fazendo da televisão o seu objecto de estudo, Pierre Bourdieu vê o campo jornalístico condicionado pelos ditames económicos, por intermédio dos níveis de audiência, como o próprio refere, o jornalismo “está submetido à sanção do mercado, do plebiscito” (1997: 57). Para o sociólogo, o campo jornalístico apresenta-se em dois pólos distintos: o intelectual, através das análises, comentários e valores e o comercial com as notícias sensacionalistas orientadas para o aumento das vendas e dos níveis de audiência. Neste sentido, defende que a imprensa produz dois princípios de legitimação igualmente distintos, o reconhecimento dos valores e o reconhecimento dos indivíduos que consomem, traduzido pelo sucesso comercial.

O campo jornalístico é um “jogo”, uma permanente competição para conseguir as notícias em primeira mão, os *scoops*, os insólitos, os “grandes nomes”, encontrando aí um dos seus grandes paradoxos. A competição como pré-condição da liberdade tem como efeito, no campo da produção cultural segundo o controlo comercial, a produção uniforme, a censura e mesmo o conservadorismo.

No sentido da competitividade travada no quotidiano nas salas de redacção, Jean Chalaby considera que as lutas existentes no seio do campo ocorrem a três níveis: primeiro, os agentes lutam pelas posições dentro da instituição que partilham; segundo, as produções colectivas competem umas com as outras no mesmo mercado; terceiros, as lutas competitivas sucedem-se de igual modo entre os diferentes géneros de produtores de informação, nomeadamente entre a imprensa escrita e o audiovisual (1998: 33).

Já Daniel Hallin contesta a definição de jornalismo como um “jogo”, pois, apesar de admitir que os jornalistas e as organizações noticiosas competem pela distinção no interior do campo, nem sempre o mesmo se encontra dotado de competitividade, porque entende que as rotinas jornalísticas favorecem uma cooperação entre jornalistas. Hallin explica ainda que Bourdieu tem consciência da “cumplicidade entre os membros do campo”, todavia coloca a questão em segundo plano e não em primeiro (2005: 235).

Dominique Marchetti segue a construção de campo bourdiano e introduz na teoria o elemento “variação”. Num estudo que desenvolveu no âmbito das mudanças ocorridas nos últimos 20 anos do século XX no jornalismo francês, Marchetti apresenta uma análise estruturada numa oposição entre jornalismo “generalista”/“especialista”, susceptível de alterações de meio para meio e de jornalista para jornalista. Para o autor, a diferenciação dos subcampos de especialização assentava em seis variáveis: i. a posição ocupada no campo jornalístico; ii. a estrutura da relação das forças internas para explicar como o peso dos diferentes meios relativamente à produção de informação especializada varia de uma especialidade para a outra; iii. o grau e a forma de competição e colaboração; iv. a circulação de jornalistas especializados no mercado de trabalho jornalístico; v. as características demográficas do jornalismo; vi. os mecanismos de socialização profissional (2005: 64-65).

A articulação do campo jornalístico entre os pólos “generalista/especialista” reflecte, na óptica de Marchetti, as características do público ao qual o meio se dirige, assim como a identidade do meio e dos seus jornalistas. Relativamente à contratação por parte das organizações noticiosas de jornalistas especializados, considera que é orientada por razões profissionais e comerciais. Como refere: “o conhecimento das questões é fundamental para estabelecer uma credibilidade jornalística em ambos públicos, especializados (fontes) e generalistas (leitores)” (2005: 67).

Marchetti defende ainda que as mudanças na cobertura noticiosa de um determinado facto devem ser sempre encaradas como o resultado de transformações internas e externas ao campo jornalístico.

Na sequência da argumentação de Bourdieu e de Marchetti, Érik Neveu considera que a utilização do conceito de campo “pode ser um instrumento duplamente relacional”, uma vez que conduz “a pensar o espaço do jornalismo como um universo estruturado por oposições simultaneamente objectivas e subjectivas, a entender cada título e cada jornalista na teia das estratégias, das solidariedades e das lutas que os ligam a outros membros do campo”, assim como, “a analisar a sua relação com outros espaços sociais” (2003: 45).

Para Neveu, o conceito de campo pode ser útil se combinado com um conjunto de outras noções apresentadas por Bourdieu, nomeadamente: “capitais”, enquanto recursos que os protagonistas dispõem; *habitus*, como matriz de esquemas de julgamento e de comportamento, e sistema organizador de práticas e atitudes e *illusio*, como representação do investimento psíquico, intelectual e profissional, nos jogos e desafios inerentes ao campo. Conclui que capitais, *habitus* e *illusio* “não têm sentido se não forem pensados de forma relacional em função da sua (in) adequação às características do posto ocupado no seio do campo, ou do seu potencial de subversão eficaz das regras impostas” (2003: 47).

Apesar de a noção de “campo” ser pertinente para a análise da temática da produção noticiosa, nomeadamente como espaço de produção de notícias (o campo), como lugar de “lutas” pelo “capital simbólico” que os protagonistas (os agentes) dispõem, irá proceder-se neste estudo a uma demarcação de Bourdieu, uma vez que a sua concepção de campo jornalístico é centralizada nos jornalistas, não relevando o papel das fontes de informação no processo da criação jornalística.

Philip Schlesinger (1991) é um dos autores que contesta o fechamento do campo e estende o conceito, enquanto conjunto de relações sociais, às fontes de informação, propondo uma conceptualização das relações entre os media e fontes.

As fontes são aqui encaradas como “empreendedoras políticas”, não só pelo facto de recorrerem a todos os recursos possíveis para conquistar a atenção da imprensa, num ambiente social pleno de constrangimentos e de disputa, como também pelo seu poder, oriundo da credibilidade e dos recursos simbólicos disponíveis, não ser igualitário entre fontes oficiais, ou seja, de no interior das fontes organizadas, umas serem mais influentes

do que outras, assim como, dentro do grupo das fontes informais, suceder igualmente uma posição desigual no campo. Neste sentido, Schlesinger advoga uma sociologia das fontes que permita analisar as estratégias adoptadas pelas fontes para conquistar o espaço editorial da imprensa.

Enquanto Bourdieu estabelece um campo jornalístico numa oposição entre jornalistas “intelectuais” e jornalistas “comerciais”, Schlesinger e Tumber (1995) alargam o conceito às fontes, apoiado na noção de interacção social, das relações entre grupos de jornalistas e gabinetes de assessoria de imprensa dentro das fontes de informação proposta por, ultrapassando assim a visão dicotómica intelectual *versus* comercial, ao relevar uma maior complexidade nas relações múltiplas que se estabelecem no interior do campo jornalístico.

2.4. O agendamento e as diferentes perspectivas na análise da notícia

Num campo em que os jornalistas estão à procura dos melhores acontecimentos, as fontes mobilizadas para encarnarem esse factos e ambos a concorrerem directamente de redacção para redacção e de gabinete para gabinete, e em que múltiplos agentes sociais lutam e negociam a classificação e a hierarquização dos temas sociais na agenda mediática, importa desde logo compreender os factores que influenciam a produção noticiosa, isto é, as razões subjacentes à selecção e ao agendamento.

O primeiro estudo sobre a produção das notícias foi apresentado em 1950 por David White. Apoiado no conceito de *gatekeeper* do psicólogo Kurt Lewin, que defendia que a compreensão do funcionamento do “portão” (*gate*) da informação passava necessariamente por conhecer os factores determinantes no processo de decisão dos “porteiros” (*gatekeepers*), White define o *gatekeeping* como o processo em que o jornalista, na sua função de “guarda” do “portão”, selecciona as notícias que devem ser publicadas e excluía aquelas que, no seu entender, não reuniam características para ser agendadas. Num jornal matutino da cidade de Midwest nos Estados Unidos onde procurou compreender as decisões do editor na definição da agenda, White concluiu que os critérios de selecção não eram claros, funcionando como determinantes da decisão as inclinações pessoais baseadas na experiência, postura e expectativa do “porteiro”. Assim, a tese de White baseou-se fundamentalmente na ideia de subjectividade das decisões do jornalista na produção das notícias.

Cinco anos mais tarde, Walter Gieber refuta a teoria de White ao defender que o editor típico enfoca as suas atenções para os objectivos de produção, as rotinas diárias e as relações estabelecidas no interior da redacção, tomando as suas decisões em função das pressões funcionais do trabalho e não em torno do significado social das notícias. Deste modo, e ao contrário da proposta de White, a selecção de notícias por parte dos *gatekeepers* cumpriam uma tarefa de rotina e não de política.

Ao privilegiar o trabalho individual na selecção dos factos – a acção pessoal –, ignorando outras dimensões da produção noticiosa, nomeadamente a negociação entre o jornalista e o editor na selecção e construção das notícias, e ao fazer da figura do “porteiro” a personalização de um fenómeno burocrático e da influência organizacional uma subjectividade individual, o conceito de Kurt Lewin, não obstante de central nos primeiros estudos sobre as condicionantes das notícias, revelou-se insuficiente para uma compreensão mais abrangente, de um ambiente infinitamente complexo.

As notícias apresentadas pelos media tornaram-se num objecto de debate na sociedade, desencadeando algumas investigações que procuraram diagnosticar o papel dos media noticiosos, o funcionamento do jornalismo, nomeadamente o seu processo, as suas condições (organizacionais, técnicas, económicas, políticas, jurídicas e culturais) e a sua articulação com os grupos sociais, as instituições e os poderes da sociedade.

De uma forma breve, poderemos dizer que a interpretação das notícias pode ser compreendida a partir de aportes vários, nomeadamente da economia política à perspectiva organizacional. O poder das elites económicas e políticas e a organização da sala de redacção são duas abordagens que se consideram pertinentes para a explicação “por que as notícias são como são”.

2.4.1. O poder das elites

À luz da economia política, as notícias estão dependentes das receitas de publicidade e das fontes oficiais do poder, e são um produto de uma indústria concentrada em grupos económicos que têm o lucro como fim último.

O discurso da economia política é, de certo modo, inspirado no marxismo, na noção da capacidade dos governos de controlar o processo simbólico. Um “mercado guiado” em que

as lideranças dos media e as elites actuam segundo um acordo tácito, conduzindo os jornalistas à auto-censura.

A obra “Fabricando o consenso” (1988) de Edward Herman e Noam Chomsky vem preconizar que os media servem o poder, através de um modelo de comunicação baseado na propaganda, no qual as mensagens são manipuladas pelos meios de comunicação em função dos interesses das classes dominantes. Nesta teoria designada por *conspirativa*, a organização e os valores do jornalismo não são considerados, sendo a sua perspectiva de análise centrada no condicionamento do poder económico e político no agendamento dos factos e na construção das notícias.

Peter Golding e Graham Murdock, dois dos investigadores que mais se destacaram na corrente da economia política, consideram que a tese de Herman e Chomsky é instrumentalizada, mas admitem que a mesma possa estar certa. O governo e as elites económicas têm um acesso privilegiado às notícias, os anunciantes mais poderosos têm uma autoridade superior nos meios, os padrões dos media podem determinar a linha editorial, porém Golding e Murdock crêem que “o enfoque neste género de intervenções estratégicas ignoram as contradições do sistema” (1991: 18).

Stuart Hall acredita que a acção dos media não se confina à elaboração de notícias, nem à transmissão, num exercício conspiratório, da ideologia da classe dirigente. Para o autor, as notícias devem ser entendidas à luz de um enquadramento, em que o consenso se assume como característica básica da vida quotidiana. “As estruturas hierárquicas de comando e de revisão, a socialização informal em papéis institucionais, a sedimentação de ideias dominantes na “ideologia profissional” – todos ajudam a garantir, nos media, a sua reprodução continuada na forma dominante” (1973/1993: 231).

Hall sugere que os media têm um papel secundário na produção de acontecimentos noticiosos, cabendo a “definição primária” às fontes acreditadas do poder. As elites determinam o quadro definidor inicial da notícia, designadamente o seu enquadramento e significado através de um exercício de domínio sobre os jornalistas que se limitavam, então, às definições subsequentes. Baseado na tese de Marx das “ideias dominantes de qualquer época serem as ideias da classe dominante”, este modelo de comunicação, vem valorizar o controlo descendente na produção das notícias.

Esta concepção sugere um discurso público dominado pelo poder, fechado sobre a elite e permitido pelos media, ou seja, os órgãos de comunicação social não dispõem de uma autonomia na definição da ordem social, e vem opor-se aos postulados funcionalistas da escola americana.

Ao conceito de primeiro definidor de Hall, seguem-se as oposições de Schlesinger e Tumber (1994) que o acusam de alhear das fracturas internas nas elites, ignorar a negociação entre o poder e outras organizações, assim como não levar em conta as particularidades dos vários meios de comunicação social – jornal, televisão, rádio –, as variações internas de cada meio – forma de propriedade, política editorial – e a influência que oscila na classe mediante a função – director, editor, repórter, cronista. Os dois autores acusam ainda o modelo de comunicação de ser atemporal, não conhecer os efeitos das notícias nos indivíduos e considerar os meios de comunicação como submissos às fontes, eliminando desse modo o poder de iniciativa dos jornalistas. Ambos acreditam que o definidor primário é mais uma consequência mutável do processo da produção das notícias, do que uma regra incontestável.

James Curran (1996) defende que os media são objecto de sistemáticas influências que condicionam a sua causa de independência e de neutralidade, como também a mediação desinteressada dos discursos colectivos da sociedade. Curran destaca que as pressões descendentes sobre o trabalho jornalístico derivam da esfera de influência dos grupos dominantes da sociedade, e identifica dez factores que coloca os media na órbita dos grupos poderosos da sociedade: 1. as restrições do mercado dos media a novos projectos, sendo o custo elevado de entrada limitador da competitividade no mercado das ideias; 2. a propriedade corporativa, cujo poder dos patrões influencia o *ethos*, a linha editorial e a definição comercial do mercado do sector; 3. a concentração dos media e o consequente controlo centralizado sobre os meios; 4. as pressões de mercado que conduzem a um trabalho consensual e convencional com o objectivo de chegar a um público maciço; 5. o peso económico da procura do consumidor e a tendência dos media para representarem os interesses ideológicos do poder económico, enquanto um excelente investidor de publicidade; 6. a censura publicitária, a publicidade, como principal fonte de rendimento, pode gerar pressão no sentido de evitar referências editoriais que prejudiquem os anunciantes, os produtos ou as agendas políticas; 7. as novas rotinas e valores tendem a

mitigar um acesso desigual dos indivíduos aos media; 8. as convenções estéticas com os media a promover uma visão individualista do mundo e a tentar encontrar soluções num quadro individual/moral e não em termos de colectivo-político; 9. a divisão desigual do poder e dos recursos que favorece os grupos dominantes que têm ao seu comando recursos discursivos, institucionais e materiais superiores; 10. o estado de poder ambivalente, as elites tradicionais tendem a ter um acesso privilegiado às instituições e podem usá-lo para controlar ou influenciar os media (1996: 265-268).

Para James Curran, nas democracias liberais, os media não são “a voz do povo”, mas também não são “agências de dominação”, são instituições com estreitas ligações às formas estabelecidas de poder, que estão também expostas a pressões, mas que não completamente independentes, nem completamente subordinadas à estrutura de poder da sociedade.

Já Daniel Hallin (1989) considera que o profissionalismo jornalístico promovendo a dependências das rotinas, fortaleceu as relações entre a imprensa e o Estado, através do recurso dos jornalistas às fontes oficiais, proporcionando que a validação e a autenticação da produção noticiosa pertençam às fontes e não aos jornalistas. Numa outra perspectiva, o autor defende que o desenvolvimento exponencial do mercado dos media deu aos meios uma base económica própria que permite reduzir a necessidade de subsídios do Estado ou de partidos políticos, aumentando o seu papel de actor independente (2005: 232).

Numa linha de oposição, Michael Schudson (1995) contraria o condicionamento da agenda jornalística por parte dos proprietários, uma vez que a preocupação dos empresários se encontrava no mercado e não na defesa de interesses políticos ou ideológicos.

As críticas à abordagem da economia política abrem campo a que investigadores se debrucem sobre as organizações noticiosas, as suas práticas quotidianas e a influência destes factores na criação das notícias.

2.4.2. Os constrangimentos da organização

Os condicionamentos da organização jornalística impostos aos jornalistas e os padrões de recolha de informação junto das fontes de informação assumem-se como as principais “vias” da abordagem organizacional para a compreensão da produção das notícias.

Para Mark Fishman (1980), as fontes e a forma como elas são usadas tornam-se no “principal instrumento do repórter”. Fishman argumenta que as notícias são influenciadas

pela atracção que os jornalistas têm pelas organizações governamentais e que a recolha de informação junto das instituições que cobrem com maior regularidade incide junto das fontes oficiais, contribuindo para uma visão burocraticamente estruturada da sociedade. Investigadores como Leon Sigal (1986), Herbert Gans (1980) e Michael Schudson (2000) concluíram que é natural que a maioria das notícias resulte da directa ligação entre jornalistas e fontes de informação oficiais governamentais.

Em entrevistas realizadas a jornalistas Stephen Hess (1978) confirmou que, em cerca de três quartos das suas estórias (excluindo comunicados de imprensa), apoiam-se em contactos formais e informais com fontes oficiais. Outros estudos de análise da produção das notícias, como de Cook (1998), Gitlin (1980) e Erickson *et al.* (1989), afirmaram uma hegemonia das fontes oficiais.

Se a relação entre jornalistas e fontes de informação foi amplamente estudada do ponto de vista empírico e teórico – como iremos aprofundar no capítulo IV, dedicado às fontes de informação –, já as investigações das relações internas nas redacções não são muitas.

Na década 50, Warren Breed vai-se destacar no estudo dos mecanismos de controlo social existente no interior da sala de redacção. Para Breed, a notícia resultava de um processo de interacção social, em que os directores e os editores, como superiores hierárquicos, tinham à sua disposição meios de dominação no trabalho quotidiano dos jornalistas. Explica: “o primeiro mecanismo que promove o conformismo é a socialização do redactor no que diz respeito às normas do seu trabalho. Quando o jornalista inexperiente começa o seu trabalho, não lhe é dita qual é a política editorial. Nem nunca será. Isto pode parecer estranho, mas as entrevistas, uma após outra, vieram-no confirmar” (1995/1993: 154).

No contexto da organização noticiosa, o investigador mostra como a opinião da direcção do meio de comunicação social controla o trabalho do jornalista por um processo de “osmose”, o que significa que a organização jornalística faz com que as suas regras sejam aprendidas e as suas normas interiorizadas pelos jornalistas. Este conformismo com a linha editorial deve-se, na óptica de Breed, a seis factores: i. a autoridade institucional e as sanções; ii. os sentimentos de obrigação e de estima com os superiores; iii. as aspirações de mobilidade; iv. a ausência de grupos de lealdade em conflito; v. o prazer da actividade; vi. as notícias como valor (1955/1993: 157-159).

Enquanto Breed fala de conformismo na sala de redacção, James Curran (1990) chama a autonomia do jornalista de “autonomia consentida”, isto é, uma independência dependente da consonância com os requisitos da empresa jornalística.

Já John Soloski escreve: “A natureza organizacional das notícias é determinada pela interacção entre o mecanismo de controlo transorganizacional representado pelo profissionalismo jornalístico e os mecanismos de controlo representados pela política editorial. Em conjunto, estes mecanismos de controlo ajudam a estabelecer as fronteiras do comportamento profissional dos jornalistas. Seria errado supor que essas fronteiras ditam acções específicas da parte dos jornalistas; melhor, estas fronteiras fornecem uma estrutura para a acção. As fronteiras são suficientemente amplas para permitir aos jornalistas alguma criatividade (...). Por outro lado, as fronteiras são suficientemente estreitas para se poder confiar que os jornalistas agem no interesse da organização jornalística” (1989/1993: 100).

Por seu turno, Philip Schlesinger aponta a cultura cronometrada como factor subjacente no processo das rotinas de produção jornalística. Num estudo que incidiu em jornalistas do canal de televisão britânico BBC, Schlesinger procurou apurar de que forma a “consciência temporal” interferia na estrutura da apresentação e do estilo dos boletins noticiosos, concluindo que os jornalistas associavam a classificação das notícias ao factor tempo (*spot news, running story, hot news*) e que a competência profissional era justamente avaliada pela capacidade de vencer o tempo.

Para o autor, a lei do mercado com a competitividade entre as empresas jornalísticas foi responsável por moldar os valores temporais que se encontram imbuídos na cultura profissional dos jornalistas, isto é, a ligação do jornalista ao factor tempo, baseia-se mais na cultura da profissão do que no carácter da notícia, como efémera, transitória e com um valor de utilização que baixa rapidamente. “A definição da notícia como artigo deteriorável, a concorrência dentro de uma estrutura (restrita) de mercado, e uma atitude particular em relação à passagem do tempo estão estritamente ligadas” (1977/1993: 180).

Para a teoria organizacional, a produção das notícias resulta dos processos de interacção social estabelecidos dentro da organização noticiosa: o acontecimento antes de se converter em notícia passa por uma cadeia organizacional marcada pelas teias do poder e do controlo. A perspectiva de sobreposição dos valores e das rotinas da prática diária do jornalismo à individualidade do jornalista, desvalorizando das intenções actores individuais, vem

defender a construção social da realidade, em que múltiplos agentes sociais contribuem para a criação das notícias. A notícia reflecte a própria realidade, mas não é a realidade em si.

O que será importante de relevar na abordagem organizacional é que, tal como defende Neveu, “realçar os constrangimentos institucionalizados não impede que se reflecta acerca das mudanças que estimulam as evoluções das relações entre os campos, as alterações da sua morfologia, a disparidade entre os desejos dos profissionais e os seus postos e missões” (2003: 45).

Na teorização das condicionantes dos temas que o jornalismo contemporâneo apresenta diariamente, a incorporação de categorizações no campo jornalístico aos níveis macro (político, económico e cultural) e micro (perfis pessoais e profissionais dos jornalistas e dinâmicas organizacionais), trazidos por estudiosos dos media vêm demonstrar como a produção jornalística não é uma simples consequência de imperativos, sejam eles económicos, políticas ou culturais, e que se torna interessante compreender de que forma, ou de que formas, o campo jornalístico resiste ou remodela estas pressões externas.

2.5. Ver por dentro as notícias do nosso tempo

A tensão entre o micro e o macro, o actor e o sistema, o indivíduo e a sociedade, acompanharam e continuam a acompanhar as análises e as interpretações que se fazem em torno dos media e das notícias. Aliás, é frequente que as opiniões que se travam no quotidiano se resumam muitas vezes a considerações individuais como: “a culpa é do capitalismo; “a culpa é dos políticos” ou “a culpa é dos jornalistas”.

Apesar de grande parte da investigação dos media ter-se desenvolvido em oposições, nomeadamente, entre o funcionalismo e a teoria crítica, ou na análise da notícias, entre a economia política e a perspectiva organizacional, julga-se que no actual quadro da produção noticiosa, a defesa de uma só abordagem poderá revelar-se insuficiente para explicar tudo o que se impõe saber sobre as notícias.

Se é certo que, hoje, se interroga a função social do jornalismo advogada pelos funcionalistas, como regulador do meio social e de manutenção da vida moral e política, não se deixa de questionar, de igual modo, o carácter de exercício de poder e de domínio defendido pelos críticos dos estudos culturais. Da mesma forma que, individualmente, a

pressão das elites económicas e políticas ou as rotinas e os valores dos “trabalhadores do simbólico” não justificam a produção das notícias. Porém, crê-se que a integração de todas as dimensões, ao ultrapassar a tradicional oposição dicotómica nos estudos dos media, assim como a explicação simples ou a explicação única, aproxima-nos de uma visão mais inteira deste fenómeno eminentemente social e infinitamente complexo.

Como se pretendeu demonstrar, a referência pública nos media, enquanto capital simbólico, atravessa todo o campo jornalístico numa teia de relações de forças e de lutas, de estratégias e solidariedades, em que os jornalistas e as fontes de informação negociam a sua transformação de implícito a explícito, apresentando-a finalmente como uma simples coincidência.

Ver por dentro estes acasos, a que chamamos de notícias, deverá, pois, superar a visão dicotómica entre o livre-arbítrio e o determinismo social, reconhecendo as estruturas de poder da sociedade e as condicionantes da produção do simbólico, sem invalidar, porém, uma reflexão sobre os significados sociais contemporâneos da “inscrição-social” (José Gil), da “ideologia da intimidade” (Richard Sennett) e da “autoridade de um nome” (Alexis de Tocqueville) que tão valiosas linhas orientadoras trazem à compreensão “por que as notícias são como são”.

CAPÍTULO III

JORNALISTAS E NOTÍCIAS

“O poder dos media não é fazer propaganda, alterar mentes, é definir o mundo, é dizer o que é mais ou menos importante”

Denis McQuail

3.1. O jornalismo e a organização noticiosa

Como disse Gans (1980), o jornalismo é essencialmente o resultado de um trabalho desenvolvido em duas operações consecutivas, a selecção dos factos e a sua transformação em notícia, podendo as suas narrativas serem mais próximas ou corresponderem a um estilo de jornalismo francês ou anglo-americano. Autores como Jean Chalaby (1998) e Érik Neveu (2001) apresentam a história do jornalismo a partir desta oposição de modelos entre o jornalismo *made in* Estados Unidos e Grã-Bretanha – apoiado na defesa da objectividade na restituição dos factos e separando a informação do comentário – e o jornalismo *fait en France* – mais baseado no carácter político, no privilégio de um estilo brioso e crítico que se sobrepõe à recolha de informação.

Contudo, a compreensão do jornalismo, nomeadamente da notícia e das práticas associadas à sua produção, impõe que se ultrapassem as históricas caricaturas de Bob Woodward do *Washington Post* ou de Jean-Paul Sartre do *Libération*. A investigadora Barbie Zelizer sintetiza o jornalismo, a partir da visão dos jornalistas, como: “sexto sentido” (o faro para as notícias); “contentor” (metáfora que sugere que as notícias são um fenómeno com volume, materialidade, dimensão, profundidade e complexidade); “espelho” (as notícias reflectem a realidade); “criança” (coloca os jornalistas como vigias do jornalismo, como fenómeno que precisa de educação, atenção, supervisão e cuidado); “serviço” (papel de serviço ao interesse público aliado aos interesses dos cidadãos). Já pela academia, o jornalismo é perspectivado como “profissão”, “instituição”, “texto”, “pessoa” e “conjunto de práticas” (2004: 30-43).

Se, como se viu no capítulo “Campo de Forças, Campo de Lutas”, o ofício do jornalismo é enquadrado por diversas disciplinas que sugerem diferentes formas de abordagem através da valorização de determinados factores em detrimento de outros, também a identidade da profissão não é clara.

Rémy Reiffel alerta para a dificuldade, devida à ausência de fronteiras objectivamente definidas e à integração de várias actividades no âmbito dos media, para se encararem os jornalistas como um grupo profissional homogéneo e unificado. Tomando a televisão como exemplo, o sociólogo considera que a multiplicidade de competências exercidas por

profissionais distintos – como responsáveis de programas, produtores, realizadores, encenadores, técnicos, animadores e jornalistas –, contribui para a indefinição da profissão.

Se a identidade profissional é frágil e se a homogeneidade falha, tal deve-se, na óptica de Reiffel, à falta de um acordo em torno da formação dos jornalistas, do controlo das práticas dos seus membros e de uma deontologia que não possui normas de conduta unanimemente partilhadas (2005: 55). Entende ainda que neste quadro tudo continuará aberto e genérico face a uma combinação contraditória entre a autonomia de pensamento e os constrangimentos de assalariados. Chama ainda a atenção para o sentimento de “dupla-filiação” do jornalista (2003) – é colaborador de uma empresa e membro de uma profissão –, fazendo com que o jornalista se apresente ora como “técnico” ora como “artista”.

Como técnico, o jornalista desenvolve uma retórica profissional baseada numa competência de um saber e de um *saber-fazer* que o associa a um pedagogo; como artista, ele é um curioso movido pela intuição. O seu prestígio social está associado a recursos como: “a qualidade de expressão, a visibilidade social, a proximidade com os poderosos e a coragem do correspondente de guerra” (Neveu, 2003: 28). Na definição de Mário Mesquita, o jornalista é alguém que “deve reunir o talento do escritor, a capacidade de contextualização do historiador, a metodologia do sociólogo e o sentido de síntese do homem político” (2003: 190).

Em Portugal, na Lei n.º 64/2007 de 6 de Novembro, artigo 1.º, referente ao Estatuto do Jornalista lê-se:

São considerados jornalistas aqueles que, como ocupação principal, permanente e remunerada, exercem com capacidade editorial funções de pesquisa, recolha, selecção e tratamento de factos, notícias ou opiniões, através de texto, imagem ou som, destinados a divulgação, com fins informativos, pela imprensa, por agência noticiosa, pela rádio, pela televisão ou por qualquer outro meio electrónico de difusão¹⁸.

Por seu turno, o Sindicato dos Jornalistas define o jornalista como “profissional de informação com responsabilidade editorial que trabalha factos, acontecimentos e conhecimentos, com vista à divulgação em órgãos de comunicação social, sob a forma de

¹⁸ Diário da República, 1.ª série – N.º 213-6 de Novembro de 2007.

mensagem objectiva”. As incompatibilidades da profissão estão previstas no artigo 3.º e prendem-se com as “funções de marketing, relações públicas, assessoria de imprensa e consultoria em comunicação ou imagem, bem como de planificação, orientação e execução de estratégias comerciais”.

No papel de artista ou de técnico, o jornalista está integrado numa organização noticiosa com uma “escada” profissional composta por jornalistas generalistas e especialistas, editores, repórteres e chefia de redacção, pessoas cujos interesses variam. O diálogo entre o jornalista e o editor, como também entre o editor e o chefe de redacção, é omnipresente e evidencia a natureza colectiva das notícias, na medida em que o agendamento de um facto e a posterior elaboração da notícia envolve pelo menos dois profissionais, como defendeu John Soloski (1989/1993).

A sala de redacção, enquanto espaço de excelência do exercício do jornalismo, reúne jornalistas com diferentes funções e níveis de relevância. Rieffel distingue, *grosso modo*, três categorias de profissionais: a elite da profissão, “a minoria influente”, reconhecida pela classe dirigente e pelo público e gozando de um estatuto e de uma remuneração elevados; os jornalistas redactores-repórteres, o “batalhão da informação”, desconhecidos do público e tendo condições de trabalho mais ou menos rotineiras; os marginalizados, por fim, aqueles que estão vinculados à profissão com contratos de trabalho precários. Um conjunto que assim releva um “mosaico de actividades e dá a imagem de um grupo profissional (...) cujos membros têm menos pontos em comum do que se imagina” (2005: 56).

Na redacção podem ser encontrados jornalistas generalistas e jornalistas especializados. O jornalista generalista aborda uma multiplicidade de matérias sem necessitar *a priori* de um conhecimento da matéria em causa; privilegia o acontecimento e não a problemática, realçando o facto dramático ou espectacular e não o processo social subjacente ao mesmo; os seus contactos com as fontes noticiosas não são regulares, sendo as suas análises mais imprecisas e menos profundas do que os textos assinados por um jornalista especialista.

Se não deixa de ser verdade que é condição *sine qua non* de todo o profissional de informação jornalística estar apto a escrever sobre qualquer temática social, assiste-se crescentemente a uma especialização dos jornalistas em relação a determinadas matérias. Porém, o acesso do jornalista a esta esfera de especialização está condicionado à credibilidade que ele adquire junto do editor, isto é, à demonstração das qualidades gerais

exigidas a um jornalista: fazer de uma matéria uma breve notícia que o público, em geral, compreenda facilmente (Dominique Marchetti, 2005).

Com um grau de importância que difere de meio para meio, as áreas da Política, da Economia, da Justiça ou do Desporto são algumas das esferas editoriais em que essa especialização se torna mais visível. E é nesse domínio da especialização, pelo facto de o círculo de contactos do jornalista ser inevitavelmente mais fechado, que é natural que suceda uma eventual dependência face às fontes. Nesse sentido, “às vezes é positivo que um jornalista de uma secção trabalhe noutra área distinta, pois, como não tem um olhar formatado mas sim um ‘olhar de fora’, a experiência pode ser enriquecedora para ele e para a secção”¹⁹.

No caso particular da Política, ser jornalista político começa por significar fazer a cobertura *in loco* das actividades parlamentares, o que conduz a que o *habitat* dos “trabalhadores do simbólico” seja dividido entre os corredores e os gabinetes do poder. Não obstante a proximidade e a partilha de um espaço comum às personagens influentes da vida política permitir um conhecimento por dentro dos processos e do ambiente, como também facilitar o acesso à informação e à investigação, não se deve ignorar que essa contiguidade pode dificultar/impedir ao profissional do jornalismo a obtenção de outros pontos de vista e a apresentação de uma informação mais plural.

Na qualidade de especialista ou de generalista, o jornalista é quase sempre orientado por um editor, o responsável por uma determinada secção que toma as decisões sobre as matérias de trabalho e do respectivo espaço a ocupar assim como sobre a reescrita das peças jornalísticas em função da linha editorial e das noções de brevidade, clareza e simplicidade da narrativa jornalística. É também o editor que define a elaboração dos artigos, da escolha dos títulos aos *leads*, aos destaques, à ilustração e à respectiva legendagem. Numa posição hierárquica que se coloca entre a direcção do jornal e o corpo redactorial, o editor também negocia diariamente, mesmo existindo um padrão definido, o número de páginas concedidas à sua editoria.

Na óptica de Herbert Gans, o editor olha para as notícias do ponto de vista das audiências, enquanto o jornalista julga a história numa perspectiva de fontes, sendo essa a linha informal a imperar na organização noticiosa (1980: 89). Refere aquele autor: “se os

¹⁹ Alexandra Lucas Coelho, entrevista à revista *Jornalismo e Jornalistas*, nº 28.

editores considerarem a história interessante, eles assumem que a audiência irá responder de igual modo” (1980: 90). Acrescentando que o poder efectivo do editor se expressa em “não ter de justificar ou explicar as suas decisões ou considerações (1980: 117). Para a jornalista Alexandra Lucas Coelho, “um bom editor não tem apenas de estar atento à actualidade, de ter critério, de ser intuitivo, de saber onde está a notícia e como é que os acontecimentos podem evoluir, mas também de conseguir tirar o melhor partido dos que com eles trabalham”²⁰.

No topo da hierarquia do jornal está, por fim, a direcção. Esta estabelece as suas relações com a administração, os editores e a redacção, sendo geralmente composta por jornalistas e estando associada – na metáfora de Juan Luis Cebrián, fundador e ex-director do jornal espanhol *El País* – a um “director de orquestra” com uma “formação sinfónica composta de cem ou mais solistas, especialistas num instrumento, que devem saber tocar ao unísono segundo uma cadência e um ritmo que alguém marca” (2004: 75-76).

3.2. A notícia e os seus valores

Na definição de notícia que era apresentada pelo jornal *Diário de Notícias* na sua edição de 29 de Dezembro de 1864 era preconizado que: “o facto é sagrado, o comentário é livre. Eliminando o artigo de fundo, não discute política, nem sustenta polémica. Regista com a possível verdade todos os acontecimentos, deixando ao leitor, quaisquer que sejam os seus princípios e opiniões, ou comentá-los a seu sabor” (Tengarrinha, 1989: 186-187).

O conceito inicial de notícia ficou, assim, associado ao carácter inesperado dos acontecimentos – desastres ambientais, acidentes ferroviários, suicídios de pessoas famosas –, mas a noção viria posteriormente a incorporar factos planeados por fontes organizadas e não-organizadas que, ao reunirem critérios de noticiabilidade (valores-notícia), eram agendados e convertidos pelo jornalista em notícias; designada por notícia de rotina, ela decorre de acontecimentos organizados como as conferências de imprensa ou as entrevistas.

Apesar de a informação jornalística actual assumir contornos diferentes daqueles que existiam há um século, pode assegurar-se que ela continua edificada sobre três eixos indissociáveis: o acontecimento, a actualidade e o período. Enquanto fio condutor, o

²⁰ Alexandra Lucas Coelho, *op.cit.*

acontecimento pode assumir duas faces: a de espontâneo ou a de intencional (quando é influenciado directamente pela fonte que planeia a acção). Na óptica de Carlos Chaparro, estas duas facetas distintas convergem em cinco elementos: “materialidade (dimensão física e espacial dos factos), discurso (dimensão accional, a acção do que se diz), actualidade (dimensão temporal, o presente como tempo real), atributos (dimensão narrativa, ingredientes do relato) e divulgação (dimensão comunicativa, socialização pela notícia).²¹

Na sua condição de imprevisível ou previsível, agendada ou planeada, a notícia possui critérios de selecção dos acontecimentos ou fragmentos de acontecimentos que o jornalista julga poderem integrar a notícia. Os valores-notícia (*news-worthiness*) compreendem o critério que determina a inclusão ou a exclusão de determinados factos ou acontecimentos da agenda diária dos media noticiosos, sendo a personificação, a proeminência, o insólito, o inesperado, a proximidade, a frequência e o interesse humano os valores-notícias mais utilizados pelos jornalistas. Deste modo, as normas de noticiabilidade são os valores-notícia que determinam se um acontecimento, tema ou facto são susceptíveis de se transformarem em notícia.

De acordo com Mauro Wolf (1987), a noticiabilidade é encarada como um conjunto de elementos através dos quais o órgão informativo controla e gere a quantidade e o tipo de acontecimentos. Wolf vê os valores-notícia com uma lógica própria destinada a uma repetição de procedimentos ou rotinas. Já Neveu (2003) chama a atenção para a dificuldade – explicada em grande parte pelo elevado grau de intuição implicado no processo – de verbalizar os critérios de escolha por parte dos principais responsáveis pela selecção dos factos.

A primeira análise sobre os factores que influenciavam o fluxo das notícias e que se tornou um estudo clássico sobre os valores-notícia pertence a Galtung e a Ruge (1965). No âmbito da secção “Internacional” de um jornal periódico, a investigação dos autores noruegueses foi desenvolvida em torno das condições que contribuíam para que um acontecimento se convertesse em notícia, tendo os mesmos concluído que, para captar a atenção, para ser ouvido e compreendido, o facto tinha de ser forte, claro, inesperado e

²¹ Declaração registada no Seminário “Jornalismo na Fonte”, realizado entre os dias 29 de Março e 2 de Abril de 2004, no Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho.

significativo numa determinada cultura. Já a probabilidade de um acontecimento internacional vir a despertar a atenção dependeria sempre de ele implicar uma nação “importante”, das elites sociais, do alcance das suas consequências e da possibilidade de se associarem personagens aos factos (1965/1993: 66).

Para Ericsson, Baranek e Chan (1987: 139-140), os critérios gerais de noticiabilidade relevam a simplificação, a dramatização, a personalização, os temas, a consonância e o inesperado.

Num quadro teórico em torno da noção de acontecimento, Harvey Molotch e Marylin Lester (1974/1993) identificaram quatro géneros de acontecimento: a rotina, o acidente, o escândalo e o acaso feliz. Para estes autores, a elevação de uma ocorrência a acontecimento público decorre dos interesses mútuos: jornalistas e fontes de informação têm *necessidades de acontecimento*.

Mar Fontcuberta explica que “uma informação para ser notícia necessita de reunir três factores: ser recente, ser imediata e que circule, ou seja, que acabe de se produzir, que se dê a conhecer no mínimo espaço de tempo possível, e que esse conhecimento circule num público vasto e massivo” (2002: 14).

A teorização em torno da noção de notícia ficou também marcada pela distinção, proposta por Herbert Gans, entre as notícias importantes (*soft news*) e as notícias interessantes (*hard news*); as primeiras são factuais e informativas, enquanto as segundas são divertidas. Esta tese é, por sua vez, criticada pela socióloga Gaye Tuchman ao entender que se tem de “pôr de lado a dicotomia importante/interessante e olhar para as ‘estórias noticiosas’ como um todo – tanto como um elemento de trabalho que é uma ‘estória’ contínua de actividade humana e como ‘estórias’ individuais que contribuem para essa ‘estória’ contínua” (1976/1993: 265).

Em todas as concepções de notícia está subjacente uma luta contra o tempo, um clima de urgência que conduz o jornalista a criar modos de rotina e a identificar nos acontecimentos mais imprevistos a noticiabilidade através de critérios de valor-notícia. A cultura jornalística, que se dilui no modo como as notícias são pensadas, elaboradas e apresentadas, é indelevelmente marcada pelo imediatismo de fixar a ordem social.

3.2.1. O primado do imediatismo

Entendido como um conceito referente ao espaço de tempo compreendido entre o acontecimento e o momento em que a notícia é apresentada publicamente, o imediatismo transforma a actividade jornalística numa “máquina do tempo” (Philip Schlesinger, 1977/1993).

O quotidiano da imprensa, da escrita ao audiovisual, é nos nossos dias guiado pela definição de acontecimento e de notícia, num contexto económico, político e social em que o desenvolvimento tecnológico impõe uma maior pressão à organização noticiosa. Ele é transformado numa “máquina do tempo” em que os jornalistas oscilam entre uma posição de “controladores” e de “vítimas” temporais, porque movidos por uma *cronomentalidade* (Schlesinger, 1977/1993: 178) comandada pela quase anulação do tempo que medeia entre a ocorrência do acontecimento e a consequente corporização em notícia. Como sublinha Schlesinger: “os jornalistas têm uma *interpretação cultural específica* do verdadeiro significado do seu trabalho, na base do qual estão a excitação e o perigo que advêm do facto de depararem com apertadas horas de fecho. Tornar-se num controlador, transcendendo por isso o carácter caprichoso, sacrificador da notícia, é o que torna o trabalho noticioso tão excitante” (1977/1993: 189).

Este contexto, que Paul Manning designa por “clima de urgência”, acompanha o processo de produção da informação noticiosa e faz com que os jornalistas encarem este ciclo temporal como uma rotina, desenvolvendo um conjunto de técnicas e práticas organizacionais para se adaptarem a esse imperativo (2001: 54). No âmbito do controlo e da pressão do imediatismo, o autor diagnostica duas tendências: primeiro, a tensão do tempo e a importância de obter informação rica em valores-notícia conduzem a uma maior dependência face às fontes oficiais, por seu turno noticiáveis pelo poder que representam; segundo, o facto de as organizações noticiosas se agarrarem à rotina da fonte para responderem aos imperativos de espaço e de tempo, transformando as notícias das agências em mercadoria (2001: 55).

O tempo, como factor condicionante de processos como a selecção, o tratamento e a apresentação das notícias, conduz os jornalistas a atitudes ambivalentes no seu ofício quotidiano de autoria. Por um lado, a produção de informação e a sua configuração frenética, com a qual não podem provavelmente deixar de viver; por outro lado, as notícias

diárias minam bastante a visão do jornalismo enquanto prática de registo do súbito, do dramático e do inesperado (Manning, 2003: 58).

Mas, se a vida diária de um projecto editorial é frequentemente preenchida por casos previsíveis, com a maior cobertura jornalística a derivar de acontecimentos organizados pelo serviço de agenda que recolhe informações de conferências, inaugurações e visitas de fontes institucionais e outros temas considerados como noticiáveis pela direcção ou pelos editores de secção na sua reunião diária, será pertinente questionar: qual é o lugar do imediatismo na cultura jornalística contemporânea?

É incontestável que as notícias planeadas e, por isso, previsíveis podem logicamente ofuscar o sentido de imprevisto e de inesperado inerente à génese da notícia. Mas Érik Neveu vem acentuar que a rotina jornalística comporta dois contrapontos essenciais: o de evidenciar a importância de um assunto previamente preparado em relação à sucessão dos acontecimentos e o de sublinhar que a competência do jornalista – sem nunca esquecer o acaso – se mede também pela capacidade de antecipação do imprevisto, como “dominar o imprevisto com a ajuda de rotinas é também demonstrar uma capacidade intuitiva e eficaz em matéria de triagem do fluxo de informação, detecção do valor da informação de um despacho, de um comentário ou de um facto, da sua capacidade para se transformar em notícia” (2003: 65).

A cultura jornalística é representada em rotinas da produção noticiosa relacionadas com as normas da profissão e incorpora ainda um conjunto de crenças e valores partilhados pelos membros da organização, como um sistema de significados avaliados de forma contínua pelos seus membros e adaptado ao longo da carreira. Para além destes valores e do imediatismo que suportam a produção do capital simbólico – o outro nome da distinção bourdiana –, a cultura jornalística possui ainda códigos deontológicos, estatuto editorial e livro de estilo e formas de auto-regulação, como sejam as cartas ao Director ou o Provedor. José Leite Pereira²² afirma que os meios noticiosos têm todos bons princípios, mas que “o problema é quando (...) são mais permeáveis às leis do mercado. A necessidade de vender, a necessidade de um jornalista dentro de uma redacção ter algum destaque, é isso que vai mexer com as regras do jogo”.

²² Entrevista número quatro.

As entrevistas na íntegra encontram-se disponíveis em CD.

A pressão movida para a notícia em “primeira-mão”, para a declaração exclusiva ou para a entrevista reveladora, marca o ritmo do jornalismo, da exigência de factos que preencham os espaços informativos de hora a hora. A reputação profissional das empresas noticiosas, dos jornalistas e das relações estabelecidas no interior do campo jornalístico joga-se, portanto, na capacidade de gerir esta pressão. O capital jornalístico, enquanto influência funcional dentro do campo dos vários meios de imprensa, é deste modo medido por indicadores relacionados com a produção das notícias, como o número de ‘exclusivos’ ou a quantidade de artigos que outros meios de comunicação social elaboram a partir dessas ‘cachas’, mas também por factores quantitativos, como as audiências e as tiragens, e por factores qualitativos, com o consumo por parte dos líderes de opinião económicos e políticos (Marchetti, 2004: 71).

3.3. Alguns vícios na construção das notícias

O primado do imediatismo é talvez o condicionalismo presente mais imediato na produção das notícias. Porém, outros vícios de construção, provavelmente mais fáceis de detectar do que de controlar, são apontados.

Elsa Costa e Silva (*Diário de Notícias*) considera que os vícios na construção das notícias “estão mais ligados com as condições de trabalho do que à produção das notícias”. Para a referida jornalista, “a influência gráfica cada vez maior” obriga as notícias a serem mais curtas e “a escassez de tempo” impede que se procurem novas abordagens, para além daquelas que são fornecidas pelas agências de comunicação, porque facilitam o trabalho do jornalista e fornecem uma notícia quase feita”²³.

Nuno Maia (*Jornal de Notícias*) fala do “vício de colocar a credibilidade das notícias na credibilidade do órgão de informação, quando a notícia deveria ter credibilidade em si”²⁴, ou seja, muitas vezes alguns dos procedimentos básicos do jornalismo, designadamente a obtenção do contraditório, não são cumpridos porque o nome do título oferece por si credibilidade ao que é escrito, independentemente de a notícia reunir os requisitos necessários. Explica: “A notícia pode ser a mais credível, mas se foi escrita num órgão de

²³ Entrevista número onze.

²⁴ Entrevista número cinco.

informação que não tem prestígio ou boa imagem, as pessoas têm muita dificuldade em acreditar. O contrário já não acontece”.

Este vício anotado por Nuno Maia é, de algum modo, corroborado por Nicolau Santos ao considerar que o jornalismo português ficou marcado, nos anos 80, pelo aparecimento do jornal *Independente*, o qual “fez escola no sentido de ser um jornalismo muito agressivo (...) que não fazia exactamente do cumprimento das regras jornalísticas a sua cartilha”. Para o director-adjunto do *Expresso*, não foi o “essencial” da relação entre jornalistas e fontes de informação que se alterou, mas antes “a maneira como se aplicam os princípios básicos do jornalismo”²⁵:

Sei de várias histórias que se passaram em que eles [jornal *Independente*] tinham informação sobre alguém, algum acontecimento, guardavam essa informação até limite e só a tentavam verificar, quando tentavam, à quinta-feira ao final do dia ou pela noite dentro, para que se houvesse uma informação contraditória a história contada só por um nome não desaparecesse. Ora, do meu ponto de vista, isso fez carreira e por vezes existe a tentação e nós, enfim, aqui no *Expresso*, não estamos imunes a esse pecado, e às vezes temos uma história muito boa, tão boa, que não se segue o princípio do contraditório e não se tenta verificar a informação.

Uma das características que também marca hoje a informação dos media é, na linguagem de Richard Sennet, a “ideologia da intimidade”, isto é, a orientação para a intimidade, com a exploração da privacidade na forma de vida privada aos níveis pessoal, familiar, amoroso e de amizade com o direito de não a revelar. Para os actores sociais, a privacidade é utilizada para um conhecimento ou reconhecimento público, sendo sempre complexa a sua resistência à lógica da personalização. Como nota Reiffel, trata-se de uma estratégia que obriga os homens políticos a construir uma personagem que legitima uma leitura que dessacraliza e negligencia as disputas políticas, uma vez que descontextualiza os problemas e reduz as campanhas eleitorais a uma luta de personalidades.

A vida privada é agendada nos media noticiosos por se considerar que a mesma tem dimensões e implicações públicas, através de acontecimentos de exposição e de ocultação, num jogo quase se diria de “mostra” e “esconde”, enquanto uso estratégico para criar ou

²⁵ Entrevista número um.

consolidar a notoriedade. O problema é que nem todos os momentos de intimidade, no entender dos sujeitos das notícias, devem ser objecto de publicação; e é nesse comportamento ambíguo, em que não se admite que a vida privada deixe de o ser a partir do momento em que se torna pública e passa doravante a ter um estatuto omnipresente de publicitação, que se geram os grandes conflitos entre os media e as figuras públicas. Veja-se o caso mais recente de contradição: o Presidente da República da França, Nicolas Sarkozy, abandonou uma entrevista ao canal norte-americano CBS irritado com a questão da jornalista Lesly Stahl sobre o seu divórcio, criando um mês depois eventos mediáticos na EuroDisney, no Egipto e na Jordânia para oficializar o seu namoro com a actual primeira-dama. Esta gestão ambivalente da visibilidade da privacidade na esfera mediática conduz a conflitos e alimenta os mais sérios confrontos e debates sobre o público e o privado.

Sucedem também uma tendência para o enfoque jornalístico em determinados casos singulares e que se convertem no principal tema da agenda. Acontecimentos sociais muito específicos em que sucede frequentemente o abuso do direito de reserva da personalidade numa chamada “patrimonialização da imagem humana” através de filmagens ou de fotografias das pessoas envolvidas. O recurso a fontes especializadas que contextualizam o acontecimento, enquanto alicerces de uma campanha sensacionalista, contribui também para tornar o facto na notícia número um da ordem social, prendendo-se em última instância com as audiências e as tiragens, isto é, com os objectivos comerciais da empresa jornalística. Aqui se confrontam dois deveres fundamentais dos jornalistas, contemplados nas alíneas a) e d) do artigo 14.º do Estatuto do Jornalista: o de “informar com rigor e isenção, rejeitando o sensacionalismo e demarcando claramente os factos da opinião” e o de “respeitar a orientação e os objectivos definidos no estatuto editorial do órgão de comunicação social para que trabalham”. A intensificação da lógica comercial nas empresas jornalísticas como o lugar onde se estabelecem as estratégias comerciais e as orientações editoriais vem, sem dúvida, alterar a selecção dos factos e a forma como eles são apresentados sob o signo dos resultados.

O que importa talvez aqui questionar, assim como na tendência para a exploração da vida privada, é como é que os meios noticiosos se podem afastar destas notícias quando os outros meios dedicam aberturas de telejornais e capas de diários com novas revelações e

novos factos sobre o acontecimento? Poderá a imprensa fugir a esta ordem planeada que, de algum modo, fixa a agenda e que o público procura conhecer melhor? Diríamos que não pelo facto de estes temas integrarem a ordem social e, com isso, dizerem respeito a um universo próprio e pertencerem a um conjunto de relações instituídas.

A informação televisiva e a imprensa escrita não podem ser analisadas sem um reporte à lógica de mercado e às tendências globais que caracterizam a indústria noticiosa, na qual existe uma submissão da estratégia de informação à estratégia global de uma empresa jornalística que por si só implica uma sujeição aos objectivos comerciais que são alcançados pelas cachas, pelo directo, pela imagem e fotografias exclusivas.

Reportando-se ao caso particular da televisão, o subdirector do *Público*, Manuel Carvalho, fala ainda da subjectividade dos jornalistas e considera que “se expõem demasiado ao assumirem posições muito taxativas sobre determinados assuntos que não dominam completamente”. Explica:

Eu percebo que as televisões convidem jornalistas para comentarem determinados factos, mas (...) transformam[-se] numa espécie de juízes da informação que eles próprios produzem. Acho que isso é um risco e pode levar os telespectadores a sentirem que os jornalistas são uma coisa e o seu contrário, ou seja, dão informação e depois desmontam-na e desvalorizam-na ou hipervalorizam-na, deixando pouca margem aos leitores e aos telespectadores para construir a sua própria percepção da realidade perante os factos que nós damos.

Ainda no que se relaciona com a subjectividade, David Dinis, editor da rubrica “Nacional” do *Jornal de Notícias*, considera que esta questão se prende com razões de formação e competência²⁶:

O jornalista tende muito a escrever o que acha, e isso é muito frequente por várias razões. Primeiro, as redacções são vorazes, devoram pessoas, devoram jornalistas. Acabam com eles em três tempos, são sítios muito intensos. Depois, a renovação da classe está a ser demasiado precipitada, o que significa que há, em variados casos, muito menos conhecimento técnico sobre as matérias sectoriais. Por fim, regra geral, as empresas de comunicação não apostam na formação dos jornalistas. Já trabalhei em jornais em que me foi possível fazer e acabar o meu

²⁶ Entrevista número nove.

mestrado. E já trabalhei em sítios em que isso era de todo impossível, e isto não tem a ver com as administrações, longe disso, tem a ver essencialmente com as chefias intermédias e com as direcções. Portanto, por estas três razões, isto [subjectividade] acontece vezes de mais.

Outro vício apontado é o do cultivo das fontes de informação, o que tem a ver com a relação que o jornalista estabelece com uma fonte, num pacto cooperante quotidiano de revelação e de explicação. Para Luísa Bessa, o risco desta negociação prende-se com o facto de o cultivo da fonte se sobrepôr ao dever de informar. A subdirectora do *Jornal de Negócios* explica que “preferem trocar notícias por uma boa relação com as fontes, com a expectativa de ganhos futuros com boas ‘estórias’”; no seu entender, tal alimenta as teses conspirativas dos meios de comunicação social como “guetos entre *lobbyistas*, entre gente que defende interesses”. Tese que vai ao encontro do “respeitinho pelo poder”²⁷, como um dos “pecados dos media nacionais” enunciados por João Miguel Tavares a par de outros como “o comodismo, a desatenção e o alheamento da sua tarefa histórica de *watch dog*”.

A este propósito, Manuel Carvalho fala de um jornalismo “mais plano”, de “um jornalismo que chega às redacções por fax, por comunicado”, que não acontece por inércia dos jornalistas mas porque “do lado de lá [fontes de informação] houve um enorme esforço de organizar e filtrar a informação, o que torna tudo mais previsível e menos transparente”²⁸. Já Luísa Bessa diz²⁹:

De um modo geral, as notícias não são muito criativas. A leitura dos jornais é bastante monótona. Na área da Economia, acho que há muita ignorância, há pouca pesquisa prévia das matérias, o que não significa que seja mau para as fontes. Há um comunicado, há uma conferência de imprensa e a notícia é praticamente a transcrição daquilo tudo, ou parte, e não há muito valor acrescentado do jornalista. Não há informação de *background* que possa ser chamada, não há contextualização, portanto, eu acho que essa é a grande fragilidade.

É o chamado *pack journalism*, em que os jornalistas apresentam as mesmas histórias, enfatizam os mesmos ângulos e adoptam um ponto de vista semelhante. Com uma escassez

²⁷ “O pecado mora aqui”, in *Diário de Notícias*, 26 de Maio de 2006.

²⁸ Entrevista número seis.

²⁹ Entrevista número dez.

de tempo para investigar, reflectir e ponderar, aliado a uma instabilidade baseada na rotatividade de jornalistas estagiários não remunerados ou no vínculo precário dos recibos verdes, a qualidade e a autonomia dos jornalistas tornam-se inevitavelmente mais vulneráveis.

Condensar estes vícios torna-se premente, menos com a intenção de acusar o jornalismo do que porque é na consciência das suas vulnerabilidade que se podem compreender, para além da ingenuidade ou do cepticismo, as notícias de todos os dias.

3.4. Ser jornalista hoje

Ser jornalista hoje continua a basear-se na adopção de rotinas, de automatismos de classificação, de um sentido prático ligado à experiência que lhe permite hierarquizar rapidamente uma multiplicidade de informação. Dito de outro modo: o trabalho de documentação, inquérito e interpretação associado ao perfil do jornalista na elaboração da ordem social continua a obedecer a um processo particular; contudo, se os principais traços do exercício do jornalismo se mantêm, o mesmo não se poderá dizer do ambiente social em que ele é sujeito e objecto. Hoje, o controlo da imagem pública e a obsessão pela opinião transformaram o modo de estar das instituições, dos políticos e dos empresários que fazem da comunicação pública numa das suas principais preocupações.

Face a esta necessidade de “inscrição social”, ser jornalista hoje significa que se avalie criticamente a informação recebida pelas múltiplas fontes de informação por forma a que seja possível distinguir os factos que interessa sejam divulgados e os factos planeados, cujo interesse se situa somente ao nível da legitimação social através da exposição na praça pública. A verdade é que este desafio é deveras complexo, nomeadamente pela escassez de tempo para uma investigação, pela concorrência entre meios para dar a notícia em “primeira-mão”, pelo “veredicto do mercado”, fazendo com que muitas vezes não aconteça a reflexão que urge na produção jornalística. Sendo impossível renunciar a esta realidade e recuar no tempo, parece evidente que o jornalismo continuará a ser feito a partir de agendas propostas por sujeitos interessados, pelos inevitáveis *briefings* do assessor ou do porta-voz, por convívios pessoais e por cumplicidades misteriosas das salas de redacção com os rostos do

poder; isto sem prejuízo de ser sempre possível o caminho da investigação, de o jornalista ir para o terreno e nele encontrar os ângulos mais genuínos.

Sem esquecer, por fim, as condicionantes de ordem social, política e económica que confluem numa complexa conjugação de factores. Procedendo a uma caracterização breve, e possivelmente redutora, são de referir: a heterogeneidade sócio-cultural e a consequente fragmentação dos públicos dos media; a alteração da orgânica das instituições dos media e a concentração de propriedade; o crescimento maciço de canais de comunicação, aliado à democratização das novas tecnologias (nomeadamente por via da revolução que a Internet veio provocar nas esferas do tempo e do espaço), fomentando a interactividade; o confronto quotidiano do jornalista com uma rede de poder. Como refere Rieffel (2005), trata-se de uma rede de interdependências complexas e variáveis, marcada por uma configuração de acções e reacções, num misto de constrangimentos e liberdades, que evolui em função do contexto e da conjuntura.

Neste sentido, e no âmbito da produção da informação, ser jornalista hoje implica compreender esta rede organizada por múltiplos protagonistas – políticos e *spin-doctors*, instituições governamentais e não-governamentais, estratégias e alianças –, com interesses e capacidades de influência variáveis, actuando neste “matrix de instituições e perspectivas” (Schudson, 1995) de modo a que nenhuma das partes domine individualmente o resultado final da hierarquização dos problemas sociais e da definição dos enquadramentos.

CAPÍTULO IV
FONTES DE INFORMAÇÃO

*“As fontes são um profundo e misterioso segredo
do poder da imprensa”*

Michael Schudson

4.1. Um universo heterogéneo

Elites políticas e elites económicas, empresas públicas e empresas privadas, organizações não governamentais e associações profissionais, agências de comunicação e assessores de imprensa, líderes de opinião e cidadãos comuns, sites e *blogs*, eis um universo social distinto que procura responder diariamente às necessidades dos fluxos de informação dos media noticiosos. São como “repórteres” (Ericsson *et al.*, 1989) que fazem o trabalho necessário para criar notícias que a imprensa aceite e inclua na agenda.

Hoje, a mediação com os vários géneros de imprensa não só decorre por parte de fontes organizadas, activas e contínuas, de que são exemplo os gabinetes de comunicação ou os serviços de assessoria de imprensa, como é também estabelecida a partir de um conjunto heterogéneo de agentes sociais que criam factos com “valores notícia”, na lógica de o jornalista ter “necessidade de acontecimentos” (Molotch e Lester, 1974). Deste modo, a fonte de informação pode ser uma instituição ou um indivíduo que colabora com os jornalistas na construção da notícia, que planeia acções e/ou dá informações. A fonte noticiosa pode ainda assumir um registo material, ou seja, não derivando directamente da relação de interdependência e cooperação entre dois ou mais sujeitos, ela pode ser uma notícia veiculada num meio de comunicação social ou um *post* colocado num *blog* e conduzindo o jornalista à investigação.

Na base do conceito de fonte está “a pessoa a quem se reconhece competência e seriedade para prestar informação. Na avaliação de uma informação pondera-se o seu valor intrínseco, a possibilidade de a comprovar e a idoneidade” (*Público*, 1997: 129).

Para alguns dos estudiosos que se debruçaram sobre a temática, a fonte de informação compreende os actores que o jornalista observa ou entrevista e aqueles que fornecem informação ou propõem histórias enquanto representantes – organizados ou não – de uma entidade pública ou de outros sectores da sociedade. Podem ser institucionais e oficiosas, estáveis ou provisórias, ao que se pode acrescentar uma distinção que Herbert Gans (1980:80) estabeleceu entre fontes activas e fontes passivas a partir da relação estabelecida entre a fonte e o jornalista. Já para Ericsson *et al.* existem quatro tipos de fontes: jornalistas, porta-vozes de instituições e organizações governamentais, porta-vozes de instituições e organizações não-governamentais e cidadãos individuais (1991: 186-199). Uma outra proposta apresentou uma divisão entre fontes oficiais, que incluíam as entidades do

governo e as instituições “ditas” oficiais, e as fontes não-oficiais, em que se enquadravam as organizações não-governamentais (Schlesinger e Tumber, 1994; Glasgow Media Group, 1998).

Todavia, à luz do contexto social mediático e de legitimidade que temos abordado, impõe-se que a análise às fontes noticiosas ultrapasse a divisão linear – fontes oficiais e fontes não-oficiais – pelo facto de as organizações não-governamentais dispõem hoje de um serviço permanente de assessoria de imprensa que lhes permite ter as suas próprias agendas, cuja estratégia e alcance se encontram ao mais elevado nível de profissionalização na relação com os “trabalhadores do simbólico” ou, mesmo, figuras com “capital cultural” – líderes de opinião – que, sem pertencerem necessariamente à esfera das fontes oficiais e não-oficiais, sabem negociar a sua entrada na agenda mediática através da sua consciência dos critérios de noticiabilidade e do seu conhecimento das rotinas organizativas das salas de redacção.

Ainda num quadro da nova dinâmica de mediatização, importa crescentemente abordar a acção das agências de comunicação na sua relação com os jornalistas. Encaradas como um interface entre as fontes primárias do poder – ministérios, empresas, partidos políticos, organizações – e a imprensa, o papel destas agências na produção jornalística não é consensual, como seguidamente se elucida.

Para alguns dos entrevistados, as agências de comunicação constituem, por um lado, uma “cortina”, um “filtro” impeditivo de uma relação directa entre o jornalista e a fonte primária e, por outro, agentes responsáveis por um acesso “mais fácil à informação”, mesmo apesar de a informação ser “cada vez mais filtrada”³⁰. São também um “poder invisível, na medida em que nunca aparecem citados”, e detentores de “um poder imenso no acto de sedução dos jornalistas”³¹. Na óptica da confiança, considera-se ainda que existe uma dificuldade de encarar a agência como fonte fidedigna “se é uma agência contratada por um determinado tempo ou para um trabalho específico”³². Quanto à sua acção, pensa-se que “são utilizadas para fazerem o trabalho sujo”, como seja o de “negociar uma ‘estória’ por outra ou o de vender uma ‘estória’ negativa a um terceiro”³³.

³⁰ Entrevista número cinco.

³¹ Entrevista número três.

³² Entrevista número nove.

³³ Entrevista número dez.

António Cunha Vaz, proprietário da agência de comunicação Cunha Vaz&Associados, confirma o seu papel de intermediário, visto que “quem veicula a informação é a fonte primária”, referindo que “as agências decidem a estratégia, mas não decidem o conteúdo que querem veicular”. Admite ainda que, no campo político, é contratado “para evitar essencialmente que terceiros esgrimam contra nós armas, de forma desleal, e também (...) para se dotarem de armas que possam esgrimir contra terceiros”³⁴. Uma leitura também feita por Jorge Coelho, ministro nos governos de António Guterres, quando afirma que a contratação das agências não acontece para a definir o discurso mas para “gizar a forma de melhor passar a mensagem”³⁵.

Enquanto origem de distintos géneros jornalísticos – como a notícia, a reportagem ou a análise –, a fonte noticiosa não só fornece elementos consistentes que permitem ao jornalista dar início ao seu trabalho como outorga credibilidade ao facto trabalhado. Mas, se à condição de fonte esteve sempre associado o carácter de revelação de informação, hoje junta-se-lhe também um perfil de especialista. Ao contrário da invisibilidade pública que caracteriza, na maioria das vezes, a fonte de informação dos bastidores, a fonte especializada é publicamente visível, sendo corporizada por profissionais reputados que possuem conhecimentos numa área específica: sociólogos para enquadrarem acontecimentos sociais e culturais; politólogos para explicarem movimentos e decisões eleitorais; cientistas para esclarecerem descobertas científicas.

Nos últimos anos, os espaços informativos da televisão, do jornal ou da rádio têm sido crescentemente preenchidos por este género de fonte tecnicamente reconhecida e que se tornou nuclear na produção jornalística, desde a sugestão de factos para agenda até à análise dos factos noticiosos. Uma tendência editorial que, segundo Nicolau Santos, decorre de um “endeusamento do comentador”.

As vozes de especialistas que enquadram e explicam acontecimentos aos cidadãos valorizam o espaço editorial e fazem com que os media noticiosos sejam marcadas por uma nova dinâmica social e cultural. Também é certo, porém, que esta orientação editorial é confrontada com dois desafios particulares: primeiro, a atenção permanente às personalidades convidadas para participação no espaço público das páginas de jornal ou

³⁴ Entrevista número oito.

³⁵ “Jorge Coelho defende agências de comunicação”, in *Jornal de Notícias*, 6 de Março de 2008.

dos espaços da televisão e da rádio, no sentido de um conhecimento por dentro, na sua teia de interesses e ligações; segundo, o risco para que Estrela Serrano chamava a atenção de os comentadores ficarem, em certa medida, dependentes dos meios onde têm o seu espaço de análise e de comentário – exemplificando³⁶:

O António Barreto, que muito admiro pela sua qualidade científica, fazia e faz muitas críticas à televisão, nomeadamente à RTP mas, durante o tempo em que o seu trabalho [Portugal: Um Retrato Social] foi para o ar na estação pública, nunca fez críticas, e só agora o fez timidamente a propósito da entrevista da RTP ao *serial killer* de Santa Comba Dão, depois de Vasco Graça Moura ter escrito a esse propósito. O Pacheco Pereira é outro caso muito interessante; quando se levantam questões contra o *Público*, ele solidariza-se, e o caso Cintra Torres foi interessante.

4.2. O *modus operandi* da fonte e o seu poder variável

Apesar de a análise da profissionalização das fontes de informação ser complexa e variável, dado o facto de os sistemas políticos, os usos tecnológicos e os estados de desenvolvimento condicionarem a sua acção – devendo haver uma abordagem holística ligada às mudanças nos domínios político, económico, social e comunicacional que, apesar de terem diferentes graus de influência, registam uma interacção que é determinante nas mudanças produzidas –, podemos traçar um *modus operandi* global.

A fonte noticiosa desenvolve um conjunto de canais de rotina, a saber: o comunicado oficial, a conferência de imprensa, o *briefing*, a entrevista, o encontro informal (como o convite para um pequeno-almoço num hotel para os jornalistas conversarem com o líder político ou empresarial, uma iniciativa geralmente planeada e organizada não com o intuito de ser notícia mas “para criar um clima que, depois dá um artigo de opinião e uma disposição diferente das notícias”³⁷). Para além destas acções, a fonte recorre ainda às fugas de informação e ao *off the record*, muitas vezes sem autorização de quem assim representa (Sigal, 1974: 54).

Para ser acreditada pelo jornalista e a sua influência ser mais eficaz, a fonte assume por vezes uma dupla postura ao interpretar o papel de traidor da confiança da instituição que

³⁶ Entrevista número três

³⁷ Entrevista número três.

representa, ao dar uma informação em *off* ou ao explicar determinado facto. Esta cumplicidade, este informar do assessor sem autorização da fonte do poder faz com que inevitavelmente se trave, de uma forma não enunciada ou declarada, uma relação de troca de favores. Embora, a este propósito, Nuno Miguel Maia confidencie que desconfia cada vez mais quando lhe telefonam: “confio mais na informação que surge a propósito de conversas que nada têm a ver com o assunto e que surgem de uma forma menos interessada”³⁸. Na mesma linha, Elsa Costa e Silva afirma:

Prefiro de ser eu a encontrar as coisas. Quando faço um trabalho por informação que chegou, não é por iniciativa minha, é porque um editor decide que quer fazer alguma coisa e me pede para investigar. Já o trabalho que proponho por minha iniciativa decorre de contactos pessoais ou de investigações que possa fazer³⁹.

Com efeito, a vida profissional de uma fonte de informação organizada não se resume à promoção de eventos e à consagração de personalidades enquanto reflexo da sua capacidade de publicitação, uma vez que este género de fonte se dedica igualmente à gestão do silêncio, isto é, à censura como forma de controlo de fugas de informação negativas. Pode-se falar então de um duplo papel da fonte: de enunciação, por um lado, e de omissão, por outro. Em momentos particulares, a fonte poderá ter que faltar à verdade, ficando por apurar o que sucede a esta relação depois de um jornalista ter sido enganado e ter escrito com base em informação falsa.

Luísa Bessa admite que há casos de erros e de mentiras em que a fonte, posteriormente à publicação do facto, reconhece e assume que errou deliberadamente em defesa dos interesses da instituição que representava. Para a jornalista, é claro que a relação sai “prejudicada” e que, a partir desse momento, “as defesas aumentam” passando a exigir-se uma confirmação mais cuidada da informação, através de um cruzamento dos factos com um maior número de fontes. Já no papel de fonte, António Cunha Vaz assegura que o jornalista pode ser “enganado por uma fonte e ficar zangado, mas na semana seguinte ele

³⁸ Entrevista número cinco.

³⁹ Entrevista número onze.

recorre à mesma fonte”, uma vez que “a necessidade de informação é tão grande que os jornalistas não conseguem deixar as fontes no purgatório”⁴⁰.

Sendo, *grosso modo*, acção central da fonte a de propor ou sugerir factos, está-lhe também associado o acompanhamento contínuo dos discursos e das acções das fontes oficiais, dos indivíduos que actuam como fontes ou daqueles que os jornalistas consideram ser fontes credíveis. No caso específico da política, esta tarefa torna-se essencial, devido à diversidade de arenas (pública, económica, científica, religiosa), de grupos de pressão e de individualidades que ela obriga a agir e reagir. Sabe-se aqui que as fontes não oficiais aproveitam as fugas de informação, as incoerências ou as contradições entre fontes oficiais concorrentes para fazerem parte da cobertura mediática. Como não é desconhecido que os jornalistas, sobretudo os especializados, se interessam por recolher ideias contraditórias, apresentar projectos alternativos e por conseguir opiniões que permitam construir ângulos diferentes nas notícias.

Para além destas acções, que procuram marcar a ordem social quotidiana com factos relevantes que sejam priorizados em relação aos vários temas e factos apresentados e propostos à imprensa, a fonte noticiosa procede também à análise e ao arquivo de notícias veiculadas diariamente nos vários meios de comunicação social e directamente relacionadas com a organização que representa ou com os seus concorrentes. Designado também por *clipping*, este trabalho de compilação de notícias é muitas vezes adjudicado a empresas especializadas.

Ainda como promotora de factos noticiáveis, a fonte de informação utiliza como métodos de contacto as sondagens de opinião, os estudos, os discursos, as visitas, a possibilidade de uma fotografia ou de uma entrevista a uma personalidade. Este último programa de personalização, associado à vedetização da individualidade em causa, é geralmente bem acolhido pelos jornalistas.

Ao longo da sua carreira, a fonte de informação ficará sempre como um contacto; porém, será o poder de acesso à informação da fonte primária ou a um grau de especialidade que irá determinar a sua importância no trabalho jornalístico, quer ao nível de fornecer informação quer ao nível de opinião e aconselhamento.

⁴⁰ Entrevista número oito.

No dia-a-dia, o jornalista relaciona-se com fontes com níveis de poder e de influência variáveis. A este propósito, David Dinis, hoje jornalista e editor, afirma que quando exerceu a função de assessor de imprensa do primeiro-ministro Durão Barroso começou por ter um papel inicial de “intermediário” e que, por isso, a informação que tinha era reduzida. Confessa que, nesse momento, não era próximo de Durão Barroso nem da sua equipa:

Aproximei-me à medida que o tempo foi passando e fui ganhando algum conhecimento (...), passei a ser um bocadinho menos o intermediário, no sentido de: ‘olhe o jornalista x quer saber sobre y, que resposta é que eu dou?’, e passei a ter alguns conhecimentos de facto, alguns que eu podia transmitir aos jornalistas e outros que, por razões várias, nomeadamente razões de Estado, não podia dar⁴¹.

O ex-assessor sublinha ainda que o desentendimento com o jornalista se torna mais frequente precisamente quando a fonte “deixa de ser um intermediário” e tem uma maior proximidade com a fonte primária e um maior acesso à informação, visto que “um jornalista chateia-se sim, se percebe que o assessor sabe ou se percebe se o ministro, ou seja, a fonte directa sabe e não quer responder, está a evadir ou está a mentir (...).

A tensão e o confronto entre estes dois actores da produção jornalística decorre de três principais aspectos: o favorecimento de informação em primeira mão a certo(s) jornalista(s), como se referiu atrás; o cronómetro por vezes divergente da oportunidade editorial; uma estratégia de comunicação das fontes assente em informação falsa a sustentar as notícias.

A competência de uma fonte estará sempre associada à sua capacidade de responder rapidamente à pretensão do jornalista, respeitando a sua autonomia e liberdade, quer no fornecimento de elementos importantes para a criação da notícia, quer no esclarecimento ou no acesso directo à fonte autorizada do poder. Saber respeitar o horário do jornalista, dar as informações necessárias e verdadeiras e saber gerir as “cachas” e as fugas de informações são aspectos centrais na actividade de uma fonte de informação que pretenda estabelecer uma relação de reciprocidade com os media. O êxito da acção de sugestão e de

⁴¹ Entrevista número nove.

proposta de factos a notícias dependerá assim da prestação de informações verdadeiras e concisas e do conhecimento e da competência da fonte, uma vez que só desse modo o jornalista confiará no sentido de obter informações, dissipar dúvidas ou pedir opiniões. Essencialmente, a fonte deverá enquadrar o seu *modus operandi* nas limitações temporais, espaciais e de recursos materiais que cercam o jornalista no desenvolvimento das suas narrativas.

4.3. A ascensão do anonimato

Para além do interface que as agências de comunicação representam na relação entre as fontes primárias do poder e os jornalistas ou da emergência da análise/comentário por parte de líderes de opinião e de especialistas, outro traço identificativo desta relação travada no campo da notícia é o recurso à fonte anónima.

Sob o compromisso da omissão da identidade, a fonte adianta elementos de informação, emite a sua opinião e declara a sua posição junto do jornalista. Como confidência, o *off* representa o controlo da informação prestada a audiências seleccionadas sob a forma de exclusivo ou fuga de informação (Ericsson *et al.*, 1989: 288), assumindo-se como meio para atingir o objectivo de veicular uma mensagem que irá provocar um determinado efeito. Já para o jornalista, o *off* é a oportunidade de adquirir factos com um elevado valor jornalístico aos níveis do impacto e da exclusividade. Trata-se, pois, de uma negociação, cujos interesses são convergentes: a fonte tem consciência do poder da sua informação quando a propõe ou avança ao jornalista e o jornalista sabe o quanto é importante superar a concorrência com a apresentação de notícias em “primeira-mão”; e, tendo em consideração que a proposta vai ao encontro de uma “necessidade de acontecimento”, o jornalista aceita a confidencialidade da fonte. Em suma, o anonimato reflecte uma relação interdependente com regras acordadas: a divulgação pública de informação verdadeira ao jornalista, sob a forma de exclusividade. Para os jornalistas que procuram no seu quotidiano factos que possam ser boas notícias, as fugas de informação e o *off-the-record* são sempre bem-vindos pela possibilidade que encerram aos níveis da investigação e do confronto de opiniões. Na linguagem de Blumler e Gurevitch, esta interdependência decorre de uma “cultura

partilhada” que inclui “imparcialidade, objectividade, respeito pelas regras, anonimato das fontes e *off-the-record* entre os seus valores-notícia” (1995: 37).

Não obstante o código deontológico dos jornalistas prever a identificação das fontes noticiosas, o anonimato da fonte na narrativa jornalística tornou-se recorrente e visível em afirmações que se ouvem e lêem todos os dias: “soube-se de fonte segura”, “segundo fonte oficial” ou “fonte próxima do processo”.

O anonimato na produção jornalística é sempre alvo de discussão: por um lado, defende-se que, se não fosse o recurso à fonte anónima, muitos factos importantes para a sociedade nunca seriam noticiados; por outro lado, considera-se que o jornalista de hoje recorre demasiadas vezes ao “diz-se que” ou à “fonte próxima” em “notícias-chave” da agenda mediática.

Um dos críticos desta prática jornalística é Manuel Carvalho ao considerar que em Portugal se “abusa do *off*”:

Há imensas informações em que não se percebe porque é que os altos responsáveis dos departamentos governamentais não assumem aquilo que dizem em *off*. Não se percebe, muitas vezes porque é que, comentando interpretações sobre a validade de um diploma legal ou a validade de uma decisão judicial, as pessoas tenham de se esconder atrás do estatuto do *off the record* para poderem dizer aquilo que de facto pensam⁴².

Da Justiça à Economia, da Política à Ciência, as fontes anónimas sucedem-se através das confidências de diversos actores. No seu trabalho diário na área da Justiça no *Jornal de Notícias*, Nuno Miguel Maia afirma que é obrigado a recorrer mais às fontes anónimas do que às fontes oficiais, uma vez que “a informação em *on* é rara”. Explica:

Os principais constrangimentos são o segredo de justiça (...) e o segredo profissional ou o dever de reserva a que os agentes da justiça estão vinculados. Excepcionalmente, aparecem pessoas a prestarem alguns esclarecimentos sobre os processos em curso, mas esses esclarecimentos têm mais a ver com a correcção de informações erradas do que propriamente com o fornecimento de informação à população. É perante estes constrangimentos que eu lido e que me obrigam a trabalhar na ‘corda bamba’, recorrendo a fontes a que garanto o anonimato.

⁴² Entrevista número seis.

Consciente da responsabilidade de construir notícias com base em afirmações provenientes de fontes que pedem o anonimato, o mesmo jornalista diz:

Se eu atribuo determinada afirmação ou determinada origem de informação a uma fonte concreta, eu estou a cumprir a minha tarefa de procurar confirmar a informação e de mostrar o jogo todo e dizer: esta informação vem dali, se eu fui enganado a culpa já não é minha, a culpa é da fonte. Neste aspecto, confio mais na informação em *on*. A informação em *off* põe nos meus ombros a tarefa de ter confirmado ou não⁴³.

Já na disputa política, as informações dadas em *off* são cruciais para as diversas estratégias, quer dentro dos próprios partidos quer para os partidos que estão na oposição ao governo. Associadas ao balão de ensaio e à fuga de informação, estas “confidências” são frequentemente um meio de testar a opinião pública sobre determinada decisão ou de obter reacções dos concorrentes, não tendo o jornalista a noção de estar a ser manipulado pela fonte e assim se tornando mensageiro de uma informação. Em todas as entidades em que confluem interesses próprios e específicos, a imprensa constitui-se sempre num meio para colocar em causa a actuação das suas figuras responsáveis e mais visíveis publicamente, através de informação anónima com dados contrários ou contraditórios sobre as pessoas ou organizações que se pretende pôr em causa. Estrela Serrano exemplifica:

Na área política, pela própria dinâmica da vida política, que é muita feita de contendadas, de lutas, por exemplo dentro dos próprios partidos, há sempre vozes contra que querem passar mensagens mas não querem dar a cara. E aos jornalistas também lhes interessa, porque eles próprios podem sempre invocar, às vezes, a sua própria opinião através de alguém que não dá a cara, que não dá o nome⁴⁴.

⁴³ Entrevista número

⁴⁴ Entrevista número três.

Já Elsa Costa e Silva, jornalista nas áreas da Saúde e Ciência, revela que “trabalha pouco com o anonimato” e que, quando tem que fazer uma notícia baseada numa fonte anónima, só o faz “se tiver uma relação de confiança com essa pessoa”⁴⁵.

Como vimos, a informação anónima pode ser crucial para desvendar factos que nunca seriam revelados acaso a identidade de quem informa fosse revelada, como pode ser uma tentativa de manipulação com vista a alcançar desideratos específicos através do capital simbólico oriundo das referências nos media noticiosos. A comunicação oficiosa assume, deste modo, o duplo papel de informar e manipular, estando sempre o seu significado dependente do sujeito que a leva até ao jornalista e da capacidade de o jornalista obter o contraditório.

Quem actua no campo político, como é o caso de Jorge Coelho, considera que “a informação oficiosa tem tendência a sobrepor-se à informação oficial” porque, no seu entender, “a fonte oficial está descredibilizada” e “nunca pode dizer nada de diferente do que é a política oficial”⁴⁶. Para Jorge Coelho, as informações oficiais feitas em *off* são, nesta linha, mais credíveis do que as informações dadas em *on*.

A situação do *off-the-record* implica sempre que exista, entre a fonte de informação e o jornalista, uma confiança recíproca e que nenhum dos sujeitos coloque em causa os dois principais pressupostos desta negociação: a veracidade da informação e o anonimato do seu emissor. A gestão deste compromisso mútuo tornou-se numa das maiores complexidades do jornalismo, sobretudo quando ele se torna quase inevitável num quadro marcado por uma aceleração do fluxo de informação, da urgência da notícia exclusiva e da proliferação de intermediários.

Em *off* ou em *on*, a informação da fonte tem que encerrar uma coincidência de interesses. A conveniência da fonte deve representar para o jornalista uma boa notícia. A relação de cooperação assenta, assim, nesta união entre o interesse da fonte e o valor jornalístico. De qualquer modo, a aceitação do registo de confidencialidade por parte do jornalista na criação da notícia deve partir sempre do pressuposto de uma necessidade inquestionável e de uma natureza excepcional, uma vez que em última instância, como alerta José Leite Pereira: “É preciso que o leitor tenha grande confiança no jornal, é preciso

⁴⁵ Entrevista número onze.

⁴⁶ Entrevista número dois.

que o jornal seja realmente sério para quando diz que é uma fonte não identificada, o leitor acredite que essa fonte existe e que há motivos fortes para que ela não seja identificada.”⁴⁷

4.4. O acesso à agenda e o poder da fonte

Para Herbert Gans, que estudou o comportamento dos jornalistas nas salas de redacção das estações televisivas *CBS* e *NBC* e nas revistas de informação *Time* e *Newsweek*, o acesso mútuo jornalista/fonte depende da distância social entre o jornalista e a fonte, o que faz com que esta relação se trave de forma desigual. Os poderosos da economia, da política e da cultura – os *conhecidos* – podem aceder mais facilmente ao campo noticioso do que os cidadãos comuns e as pessoas anónimas – os *desconhecidos* –, o que o levou a concluir que “o acesso reflecte a estrutura social que existe fora da sala de redacção” (1980:81-82). As notícias privilegiam, desse modo, as acções dos indivíduos e das instituições de elite, sendo que os *conhecidos* são sujeito e objecto das notícias cerca de quatro vezes mais do que os *desconhecidos*. Relativamente ao êxito das fontes junto dos jornalistas, Gans evidenciou que se encontrava condicionado por quatro factores interrelacionados: a excitação desencadeada pelo facto; o poder que o facto encerra; a informação adequada; a sua proximidade geográfica e social aos jornalistas; acrescentou que a informação adequada é fundamental mas que o seu engrandecimento deriva dos três outros factores. De referir ainda que Gans vê na relação entre jornalista e fonte de informação um certo carácter de negociabilidade pois que, no seu entender, a construção das notícias depende de incentivos, do poder da fonte, do fornecimento de informações credíveis e da proximidade social e geográfica face aos jornalistas.

Por seu turno, Leon Sigal, com base numa análise de conteúdo de jornais, apresentou os canais de informação agrupados em três categorias como estando na base da negociação da notícia: os *canais de rotina*, compreendendo os acontecimentos oficiais como conferências de imprensa ou comunicados; os *canais informais*, na forma reservada de encontros e entrevistas como também através de fugas de informação; os *canais de iniciativa*, por último, reflectindo situações em que o jornalista, de forma autónoma e independente, parte para o seu trabalho de entrevista ou de investigação (1973: 119). No que concerne às

⁴⁷ Entrevista número quatro.

personalidades que aparecem nas notícias, Sigal afirma que o jornalista opta por colocar na sua notícia pessoas conhecidas em detrimento de pessoas desconhecidas; e, quando não os encontra, cria-os. Os desconhecidos apenas surgem como fontes quando sucede um acidente, um episódio insólito ou um desvio, tal como também verificou Eddie Goldenberg (1975) ao estudar a forma como os grupos de fracos recursos acediam ao espaço editorial dos jornais e observar que a sua participação está dependente de valores-notícia como o escândalo, a novidade ou o insólito. Os dois autores dão assim início à análise de diversos tipos de fontes a partir de um acesso diferenciado aos jornais marcado pela importância económica, social e política das fontes de informação.

Richard Ericsson *et. al.* consideraram que as fontes poderiam chegar à agenda noticiosa através de “acesso”, quando o discurso das fontes é incorporado nas notícias, e de “cobertura”, representando uma referência superficial ao facto. Esta equipa de investigação analisou o modo como os jornalistas e as fontes, nomeadamente as oficiais, davam sentido aos acontecimentos relacionados com a justiça e o crime, defendendo que o investimento publicitário era o principal factor na selecção das fontes. Os anunciantes frequentes têm um tratamento especial em notícias e em temas a propósito “das maravilhas da organização e dos seus produtos”; a imprensa local, pela sua dimensão, está mais dependente destes investidores (1991: 40). Aqueles investigadores canadianos afirmam ainda que os jornais de referência procuram dispor de um vasto leque de fontes e que eles são vistos para as fontes mais como uma ameaça do que como um aliado, sendo que são colocadas diferentes barreiras físicas, sociais e culturais no acesso aos jornalistas destes meios comparativamente aos jornalistas da imprensa “popular”. Concluem que “as diferentes necessidades das fontes noticiosas e as notícias em termos de media/mercado estão claramente reflectidas no conteúdo” (1991: 41).

Para Philip Schlesinger o poder desigual das fontes conduz a um acesso noticioso desigual; porém, este desequilíbrio terá mais a ver com uma questão de estratégia do que propriamente com o conceito de “primeiro definidor” de Stuart Hall *et al.* (1978). Na óptica de Schlesinger, a acção estratégia apoia-se em quatro factores: i. a informação, que detém valores e critérios de noticiabilidade, sendo ajustada a meios noticiosos específicos; ii. a capacidade financeira dos actores políticos, sendo a sua performance associada aos recursos financeiros disponíveis; iii. a possibilidade de existirem estratégias de cooperação

ente fontes de informação; iv. o capital cultural associado à legitimidade, credibilidade e autoridade da fonte. Neste sentido, as fontes de informação competem num mesmo espaço com possibilidades de acesso à agenda noticiosa desiguais.

Já Paul Manning verificou que as fontes do poder têm um maior grau de influência sobre os jornalistas, quer na produção de informação quer na gestão do silêncio, contribuindo para que ela não seja divulgada. Por seu turno, os grupos com menores recursos, devido ao seu estatuto marginal na hierarquia de notoriedade, têm um menor grau de influência na agenda mediática, baseando-se as suas estratégias na apresentação de acontecimentos inéditos e com um certo grau de “espectáculo”.

Contudo, as fontes não oficiais – nas quais se incluem grupos de pressão, movimentos sociais e agências não-governamentais – estabelecem os seus objectivos mediáticos em função do momento de intervenção e podem aceder ao campo noticioso transmitindo temas e acontecimentos para a agenda pública em momentos particulares. Estudos empíricos têm aliás comprovado a ascendência das fontes não oficiais nas notícias, relevando as suas próprias agendas (Schlesinger, 1990; Anderson, 1997; Kitzinger e Rilley, 2002); neste quadro, Rogério Santos (2005) analisou como as fontes não-oficiais se mobilizaram, no caso particular da SIDA, e se assumiram como os “grandes protagonistas das notícias”.

Na permanente negociação entre as redacções e os gabinetes, o favorecimento de informação é inevitável pelo facto de os órgãos de comunicação social e os jornalistas não possuírem o mesmo valor para as fontes, usufruindo de privilégios os meios com um maior nível de prestígio quanto ao acesso e à transmissão de informação.

Esta gestão por parte das fontes do veicular de factos, declarações e opiniões em função da notoriedade dos autores das notícias encontra-se igualmente alicerçada na relação profissional entretanto consolidada pela cumplicidade no sentido de garantir a informação sempre que possível, adiantando muitas vezes pormenores ou recorrendo à situação de *off-the-record*. Todavia, dar uma informação em “primeira-mão” poderá conduzir a uma afectação da confiança entre a fonte e o jornalista com quem mantém também contactos regulares, uma vez que se trata de uma situação em que se beneficia um profissional em detrimento de outro (s).

A hierarquização do acesso, que traduz no fundo a hierarquização da notoriedade, faz com que as fontes procedam, no momento de libertar a informação, a uma escolha

selectiva de jornalistas em função do estatuto do meio de comunicação social. Contudo, o inverso também ocorre quando os jornalistas têm a sua hierarquia de contactos visto que, quanto maior for o nível de autoridade da fonte envolvida na produção da informação, maior credibilidade terá a peça jornalística. Tal não quer dizer, todavia, que basta um nome mediático para valorizar a peça jornalística: “não basta ser político para ser fonte. Há, houve e haverá deputados com os quais nunca falei, nem falarei, porque não lhes atribuo credibilidade para serem minhas fontes” (1998:120), assinala Maria Flor Pedroso, jornalista na Assembleia da República.

São privilegiadas as declarações de quem tenha poder e que seja simultaneamente confiável, ou seja, de alguém credível pela confiança e reciprocidade na relação. As afirmações de um assessor de imprensa ou de um porta-voz são também recorrentes, apesar de serem muitas vezes a alternativa à impossibilidade de aceder às primeiras.

O jornalista pode não simpatizar com certos políticos, empresários ou assessores de imprensa com poder social, económico ou cultural mas, ainda assim, não abdicará das suas informações, uma vez que sabe que a sua credibilidade depende de estes fornecerem a informação necessária. O jornalista tende, portanto, a aceitar o comportamento deste género de fonte, mesmo quando ele não lhe facilita o quotidiano, por exemplo não respondendo dentro dos limites temporais impostos pela hora do fecho da edição. E, do mesmo modo, ao cooperar com o jornalista a fonte de informação estabelece com ele uma dependência interessada.

4.5. A cumplicidade entre o jornalismo e o Poder

A relação entre os jornalistas e as fontes noticiosas, nomeadamente no domínio político, é complexa. Um dos seus problemas, como aponta Schudson, é menos a manipulação mútua entre os dois actores da produção da informação jornalística e mais “a vivência num mundo social comum”. Jornalistas e políticos pertencem a um mesmo “microcosmos” e, segundo o ex-director do *Le Monde* Thomas Ferenczi (citado por Schudson), “estão tão proximamente ligados que têm a mesma ideia do que os media devem cobrir” (2003: 145). A proximidade existente entre estas duas classes profissionais, e traduzida muitas vezes em intimidade, conduz a frequentes acusações em torno do exercício de poder. De um lado, as

fontes como orientadoras de factos e significados; do outro, os jornalistas como sujeitos que elegem as vozes e as presenças do espaço público. Uma proximidade que permite ao jornalista ter informações para além do oficial e à fonte ter alguém que viabiliza os seus propósitos de publicitação.

Esta interdependência torna-se mais susceptível com as mudanças profissionais destes dois sujeitos. Nos últimos anos, verificou-se que alguns jornalistas trocaram as salas de redacção pelos gabinetes do poder para assessorar políticos e empresários, regressando muitas vezes depois ao jornalismo. Um estudo recente de Vítor Gonçalves (2005), incidindo nos governos de António Guterres (1995 a 2002), confirmou essa tendência, tendo os ministros recrutado jornalistas para assessores de imprensa que assim acompanhavam a vida política. Portanto, esta troca de papéis, com as suas implicações ao nível das relações – os colegas, outrora parceiros de trabalho, estão na redacção ou nos gabinetes de assessoria –, contribui para uma inevitável cumplicidade entre jornalistas e fontes. Assessores terem sido jornalistas e jornalistas terem sido assessores intrinca esta relação de informação e de *lobbying* aos níveis da independência e da neutralidade em momentos de publicitação e de omissão.

O caso em torno da licenciatura do primeiro-ministro José Sócrates e da Universidade Independente veio precisamente colocar na ordem do dia os procedimentos dos assessores de imprensa do primeiro-ministro junto dos jornalistas e dos meios de comunicação social que noticiaram o facto, tendo estes acusado as fontes do governo de intervirem na sua autonomia e independência editorial. Mas como se poderá “medir” uma eventual intervenção do poder político na linha editorial? A este propósito, Estrela Serrano considera que “a influência é difícil de medir” e enquadra este caso numa situação de “excesso de zelo” e que é consequência de uma “relação de alguma promiscuidade, de muita confiança, confiança essa e intimidade essa que vêm de momentos quase impossíveis de não existirem”. Conclui:

O excesso de zelo do seu pessoal [José Sócrates] e das pessoas que lhe estão mais próximas, ex-jornalistas que, por terem vindo justamente das redacções, têm uma grande confiança nos colegas que estão na redacção. Estas pressões são legítimas e não são novas porque, assim como um assessor diz para escrever, um jornalista ameaça que, se o ministro não responder, escreve

não sei o quê. Houve um excesso de zelo e é interessante ver a familiaridade que existe entre estes gabinetes e as redacções. Tratam-se por tu, foram colegas, viajam juntos, os assessores convidam para jantar ao lado dos governantes.”⁴⁸

Como relação de poder, este “viver juntos” entre a política e o jornalismo conviveu e convive com um conflito omnipresente que se prende com as questões de dependência e de condicionamento, de influência e de domínio. Porém, enquanto relação de poder que, no sentido de Giddens, é autónoma e dependente, qualquer abordagem nesta matéria deve ultrapassar a linear análise de jornalistas submissos e políticos dominadores, sobretudo quando a actual produção da noticiabilidade é determinada por múltiplos factores, exógenos e endógenos à indústria dos media, assim como por vários actores sociais com diferentes propósitos e com níveis de influência variáveis – do governo à oposição; do sindicalista ao patronato; do jornalista à fonte oficial ou anónima –, todos concorrendo na definição das agendas. Como escreveu Paquete de Oliveira a propósito das pressões: “O problema não é existirem. O problema é como resistir a elas. E aqui é que começa a liberdade da Imprensa e a responsabilidade social do jornalista. E a força da independência do jornalista”⁴⁹.

Enquanto espaço em que, através do capital simbólico, o poder se torna em algo tangível, os media continuarão a ser alvo de uma atenção omnipresente por parte de cidadãos, políticos e investigadores, nomeadamente quanto à sua eterna relação com as fontes, ou seja, com o poder, o domínio, a rivalidade, a concorrência e o conflito. Se a ascendência das fontes sobre os jornalistas e o abusivo sistema de *lobbying* de *spin doctors* continuam a fomentar múltiplos quadros de análise organizadores de vários conhecimentos visando a compreensão de uma relação social, não é menos verdade que jornalistas e fontes, enquanto actores que diariamente constroem os interesses que os cidadãos devem reter, continuarão a procurar não se desviar do princípio sagrado da invisibilidade.

Apesar de esta tensão se tornar publicamente visível na esfera política, uma vez que o confronto é muitas vezes iniciado e alimentado com argumentos do discurso político, tal não significa que os protagonistas económicos ou culturais não participem neste fogo

⁴⁸ Entrevista número três.

⁴⁹ “Verdade(s) e (in)confiança”, in *Jornal de Notícias*, 21 de Novembro de 2004.

cruzado de acusações de condicionamento e manipulação da informação e de marcação da agenda. Como revela Nicolau Santos:

Há tentativas de condicionamento da informação, só passam os factos que interessam, que tentam marcar a agenda, mas isso acontece seja no governo, nos partidos políticos ou nas empresas. É errado pensarmos que só os políticos são os maus da fita. O que se exige das redacções é que sejam, cada vez mais, profissionais, irem para o terreno, para o meio das pessoas, em vez de estarem nas redacções.⁵⁰

No campo económico, o conflito é menos visível mas não menos complexo, visto que a publicidade é utilizada como “arma de arremesso” antes ou depois da informação publicada. Luísa Bessa confirma que “há empresas que, perante uma informação ou uma ‘estória’ que não acham credível (...), retaliam em termos de publicidade e retaliam para todos os meios do mesmo grupo de media”. Assegura que não sente esse condicionamento no seu dia-a-dia, apesar de ser “uma questão sempre presente”, e de “sabendo dos riscos que corremos, se calhar em alguma situação evitamos corrê-los”.⁵¹

A relação entre jornalistas e fontes de informação, face à difícil distância que a caracteriza, continuará a debater os “poderes” e o domínio, a denunciar intervenções, a acusar comportamentos, mas continuará também a ser marcada por uma convergência de interesses, na medida em que ambos sabem que não podem prosseguir o seu caminho isolado dos interesses de cada um. O desafio das fontes de informação é, pois, o da manutenção de laços de independência nesta triangulação de inevitáveis proximidades e intimidades, uma vez que políticos/empresários e assessores têm que evidenciar em todos os momentos a sua legitimação social.

As convulsões poderão aumentar e virem a tornar-se mais visíveis em momentos particulares, como sejam as campanhas eleitorais. Mas será sempre no dia-a-dia, quando os telemóveis tocam ou quando os emails chegam à caixa do correio electrónico anunciando ou denunciando, em *on* ou em *off*, que as notícias continuarão a ser feitas. Com níveis de intensidade imprevisíveis, as lutas podem intensificar-se porque é no espaço público dos media que o poder é decidido.

⁵⁰ Entrevista número um.

⁵¹ Entrevista número dez.

CAPÍTULO V

ESTUDO DE CASO:

A discussão sobre a Ota como localização de um novo aeroporto

5.1. Objectivos da investigação e opções metodológicas

Um órgão de comunicação social inclui um “sistema produtivo de mensagens”, integrando a esfera institucional e um domínio da propriedade, um “sistema discursivo” onde se incorpora a mensagem na sua dimensão temática, estilística ou topográfica, um “sistema de agentes produtivos directos e indirectos” onde se integram os profissionais e outros agentes que condicionam a produção da informação e um “sistema pragmático” onde se incluem as audiências, como defende Paquete de Oliveira (1988: 200). Donde uma análise ao universo dos media, nos termos visados por este estudo, deve ultrapassar uma eventual investigação fragmentada.

Neste sentido, e uma vez centrados no âmbito da produção das notícias, será inteiramente justificado o recurso a um estudo de caso enquanto opção metodológica – “método de olhar para a realidade social” e de obter respostas de “como e por que” – para analisar uma determinada cobertura jornalística, aqui concretamente a discussão sobre a localização Ota para o novo aeroporto de Lisboa. De referir que na altura de opção do estudo de caso, a Ota era publicamente entendida como a localização oficial escolhida para o novo aeroporto de Lisboa.

O período de investigação é o que decorreu entre Setembro de 2002 e Julho de 2007, ou seja, desde o momento em que o primeiro-ministro Durão Barroso decidiu avançar com a construção do novo aeroporto até à entrega da candidatura ao financiamento do projecto aeroportuário na Comissão Europeia pelo governo de José Sócrates, já depois de Mário Lino, ministro das Obras Públicas, Transportes e Comunicações, ter anunciado na Assembleia da República uma “pausa de seis meses” para analisar a opção de construção do novo aeroporto no campo de tiro de Alcochete. Apesar de a decisão da localização do novo aeroporto ter sido tomada em 10 de Janeiro de 2008, julgou-se pertinente terminar a pesquisa em Julho de 2007, visto que se considera que a decisão governamental de entregar o estudo comparado das localizações da Ota e de Alcochete ao Laboratório Nacional de Engenharia Civil (LNEC) apenas culminou uma clara competição travada, fundamentalmente no primeiro semestre de 2007, em torno da representação do novo aeroporto internacional de Lisboa na agenda dos media noticiosos, mais importando assim compreender as estratégias, os argumentos e as personalidades presentes nesta cobertura

noticiosa e que conduziram à dita “pausa” para que o LNEC estudasse comparativamente as duas propostas de localização.

Esta investigação empírica integra os seguintes objectivos: i. identificar os momentos cruciais, isto é, os pontos altos do ciclo da cobertura noticiosa, analisando de igual modo os respectivos períodos complementares, do prévio ao posterior à “onda” de notícias; ii. apresentar os protagonistas envolvidos e analisar as afirmações individuais e colectivas por eles feitas perante os jornalistas; iii. perceber as estratégias e as acções das entidades e grupos concorrentes que estiveram presentes neste “jogo” jornalístico; iv. destacar as estruturas, os recursos e o modo como as várias organizações – oficiais e não-oficiais – se entrecruzaram e concorreram na produção noticiosa; v. compreender os tipos de fontes de informação que estiveram nas notícias, qual foi o seu peso relativo e que representações sociais nelas se podem encontrar.

Adoptou-se como método de pesquisa deste estudo maioritariamente qualitativo a análise de conteúdo. Esta opção justifica-se pelo facto de, através do modo sistemático e “objectivo” que lhe é inerente, assim se poderem apurar algumas características e elementos de presença e de ausência que levem a descortinar os elementos que estão na ordem da construção da noticiabilidade e, essencialmente, os parâmetros dessa relação que se move por uma dependência mútua: a fonte precisando da autenticação jornalística para comunicar à sociedade e o jornalista necessitando da fonte para autenticar a notícia perante o seu público. A análise de conteúdo foi também eleita pelo facto de o material que é objecto de análise “ser concebido como o resultado de uma rede complexa de condições de produção” (Vala, 1986: 104) e, não menos importante, pela razão de ela se poder “exercer sobre material que não foi produzido com o fim de servir a investigação empírica” (1986: 105). Na prática, validou-se com esta técnica a exigência de se colocarem algumas questões: “Com que frequência ocorrem determinados objectos (o que acontece e o que é importante)? Quais as características ou atributos que são associados aos diferentes objectos (o que é avaliado e como)? Qual a associação ou dissociação entre os objectos (a estrutura de relações entre os objectos)?” (1986: 105).

Crê-se que, com a adopção desta técnica de investigação – combinando o domínio amplo da estrutura e a particularidade da investigação empírica – e da respectiva metodologia – cujos objectivos de análise se situam no domínio da sociologia do

jornalismo –, se possa proporcionar uma discussão em torno do (re) pensar do jornalismo contemporâneo enquanto um dos fenómenos omnipresentes e determinantes da vida quotidiana, nas suas formas de autoria e de representação; como sublinha Jesuíno “o objectivo da investigação científica é não só descobrir e descrever acontecimentos e fenómenos, mas também explicar e compreender por que razões tais fenómenos ocorrem” (1986: 215).

Para o *corpus* de análise da cobertura jornalística da temática desenvolvida escolheu-se o *Jornal de Notícias*. Algumas razões particulares nos levaram a escolher este título, designadamente: ser um dos mais antigos (fundado em 1888) e prestigiados da imprensa diária escrita em Portugal; surgir como o segundo jornal diário mais vendido no País, com uma média de 96 258 mil exemplares diários vendidos (segundo os últimos dados da Marketest), assim se assumindo como um diário de preferência dos cidadãos portugueses; serem muitas vezes as suas notícias fontes de informação para outros meios noticiosos nacionais; e também pelo facto de a sede do *Jornal de Notícias* estar geograficamente próxima e me permitir uma maior facilidade de acesso aos seus arquivos.

A investigação apoiou-se na análise de um *corpus* de 379 peças jornalísticas publicadas entre Setembro de 2002 e Julho de 2007, o que permitiu evidenciar os momentos cruciais da discussão em torno da localização do novo aeroporto na Ota. Em complemento da análise, incorporou-se uma análise quantitativa integrando quatro indicadores: número de peças jornalísticas por mês/ano (quadro 1); géneros jornalísticos (quadro 2); fontes de informação envolvidas (quadro 3); tópicos das peças jornalísticas (quadro 4). Mesmo não se tendo por objectivo o de enumerar frequências, julga-se que esta incorporação de dados constitui uma relevante leitura auxiliar da cobertura jornalística.

5.2. Momentos cruciais do novo aeroporto de Lisboa localizado na Ota

Num breve enquadramento sobre a localização do novo aeroporto de Lisboa (NAL) na Ota, recordem-se alguns passos históricos. O plano de opções para a sua construção foi adoptado em Outubro de 1999 pelo XIV Governo Constitucional de António Guterres e que a respectiva aprovação ocorreu em Conselho de Ministros em Abril de 2000. Em Dezembro de 2001, António Guterres demitiu-se e, nas subsequentes eleições antecipadas,

Durão Barroso tomou posse como primeiro-ministro em Abril de 2002. No seu programa de governo, Barroso defendeu que o novo aeroporto internacional de Lisboa a localizar na Ota não era prioritário e não seria matéria para a sua legislatura. Contudo, cinco meses depois de ter ganho as eleições, tomou a decisão de construir o novo aeroporto, uma vez que o adiamento do projecto conduziria à perda de uma comparticipação comunitária derivada do último Quadro Comunitário de Apoio da ordem dos 20% em 2006, desse modo se dissipando uma das suas mais célebres promessas eleitorais: “Enquanto houver crianças em lista de espera nos hospitais, não haverá um novo aeroporto”. Este é, portanto, o momento em que iniciámos a investigação.

Na governação de Barroso, as peças jornalísticas sobre o projecto decorrem, por ordem de relevância, de reacções da oposição socialista (30%), da contestação pelas autarquias da zona do Oeste do adiamento da construção da nova infra-estrutura (20%) e de afirmações dos ministros com a pasta das Obras Públicas, quer de Valente de Oliveira reabilitando o aeroporto na Ota quer do seu sucessor Carmona Rodrigues congelando posteriormente o projecto (10%); por seu lado, o tópico dominante da cobertura noticiosa foi o da “contestação ao adiamento da construção”.

O facto de o tema do NAL não ter sido discutido na “praça pública” em 2002 e 2003 é confirmado na entrevista de David Dinis, à época assessor de imprensa de Durão Barroso, quando afirma que o tema “não era prioritário”:

Confesso que não me lembro de ter recebido especificamente muitas perguntas sobre o assunto, o que me indicia que estava mais ou menos assumido, que aquilo estava mais ou menos escolhido, mas que não era para agora. Deveria de ser quando fosse, e alguém também haveria de decidir por eles [Governo].⁵²

Já em 2004, durante o governo de Santana Lopes, o tema é retomado publicamente a partir de uma entrevista à *Visão* do ministro das Obras Públicas, Antónia Mexia, em que o mesmo afirmava que o investimento num novo equipamento “não faz sentido”, assim apontando para um novo adiamento da construção. Entre Setembro de 2002 e o final de 2004, os principais tópicos das notícias referem-se à contestação ao adiamento da

⁵² Entrevista número nove.

construção do novo aeroporto. De sublinhar, acrescidamente, que a “contestação ao adiamento da construção” foi o assunto principal e que as fontes de informação mais presentes na representação da temática foram as autarquias, o governo e as universidades/técnicos desde o início da pesquisa em Setembro de 2002 até à vigência do governo de José Sócrates.

Quadro 1. Peças jornalísticas publicadas no *Jornal de Notícias* (09-2002/07-2007) sobre a localização do novo aeroporto de Lisboa (NAL) na Ota

Ano/Mês	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.	Total	%
2002									2	8	0	0	10	2,64%
2003	2	0	1	1	0	10	6	0	1	2	0	1	24	6,33%
2004	7	0	0	2	1	2	1	0	0	3	2	0	18	4,75%
2005	1	0	2	1	3	6	25	7	8	9	24	10	96	25,33%
2006	7	8	6	4	2	2	4	0	5	4	10	2	54	14,25%
2007	9	5	38	36	29	56	4						177	46,70%
Mês/ano	26	13	47	44	35	76	40	7	16	26	36	13	379	100,00%

O registo de um aumento substancial de peças jornalísticas ocorre em 2005, quando José Sócrates aponta o NAL na Ota como “desígnio nacional” no seu programa de governo. Os meses com um maior número de peças jornalísticas foram os de Julho e Novembro, os quais correspondem a dois momentos cruciais desencadeados por comunicações oficiais do Governo: a entrevista de José Sócrates à SIC (05-07-2005) e a apresentação “Lisboa 2007 – Um aeroporto com futuro” (22-11-2005).

Em Julho, aquele momento crucial decorre da entrevista à SIC do Primeiro-Ministro (José Sócrates) em que se reitera que o aeroporto na Ota “é absolutamente essencial”. Após estas afirmações emergiram durante todo o mês diferentes actores a marcarem a agenda: Cavaco Silva (ainda candidato não-oficial à Presidência da República) levanta dúvidas e diz querer ver as análises custo-benefício do projecto, podendo considerar-se ser este o grande momento de ruptura; Marques Mendes afirma que o NAL na Ota é um “elefante branco”; Campos e Cunha, então ministro das Finanças, recorda que há ainda estudos que

devem ser divulgados e escrutinados pela opinião pública; António Vitorino sublinha que nem a Ota nem o TGV vão criar a dinâmica de crescimento económico necessária; a Câmara Municipal de Lisboa aprova uma moção de discordância em relação ao projecto; um grupo de empresários publica um manifesto contra o investimento público do Governo.

Em Novembro, o momento alto da cobertura noticiosa decorreu da apresentação “Lisboa 2007 – Um aeroporto com futuro”. Na véspera do evento, Mário Soares, candidato à Presidência da República, afirmou ter dúvidas quanto aos custos e vantagens do novo aeroporto na Ota, enquanto Miguel Cadilhe defendeu que o projecto “está deslocado das nossas condições de desenvolvimento”. Após, aquela apresentação oficial, Cavaco Silva voltou a pôr em causa os estudos apresentados.

Quadro 2. Géneros jornalísticos das 379 peças publicadas no *Jornal de Notícias* (09-2002/07-2007) sobre a localização do novo aeroporto de Lisboa (NAL) na Ota

Géneros jornalísticos	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Total	% Géneros
Breve (Um a dois parágrafos)	0	0	2	3	4	15	24	6,33%
Notícia	9	18	13	64	38	117	259	68,34%
Entrevista	0	0	0	7	3	5	15	3,96%
Reportagem	0	0	0	0	0	0	0	0,00%
Análise	1	1	0	4	1	9	16	4,22%
Editorial	0	0	0	1	0	2	3	0,79%
Artigo de opinião	0	5	3	17	8	29	62	16,36%
Total	10	24	18	96	54	177	379	100,00%

Sublinhe-se ainda que, em 2005, o NAL na Ota entrou na agenda a partir de acções planeadas pelo Governo (22,9%) e pelos partidos políticos da oposição (13,54%), sendo que os tópicos “Não à construção” e “Dúvidas sobre o projecto” equivalem a 58% das referências. De sublinhar também que é a partir deste mesmo ano que surgem como fontes de informação as elites políticas/económicas, isto é, personalidades prestigiadas que se pronunciaram sobre o tema; algumas destas personalidades revestiram-se de um simbolismo particular, como ocorreu com as reacções negativas de Mário Soares e António Vitorino, tendo o ministro das Finanças, Campos e Cunha, saído do governo em ruptura com a sua estratégia de investimento.

Quadro 3. Fontes de informação⁵³ das 379 peças publicadas no *Jornal de Notícias* (09-2002/07-2007) sobre a localização do novo aeroporto de Lisboa (NAL) na Ota

Fontes de Informação	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Total	% Fontes
Governo	10,00%	12,50%	22,22%	22,92%	9,26%	15,25%	62	16,36%
Partidos Políticos da oposição	30,00%	8,33%	0,00%	13,54%	14,81%	20,90%	63	16,62%
Presidente da República	0,00%	0,00%	0,00%	2,08%	0,00%	2,26%	6	1,58%
Autarquias	20,00%	29,17%	27,78%	11,46%	11,11%	9,04%	47	12,40%
Empresários/Empresas	0,00%	4,17%	11,11%	6,25%	11,11%	1,69%	18	4,75%
Associações	20,00%	0,00%	5,56%	10,42%	12,96%	7,34%	33	8,71%
Movimentos	0,00%	4,17%	11,11%	1,04%	0,00%	1,69%	7	1,85%
Fonte Anónima	0,00%	0,00%	0,00%	1,04%	1,85%	0,56%	3	0,79%
Imprensa	10,00%	4,17%	0,00%	1,04%	0,00%	2,26%	7	1,85%
Sociedade civil	0,00%	8,33%	0,00%	2,08%	5,56%	0,56%	8	2,11%
Universidades/Técnicos	0,00%	25,00%	22,22%	8,33%	5,56%	11,86%	42	11,08%
Líderes de Opinião	0,00%	0,00%	0,00%	1,04%	3,70%	3,95%	10	2,64%
Elites Políticas/Económicas	0,00%	0,00%	0,00%	6,25%	3,70%	2,26%	12	3,17%
Jornalistas	10,00%	4,17%	0,00%	7,29%	1,85%	7,91%	24	6,33%
Agências governamentais	0,00%	0,00%	0,00%	1,04%	3,70%	0,56%	4	1,06%
Partido Socialista	0,00%	0,00%	0,00%	2,08%	3,70%	9,60%	21	5,54%
Outros	0,00%	0,00%	0,00%	2,08%	11,11%	2,26%	12	3,17%
Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	379	100,00%

Já em 2006, não se registaram momentos cruciais num quadro em que as referências ao NAL na Ota diminuíram substancialmente, o que indicia uma gestão de calendarização por parte das fontes que relevará da intencionalidade de não se produzirem efeitos em determinado sentido e em certas esferas sociais.

Os meses Janeiro a Julho de 2007 conheceram uma tendência contrária, tendo-se assistido a um claro pico de intensidade noticiosa sobre a matéria; a demonstrá-lo está o facto de 46,7% do total de notícias registadas sobre o NAL de Setembro de 2002 a Julho de

⁵³ A classificação de fontes de informação apresentada no quadro 3 derivou dos protagonistas, de natureza individual ou institucional, identificados nas narrativas sobre a Ota como localização do novo aeroporto de Lisboa publicadas no *Jornal de Notícias* entre Setembro de 2002 e Julho de 2007.

2007 terem sido produzidas neste período. A maioria das referências surge entre Março e Maio; a explicá-lo está o momento precedente de lançamento do concurso público internacional para a construção do novo aeroporto e a complexa rede de “jogos de poder” por ele despoletada, o qual fez emergir na definição do enquadramento e no significado das notícias da Ota um conjunto de fontes de informação em concurso com as fontes oficiais do Governo e provocou um incremento das “lutas” entre essas várias fontes na orientação da agenda. É, aliás, neste período que a proposta de novas localizações entra na agenda, suscitando já 10% das referências jornalísticas.

Deste modo se deverá salientar que, enquanto entre 2002 e 2005 as notícias da Ota se inseriam num quadro de reacção política e de emergência de vozes “pró” ou “contra” o investimento num novo aeroporto, as peças jornalísticas de 2007 acabam por demonstrar que os partidos políticos, e em particular o PSD, apostaram na tendência do jornalismo para estar centrado no acontecimento e promoveram um conjunto de eventos com especial simbolismo, nomeadamente o da audiência do Presidente da República a Marques Mendes em Belém. De realçar ainda que nesta fase, ou seja, nos dois meses anteriores ao anúncio do concurso público, a imprensa foi utilizada para dar conta de resultados técnicos de estudos científicos, divulgados através do recurso a fonte anónima visto que os estudos chegaram aos jornalistas sem se saber quem os forneceu; dois exemplos notórios: “A Ota perde desde 1972” (07-04-2007) e “NAV (Navegação Área de Portugal) nega ter chumbado a localização da Ota” pelas limitações de expansão e de capacidade de não exceder os 70 aviões por hora, abaixo dos 80 anunciados (27-05-2007).

Em Março, a “onda” de notícias foi desencadeada pelos anúncios de Mário Lino relativos à antecipação da conclusão das obras do NAL na Ota e da preparação do caderno de encargos para o concurso público internacional agendado para o segundo semestre e para a adjudicação em 2008. A partir daí, várias reacções se seguiram por parte de Cavaco Silva e da oposição no Parlamento, ocorrendo nas semanas seguintes vários eventos previamente planeados, tais como a audiência de Marques Mendes em Belém e o anúncio da organização pelo PSD de uma conferência internacional sobre as alternativas à localização do novo aeroporto. Ainda durante este mês, foram sucessivos os factos novos e as reacções contra a Ota: o jornal *Sol* referiu que a Ota foi chumbada devido a vários “constrangimentos evidenciados num relatório realizado pela NAV; António Vitorino veio

dizer querer conhecer melhor o projecto; Marcelo Rebelo de Sousa anunciou estar a ser preparado por um grupo de empresários, incluindo o presidente da CIP, um estudo que era do conhecimento do Presidente da República e do Primeiro-Ministro; a Câmara Municipal de Lisboa adiantou que iria apresentar um estudo alternativo à Ota; Arlindo Cunha e Manuela Ferreira Leite contestaram o novo projecto; Marcelo Rebelo de Sousa, uma semana depois de ter anunciado a elaboração de uma nova proposta, aconselhou o governo a aguardar pelo estudo encomendado pelo referido grupo de empresários, uma vez tratar-se de uma nova alternativa à Ota “com vantagem em termos de duração e área de expansão” e com “custo inferior”. Em suma, a cobertura jornalística de Março ficou caracterizada por duas comunicações oficiais amplamente contestadas pela elite da esfera política portuguesa e por um anúncio (com posteriores detalhes) de estudo alternativo ao NAL na Ota feito por Marcelo Rebelo de Sousa, na qualidade de comentador político; ou seja, a oficialização de um projecto alternativo foi trazida a público por um líder de opinião num programa semanal de análise política no Canal 1 da RTP, o qual se tornou no porta-voz não oficial do novo estudo e assim legitimou a nova proposta.

Em Abril, a polémica iniciou-se com uma entrevista de Paulo Campos, Secretário de Estado das Obras Públicas, em que afirmava terem sido “razões ambientais” a determinar a exclusão de Rio Frio e de outras localizações. Por seu lado, Elisa Ferreira, ministra do Ambiente em 1999, negou ter existido “algum veto ambiental” à localização de Rio Frio, apontando antes para uma “decisão política”. Na conferência do PSD sobre o NAL – essencialmente planeada para contradizer a Ota, enquadrar a Ota como não-solução e colocar na agenda novas localizações –, Carmona Rodrigues anunciou a realização de novos estudos contemplando novas localizações na margem sul do rio Tejo no quadro de uma análise “nunca feita” a quatro novas localizações; em reacção, Mário Lino afirmou que a Ota só será travada “se existirem esses estudos científicos” – “Anos depois espera-se que apareçam soluções milagrosas”, rematou então o ministro. Assim se relevou a contradição de argumentos que esteve na base da escolha da localização da Ota durante um mês em que o PSD orientou o campo da notícia e o Governo foi incapaz de criar uma agenda favorável à Ota.

Em Maio, as duas primeiras semanas destacaram três factos planeados no sentido da defesa da Ota: i. a apresentação de uma associação cívica e regional de apoio à construção

do novo aeroporto na Ota, tendo um dos fundadores (Henrique Neto) afirmado que o debate da localização deve ser feito “em torno da estratégia de desenvolvimento do país” e “não no plano técnico”; ii. o seminário “Um aeroporto para o País: as vantagens da Ota”, em que Paulo Campos declarou que a margem sul “é uma zona muito pouco povoada e com reduzida dinâmica económica”, o que faria do novo aeroporto localizado a sul do Tejo “um projecto megalómano ou faraónico”; iii. a criação pelo Governo de duas comissões para estudar o espaço aéreo da novo aeroporto da Ota e a sua compatibilização com a Força Aérea lá existente. Foi na segunda metade do mês que a Ota se tornou alvo de crítica: foi lançado o livro “O erro da Ota” e apresentada uma sondagem que se evidencia que os portugueses querem saber mais sobre o novo aeroporto localizado no concelho de Alenquer; no auge da discussão, e procurando acelerar o processo, Mário Lino anunciou a abertura do concurso para o plano director geral do aeroporto da Ota. Porém, a afirmação do ministro durante um almoço-debate organizado pela Ordem dos Economistas – “não se faz um aeroporto num deserto” – vêm levantar de novo a polémica, sobretudo quando Mário Lino veio dizer categoricamente que o novo aeroporto “jamais” seria na margem sul, um “deserto”, um local “sem gente, sem tráfego, sem cidades, sem hotéis, sem hospitais, sem actividade económica”. Cavaco Silva insurgiu-se e, reafirmando as suas “dúvidas” em relação ao projecto, propôs um “debate aprofundado” na Assembleia da República sobre o NAL com base em estudos realizados por entidades competentes; esse debate solicitado pelo Presidente da República viria a marcar uma nova etapa deste processo. Maio foi, pois, um mês durante o qual o tema foi sendo cruzado por acções planeadas por parte das fontes noticiosas a favor e contra a Ota.

Em Junho, Sócrates começou por remeter a decisão da Ota para o governo de António Guterres e para a respectiva confirmação e defesa por parte dos governos do PSD e do CDS-PP. Cavaco Silva, por seu turno, insistiu num debate nacional, “tendo como base os estudos aprofundados já realizados”, ao que se seguiu a solicitação de Jaime Gama de envio urgente de “todos os estudos e decisões oficiais” sobre o aeroporto para serem apreciados na Assembleia da República. Num momento alto de críticas, e uma vez mais, Mário Lino pressionou a continuidade do projecto ao afirmar estarem em apreciação as propostas para a realização do estudo de impacto ambiental da nova infra-estrutura aeroportuária a construir na Ota. Dias depois, um grupo de professores do Instituto

Superior Técnico entregou a Cavaco Silva e a José Sócrates um abaixo-assinado de 100 subscritores contestando a construção do NAL na Ota. Este processo atinge um novo estágio quando Mário Lino declarou “uma pausa de seis meses” no sentido de o LNEC analisar comparativamente a Ota e o campo de tiro de Alcochete.

Quadro 4. Principais tópicos das 379 peças publicadas no *Jornal de Notícias* (09-2002/07-2007) sobre a localização do novo aeroporto de Lisboa (NAL) na Ota

Principais tópicos	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Total	% Tópicos
Informação oficial	20,00%	8,33%	5,56%	15,63%	20,37%	7,91%	45	11,87%
Investimento/Financiamento	0,00%	0,00%	0,00%	3,13%	5,56%	6,21%	17	4,49%
Adiamento da construção	0,00%	16,67%	11,11%	0,00%	0,00%	0,00%	6	1,58%
Contestação ao adiamento da construção	40,00%	33,33%	55,56%	0,00%	1,85%	0,00%	23	6,07%
Não à construção	20,00%	25,00%	11,11%	42,71%	35,19%	20,34%	106	27,97%
Sim à construção	10,00%	8,33%	0,00%	11,46%	14,81%	20,90%	59	15,57%
Discordância de localização	10,00%	0,00%	0,00%	1,04%	1,85%	7,34%	16	4,22%
Dúvidas sobre o projecto	0,00%	4,17%	5,56%	15,63%	9,26%	16,38%	51	13,46%
Discussão técnica	0,00%	0,00%	5,56%	7,29%	1,85%	7,34%	22	5,82%
Propostas de novas localizações	0,00%	0,00%	5,56%	0,00%	3,70%	10,17%	21	5,54%
Investimento na zona do Oeste	0,00%	4,17%	0,00%	3,13%	5,56%	3,39%	13	3,43%
Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	379	100,00%

A terminar este já longo apanhado sobre os principais momentos cruciais da cobertura jornalística do NAL na Ota entre Setembro de 2002 e Junho de 2007, importará reforçar a ideia de que os vários picos de notícias assinalados tiveram a ver com uma explícita “explosão” de interesses próprios das várias fontes de informação envolvidas e corresponderam a ocasiões em que se reiteraram ou apresentaram novos argumentos, se denunciaram novas questões (nomeadamente propostas de novas localizações) ou se revelaram as personalidades envolvidas nesta “concorrência pelo significado”.

Sublinhe-se ainda que, em certos períodos (nomeadamente o ano de 2005 e o primeiro semestre de 2007), as notícias da Ota tiveram características específicas e foram sendo alteradas por um visível jogo de posições movido pelos vários agentes sociais. A Ota

surge, portanto, como uma luta travada em diversas arenas e por inúmeras personalidades em torno de um enquadramento e de um significado na qual os mecanismos de poder das fontes noticiosas – claramente marcadas pela oscilação entre a revelação e a omissão que Ericsson *et al.* tinham detectado em várias das suas estratégias de comunicação – se revelaram decisivos para o agendamento do tema nos media.

5.3. A ascensão das fontes na discussão do tema

À luz das notícias e da relação subjacente entre jornalistas e fontes de informação, os onze entrevistados no âmbito desta investigação teceram variadas considerações sobre o processo do NAL na Ota mas um ponto registou coincidência: a ascensão das fontes na condução deste processo.

Para Nicolau Santos, o movimento que se reuniu contra a localização na Ota foi mais “activo”; concretamente quanto ao jornal *Expresso*, diz que foram “publicados mais artigos de opinião e análise contra o projecto mas não tem sido uma opção editorial, tem sido porque tem existido uma maior mobilização das fontes que estão contra o projecto”⁵⁴

Numa outra perspectiva, Jorge Coelho acusa o jornalismo de ter contribuído para a descredibilização do aeroporto de Lisboa na Ota e afirma que os jornais “publicaram estudos sem terem sido verificados”:

Os estudos foram entregues com determinadas indicações e os jornalistas também não estudaram; também, é certo que não são técnicos. Esta matéria não é fácil, porque as explicações técnicas minuciosas são maçadores. É complexo porque um jornalista não tem preparação para isso. Tudo isto acaba por simplificar e é muito fácil resultar em manipulação. A simplificação de coisas técnicas complexas pode acabar nisso, para um lado ou para o outro.⁵⁵

O ex-ministro de António Guterres lança ainda críticas ao modo como o executivo de Sócrates geriu este dossier:

⁵⁴ Entrevista número um.

⁵⁵ Entrevista número dois.

Acho que o governo só fez asneiras e disparates na forma como dirigiu isto. Uma coisa destas só poder ser dirigida, ganhando as elites e o governo deveria, antes de ter lançado o projecto neste termos, enquadrado um conjunto vasto de elites para serem elas, e não o governo, os promotores do novo aeroporto na Ota. Deveria ter colocado pessoas com credibilidade junto dos cidadãos a falar das coisas. O governo fez tudo sozinho, deixou que as elites se movimentassem todas num sentido e deu o que deu.

A directora-adjunta do *Jornal de Negócios*, Luísa Bessa, privilegia uma linha de manipulação da informação e fala de um “processo muito pouco linear”, considerando ainda que “houve sempre muita falta de discussão. Há fontes que estão activamente empenhadas no processo e que não estão muito interessadas na transparência”⁵⁶.

António Cunha Vaz, principal responsável da agência de comunicação Cunha Vaz Associados, refere ter-se tratado de uma cobertura jornalística que “deve estar enquadrada na facilidade com que se escreve sobre as coisas mais sérias, sem se ter cuidado a escrever”⁵⁷.

José Leite Pereira, director do *Jornal de Notícias*, coloca a questão na incapacidade dos meios noticiosos para contrapor a informação técnica, sublinhando não ter dúvidas de que “noutro país qualquer que tivesse uma imprensa poderosa, o próprio jornal encomendava o seu estudo para o confrontar com o estudo apresentado pelo governo”. Neste sentido, admite que “temos de aceitar que o estudo do governo é bom, foi feito de boa-fé e não tem ali nada escondido”.

David Dinis valoriza uma outra perspectiva, vendo neste caso particular uma razão para se estar “optimista” na medida em que ele contém os ingredientes de um “processo verdadeiramente democrático”:

Significa que existem mecanismos criados mais ou menos de propósito, do ponto de vista da interiorização de regras jornalistas básicas que nos levam, primeiro a ter um despertador, algo que nos faz um clique na cabeça a nós jornalistas e até às fontes, pelo lado positivo ou negativo. Segundo, obrigar no sentido de haver pressão para o Estado produzir informação para que as pessoas possam tomar uma decisão consciente. Por fim, se necessário para mudar de ideias,

⁵⁶ Entrevista número dez.

⁵⁷ Entrevista número oito.

senão para seguir em frente. Este é um processo verdadeiramente democrático de informação, é para isto que a relação entre fontes de informação e jornalistas existe⁵⁸.

5.4. Conclusões

Tendo por base a análise da cobertura jornalística realizada pelo *Jornal de Notícias* entre Setembro de 2002 e Julho de 2007 (Quadros 1. a 4.), conclui-se que a actualidade relativa à localização do NAL na Ota derivou do modo como as diferentes esferas sociais disputaram os círculos de acesso à agenda noticiosa.

Este estudo de caso permitiu verificar que a maioria das notícias é oriunda do campo político, assim confirmando a inferência de Leon Sigal (1973) segundo a qual as notícias são maioritariamente produzidas a partir dessa área; constatou-se também que os mecanismos de acesso à agenda passaram por vários tipos de declarações e eventos.

Verificou-se ainda que existem grandes protagonistas da cobertura noticiosa do NAL na Ota que pertencem a uma elite, a uma esfera de “notáveis”, assim se considerando o protagonista que, apesar de poder ter uma matriz ideológica assumida, comenta a actualidade como especialista; são exemplos disso personalidades como António Vitorino, Marcelo Rebelo de Sousa ou Augusto Mateus. Este facto surge como de algum modo natural, na medida em que, quanto mais alta é a posição social ou hierárquica, maior é a correspondente capacidade para influenciar as notícias. Merece ainda nota a observação de um recurso à retórica por parte dos referidos actores, dentro de uma lógica de concorrência entre jornalistas e fontes de informação na produção noticiosa como processo de selecção e significação.

Um dos traços identificativos desta leitura poderá centrar-se no conceito de “definição primária” devido a Stuart Hall (1973) – as fontes acreditadas do poder determinam o quadro inicial da notícia –, visto que a maioria das notícias tem origem em fontes do governo e dos partidos políticos da oposição. Mas não deixam simultaneamente de se confirmar as críticas de Philip Schlesinger e Howard Tumber (1994) a Hall que alertavam para não serem de secundarizar as fracturas internas das elites; de facto, e no próprio seio

⁵⁸ Entrevista número nove.

do Partido Socialista, reuniram-se diversos notáveis cujas considerações apontavam para dúvidas sobre o projecto.

Por outro lado, e apesar de os momentos cruciais do NAL na Ota terem sido desencadeados por rotinas produzidas por fontes governamentais (como a realização de entrevistas e de apresentações), parece claro que as informações do executivo de José Sócrates foram ultrapassadas na luta simbólica dos factos. Com efeito, o tópico “Não à construção” foi o mais presente nas peças jornalísticas (27,9%), tendo atingido o seu ponto máximo em 2005 (42,71%) e ultrapassado de forma clara o segundo tópico mais frequente: “Sim à construção” (15,57%). Saliência ainda para mais dois aspectos: “Dúvidas sobre o projecto” foi o terceiro tópico mais frequente (13,46%) e, após o anúncio em 2005 da construção do NAL na Ota, em 2006 e até Julho de 2007, o tópico “Não à construção” diminuiu (aumentando o “Sim à construção”), tal significando que a representação social do projecto derivou da importância de “quem”, isto é, dos sujeitos que se opuseram ou duvidaram do projecto; ou seja, apesar de ter evoluído, o “sim” não se conseguiu impor como principal significação, uma constatação que decorre da legitimação associada ao capital cultural, à “autoridade de um nome”, aspecto determinante na luta do simbólico.

Outro aspecto a sublinhar é o da variedade de fontes de informação na produção noticiosa, nos termos evidenciados no quadro 4 nenhuma delas dominando por completo a agenda. Partidos políticos da oposição (16,62%), governo (16,36%), autarquias (12,4%), universidades/técnicos (11,08%) e associações (8,71%) foram, por ordem decrescente, as fontes que mais contribuíram para o agendamento da temática. Atente-se ainda em que, quando foi decidido o futuro do NAL em 2007, os partidos políticos da oposição se tornaram a fonte mais frequente, enquanto a arena científica/técnica se tornava responsável por 11,86% das notícias; este “capital cultural” assume uma importância nuclear, visto decorrer da credibilidade social e técnica de intervenientes, em particular professores do Instituto Superior Técnico, que legitimaram a contestação à construção do NAL na Ota. Poderá assim afirmar-se que a transferência da discussão da esfera política para o domínio técnico/científico foi determinante para a representação social do projecto.

No essencial, a análise desenvolvida reflecte uma complexa teia de interligações entre os variados poderes político, económico e social que actuam na praça pública. Governo, partidos políticos, autarquias e academia foram responsáveis por 56% das referências

jornalísticas ao tema, sendo as restantes peças “assinadas” por 12 outros tipos de fontes de informação que concorreram na produção noticiosa. Tal é, no fundo, revelador de duas questões fundamentais: uma consciência quanto ao funcionamento da organização jornalística e a existência de um poder que não é exercido por um grupo dominador mas sim por diversos discursos e formas de conhecimento que influenciam e determinam a agenda noticiosa, tendência esta já identificada por Paul Mannig (2001).

Este trabalho demonstra também um processo de revelação de informação não controlada, isto é, associado a fugas de informação sobre resultados de estudos, a confidências sobre “constrangimentos” técnicos e a “balões de ensaio” como as propostas adiantadas sobre novas localizações. Assim, e por um lado, os jornalistas são utilizados enquanto instrumentos de estratégias político-partidárias e pessoais, como sublinhou Paolo Mancini (1993); por outro lado, as estratégias das fontes incluem crescentemente a produção de informação específica, através de exclusivos ou de fugas de informação, a “audiências seleccionadas” (Ericsson *et. al.*, 1989).

Outro ponto digno de registo é o da ausência no campo da notícia de reportagens e de investigações jornalísticas, assim relevando que o jornalismo, neste caso particular, se desenvolveu a partir das fontes de informação seleccionadas e nelas apoiou a sua significação; ou seja, o jornalismo apresenta-se como passivo, aspecto que acaba por ser “positivo para as fontes” e que confirma a orientação partilhada por Hall (1978), Sigal (1986) e Gans (1980). Esta constatação, relevante em si mesma, deve ser caldeada pelo facto de estarmos perante a cobertura noticiosa de um órgão de informação com características muito próprias (em que a componente reportagem não tende a ser privilegiada) e perante um tema eminentemente técnico, no quadro do qual o jornalista se acaba por encontrar acrescidamente dependente da seriedade das fontes seleccionadas para enquadrar a notícia. Neste sentido, poder-se-á relevar que o *Jornal de Notícias* desenvolveu, por um lado, as narrativas com base em fontes identificadas, não recorrendo assim ao anonimato das fontes de informação, evidenciando simultaneamente uma submissão passiva dos jornalistas, por omissão de investigação, relativamente aos argumentos tecidos pelas várias fontes envolvidas no projecto.

No tocante às fontes propriamente ditas, conclui-se ainda que o conflito sucedido ocorreu mais entre fontes do que entre fontes e jornalistas. Assim, a luta por sentidos

preferidos e representados nas notícias foi travada entre as múltiplas fontes envolvidas no *enjeu* da Ota, tendo cabido ao jornalista negociar o agendamento com cada uma das fontes, a partir de incentivos que se prenderam com o poder da fonte e o valor da informação, isto é, com o lugar das fontes na hierarquia de notoriedade e com a credibilidade dos factos novos apresentados.

Relativamente às fontes governamentais, são os seguintes os factores a registar como tendo contribuído para a criação de uma agenda orientada pela polémica, pela contestação e pela ruptura e que se saldou pela apresentação do campo de tiro de Alcochete como localização alternativa: escassez de acções de discussão promovidas pelo Governo, incapacidade para atenuar ou neutralizar as reacções dos opositores à Ota – o ano final de 2007, que regista cerca de um terço do total noticioso dos seis anos de cobertura, é também aquele em que as fontes de informação oficiais mais perdem expressão em relação a outras mais centradas na contestação da localização na Ota –, afirmações não controladas por parte de Mário Lino – “novas localizações são miragens”, novos estudos são “memorandos”; “margem sul é um deserto” –, tudo não conduzindo à criação de acontecimentos favoráveis e à manifestação de um “capital cultural” na defesa do projecto da Ota.

Terá assim ficado demonstrado que – dado o facto de a passagem de “implícito a explícito” ser hoje negociada entre vários tipos de fontes detentoras de recursos institucionais, financeiros e culturais particulares variáveis – importa cada vez mais estudar a relação dos jornalistas com as suas múltiplas fontes. Como ainda que – dado o facto de existirem actores sociais ocultos e dotados de interesses que não são claros por detrás das fontes publicamente reconhecidas – importa também aprofundar aquele estudo nele integrando a relação dos jornalistas com esses vários grupos que, não sendo fontes no verdadeiro sentido do termo, procuram activamente influenciar a agenda.

Aquela relação entre o jornalista e a fonte, necessariamente enquadrada por um contexto de imensa complexidade social, é hoje marcada por uma visível luta pela “inscrição social” tradutora de um “poder diluído” que, por um lado, desafia o jornalismo a uma permanente averiguação de informações e dados e, por outro, aponta para uma não linearidade dos exercícios dos poderes políticos, económicos e culturais.

É certo que esta diversidade de fontes faz com que as democracias tenham maiores possibilidades de diversificar as suas agendas noticiosas, mas não é menos verdade que esta realidade coloca ao jornalismo e aos seus profissionais uma responsabilidade acrescida. Com efeito, conscientes de que cada vez mais os temas da sociedade actual são definidos e decididos no campo noticioso, protagonistas com objectivos e fins variados cercam os “trabalhadores do simbólico” com informação muitas vezes enviesada ou falsa que visa produzir determinados efeitos pretendidos. Nesta linha, poderá mesmo questionar-se se a cobertura jornalística do NAL na Ota revelará mais as vulnerabilidades dos media noticiosos, na sua dificuldade de validar a informação técnica apresentada, ou o poder crescente das fontes de informação.

6. Reflexão final

A apresentação dos resultados desta pesquisa ficou assim concluída, sublinhando que mais do que servir para extrapolações excessivas – nomeadamente a da ascensão das fontes sobre os jornalistas – deve sobretudo ser encarada como pretendendo evidenciar a complexidade social associada à luta travada entre as várias fontes. Ver as notícias por dentro relativamente à construção e localização do NAL na Ota não possibilita, em rigor, uma leitura generalizada dos mecanismos de acesso das fontes e da sua participação nas notícias, para o que seria essencial um estudo que levasse em conta a diversidade das mesmas, as suas consequentes desigualdades ao nível dos capitais cultural e financeiro e as várias situações em que elas actuam; não obstante, nele se encontrarem pistas para estudar a relação profissional entre jornalistas e fontes de informação, à luz de uma sociedade mediatizada, o trabalho realizado terá contribuído para deixar demonstrado o modo como os media noticiosos são hoje utilizados por parte de nomes com autoridade e que se tornam objecto e sujeito das notícias numa competição pela participação na ordem social apreendida como evidente e natural.

A vida democrática continuará a desenvolver-se neste quadro de diversas fontes a competirem para ingressar no *plateau* e, para tal, atentas a um planeamento do que *a priori* não constitui uma reacção mas uma denúncia. Raramente avulsa, essa entrada em “cena” ocorre como se fosse espontânea, como se não apresentasse qualquer cálculo subjacente e, portanto, como se não obedecesse a nenhum grau de preparação e planificação; ocorre

também como se a passagem para o explícito acontecesse pelo exclusivo valor da informação, pela importância de quem aparece ou pela valia do ponto de vista.

A disputa pelo palco mediático – nas suas formas de acesso, estratégia, discurso, argumentos e rosto – é, pois, um fiel reflexo do funcionamento das sociedades actuais, das suas complexas estruturas de poder, da sua permanente procura de visibilidade que conduz a mediatização a uma condição ambivalente: por um lado, é poderosa porque é legítima, pelo facto de integrar a ordem social dos indivíduos; por outro, é vulnerável porque é circunstancial e efémera, pelo jogo existente entre jornalistas e agentes sociais que através de convívios e solidariedades, de lutas e disputas, e numa cooperação quase sempre invisível e não raras vezes imprevisível nas suas consequências, marcam o ritmo da máquina mediática, no seu exercício constante de construção da realidade através do abandono e da eleição de rostos e assuntos.

A própria condução do processo da Ota revela como o espaço público dos media, pela sua capacidade de hierarquização, significação e amplificação dos temas sociais foi o lugar por excelência para opiniões, julgamentos, avaliações e comentários que se saldaram posteriormente na mudança de localização da Ota - uma decisão estabelecida há vários anos e por diferentes governos - para a zona de Alcochete que, após dois meses de ter surgido como proposta oficial, tinha conduzido o governo a uma pausa para uma análise comparativa entre as duas localizações. Este processo parece-nos ainda determinante para se compreender que as notícias não existem *per se*, sendo elas, sobretudo, o resultado daquilo que os poderes das sociedades actuais fazem da e na vida quotidiana; assim como para apreender a agenda noticiosa enquanto uma arena onde confluem as maiores complexidades sociais, exigindo deste modo aos cidadãos que, na tribuna ou na plateia, interpretem as notícias à luz da sua natureza como indivíduo e dos mecanismos do Poder.

O trabalho procurou também explorar os conceitos de mediatização, de “inscrição social” e de legitimidade no sentido de contextualizar a interacção entre as salas de redacção e os vários agentes sociais, não numa lógica de triunfo das fontes ou de submissão dos jornalistas mas antes numa linha que conduza a futuras investigações no quadro das modernas e complexas sociedades dos nossos dias, as quais não permitem leituras lineares – como a sujeição e a ascensão – mas reclamam uma flexibilidade que tenha em conta a infinita variabilidade das circunstâncias contextuais, assim como a

abordagem da dimensão mediática actual enquanto condicionante da visão da sociedade dos indivíduos, nomeadamente na sua visibilidade de poder associada ao “controlo rotineiro” de ser-se objecto da confiança dos outros ou de *distinção*, como nos mostraram Giddens e Bordieu.

Neste sentido, crê-se terem surgido desmistificados os jornalistas todo-poderosos e as fontes todo-poderosas, ou seja, ter o caso do NAL na Ota revelado quanto é complexo o contexto que envolve a produção de notícias, pela multiplicidade de sujeitos que competem no e pelo espaço editorial, pela organização de estratégias de informação e de contra-informação e, sobretudo, pelo facto de a agenda dos media ser hoje “uma agenda simultânea de várias agendas (política, mediática e pública) que nem sempre coincidem” (Rieffel, 2005), fazendo com que qualquer facto noticioso esteja dependente ou seja o resultado de uma interdependência entre três agendas que interligam os sujeitos políticos, os jornalistas e o público. Numa palavra, julgamos ter indiciado as enormes limitações impeditivas de campanhas controladas para efeitos reproduzidos de início ao fim e, assim, da ideia tão proclamada de uma crescente dominância de fenómenos de orquestração.

Como lembrava Elie Wiesel, “um jornal é o centro nervoso de uma sociedade”. Apesar da emoção com que falava do jornalismo, Wiesel sabia que “entre o ideal e a realidade, a distância é grande”: “fazem-se compromissos, arranjinhos, paga-se na mesma moeda, é normal. Mas o olhar – sobretudo ao princípio – é atraído para as alturas, mesmo que esteja fora do alcance. Mesmo que seja necessário, dia após dia, recomeçar a escalada”. Deste modo, e para além da análise crítica da relação de “luta” e de “negócio” entre jornalistas e fontes de informação, será importante que a perspectiva de Wiesel seja também fixada, sobretudo na medida em que se possa supor que o jornalismo seja capaz de “ver por dentro” os múltiplos factos e fontes que o cercam e de procurar a legitimidade através de um permanente “recomeçar a escalada”; em síntese, para que se continue a ter o olhar atraído pelas alturas quando se fala de notícias...

BIBLIOGRAFIA

- A.A.V.V. (2005), *La Communication: État de Savoirs*, Auxerre, Éditions Sciences Humaines.
- Arendt, Hannah (1995), *Verdade e Política*, Lisboa, Relógio d'Água.
- Arendt, Hannah (2001), *A Condição Humana*, Lisboa, Relógio d'Água.
- Arendt, Hannah (2001), *Compreensão e Política e Outros Ensaio*s, Lisboa, Relógio d'Água.
- Aurélio, Daniel Pires (2001), *Livro de Reclamações: Exercícios de deontologia da informação*, Lisboa, Notícias Editorial.
- Balendier, George (1992), *O Poder em Cena*, Coimbra, Minerva.
- Barbero, Jesús Martín (1987), *De los medios a las mediaciones, comunicación, cultura y hegemonía*, Barcelona, Editorial Gustavo Gili.
- Bardín, Laurence (1995), *Análise de conteúdo*, Lisboa, Edições 70.
- Beck, Ulrich (2001), *La Société du Risque: Sur la voie d'une autre modernité*, Paris, Flammarion.
- Bennet, Lance (1988), *News: The Politics of Illusion*, New York, Longman.
- Berger, Peter, Thomas Luckman (1999), *A Construção Social da Realidade*, Lisboa, Dinalivro.
- Blumler, Jay, Michael Gurevitch (1995), *The Crisis of Public Communication*, London, Routledge.
- Borgmann, Albert (1999), *Holding on to reality*, Chicago, The University of Chicago Press.
- Bourdieu, Pierre (2001), *O Poder Simbólico*, Lisboa, Difel.
- Bourdieu, Pierre (1998), *O que falar quer dizer*, Lisboa, Difel.
- Bourdieu, Pierre (1997), *Sobre a Televisão*, Oeiras, Celta Editora.
- Bourdieu, Pierre (1994), *Razões Práticas, Sobre a teoria da acção*, Oeiras, Celta Editora.

- Braudillard, Jean (1991), *Simulacros e Simulação*, Lisboa, Relógio d'água.
- Braudillard, Jean (1987), *A sociedade de consumo*, Lisboa, Edições 70.
- Breed, Warren (1955/1993), “Controlo social na redacção. Uma análise funcional”, em Nélsion Traquina (org.), *Jornalismo: questões, teorias e 'estórias'*, Lisboa, Veja, pp.152-167.
- Breton, Philippe (2006), *L'Incompétence Démocratique. La crise de la parole aux sources du malaise (dans la) politique*, Paris, Éditions La Découverte.
- Breton, Philippe (2001), *A palavra manipulada*, Lisboa, Editorial Caminho.
- Breton, Philippe, Serge Proulx (1997), *A explosão da comunicação*, Lisboa, Bizâncio.
- Breton, Philippe (1992), *A Utopia da Comunicação*, Lisboa, Instituto Piaget.
- Calvino, Italo (1990), *Seis propostas para o próximo milénio*, Lisboa, Teorema.
- Campenhoudt, Luc Van (2003), *Introdução à análise dos fenómenos sociais*, Lisboa, Gradiva.
- Castells, Manuel (2003), *A Sociedade em Rede*, Lisboa, Edições Gulbenkian.
- Castells, Manuel (2003), *O Poder da Identidade*, Lisboa, Edições Gulbenkian.
- Castells, Manuel (2003), *O Fim do Milénio*, Lisboa, Edições Gulbenkian.
- Cazeneuve, Jean (1957), *Sociologia do Rito*, Porto, Rés Editora.
- Cebrián, Juan Luis (2004), *Cartas a um jovem jornalista*, Lisboa, Bizâncio.
- Cebrián, Juan Luis (2003), *O fundamentalismo democrático*, Porto, Campo das Letras.
- Chalaby, Jean (1998), *The invention of journalism*, Londres, Macmillan Press London.
- Champagne, Patrick (1990), *Faire l'opinion: le nouveau jeu politique*, Paris, Les Éditions de Minuit.
- Charaudeau, Patrick (1997), *Le discours d'information médiatique*, Nathan, Paris.
- Coelho, Eduardo Prado (2004), *O fio da Modernidade*, Lisboa, Editorial Notícias.
- Cook, Guy (1992), *The discourse of Advertising*, London, Routledge.
- Cornu, Daniel (1994), *Jornalismo e Verdade*, Lisboa, Instituto Piaget.

- Correia, Fernando (2000), *Os jornalistas e as notícias*, Lisboa, Editorial Caminho.
- Cruz, Manuel Braga (2004), *Teorias Sociológicas: Os Fundadores e os Clássicos*, Lisboa, Edições Gulbenkian.
- Curran, James (1996), “Rethinking mass communication”, em James Curran, David Morley e Walkerdine (eds), *Cultural Studies and communication*, London, Arnold, pp.119-155.
- Curran, James (1996), “The new revisionism in Mass Communication Research: A Reappraisal”, em James Curran, David Morley e Walkerdine (eds), *Cultural Studies and communication*, London, Arnold, pp. 256-278.
- Dayan, Daniel (2004), “A fabricação televisiva dos monstros do Mediterrâneo”, *Media&Jornalismo*, nº3, pp. 109-122.
- Debray, Régis (1993), *L'État Séducteur: Les Révolutions Médiologiques du Pouvoir*, Paris, Gallimard.
- Deleuze, Gilles, Félix Guattari (1980), *Capitalisme er schzophrénie – Mille Plateaux*, Paris, Les Éditions de Minuit.
- Dijk, van Teun (2005), *Discurso, Notícia e Ideologia, Estudos da análise crítica do Discurso*, Porto, Campo das Letras.
- Dijk, van Teun (1990), *La Noticia como Discurso*, Barcelona, Paidós.
- Duras, Marguerite (1997), *Outside*, Lisboa, Difel.
- Durkheim, Émile (1984), *As regras do método sociológico*, Lisboa, Editorial Presença.
- Eco, Umberto (1978), *O super-homem das massas*, Lisboa, Difel.
- Elias, Norbert (1992), *A sociedade dos indivíduos*, Lisboa, Dom Quixote.
- Elliott, Philip (1978), “Professional ideology and organisational change: the journalist since 1800”, em George Boyce, James Curran e Pauline Wingate (eds), *Newspaper history from the seventeenth century to the present day*, California, Sage.
- Ericson, Richard V., Patricia M. Baranek e Janet B.L. Chan (1989), *Representing order – crime, law, and justice in the news media*, Toronto, University Press.
- Fiske, John (2004), *Introdução ao estudo da comunicação*, Lisboa, Edições Asa.
- Featherstone, Mike (1991), *Consumer Culture & Postmodernism*, London, Sage.

- Fontcuberta, Mar (2002), *A Notícia, pistas para compreender o mundo*, Lisboa, Editorial Notícias.
- Galtung, Johan, Mari Holmboe Ruge (1965/1993), “A estrutura do noticiário estrangeiro. A apresentação das crises do Congo, Cuba e Chipre em quatro jornais estrangeiros”, em Nelson Traquina (org.), *Jornalismo: questões, teorias e ‘estórias’*, Lisboa, Veja, pp. 61-73.
- Gans, Herbert (1979), *Deciding what’s news – a study of CBS Evening News, NBC Nightly News Newsweek and Time, Nova Iorque*, Random House.
- Genosko, Gary (1999), *McLuhan and Braudillard, the Masters of Implosion*, London, Routledge.
- Giddens, Anthony (2004), *Sociologia*, Lisboa, Edições Gulbenkian.
- Giddens, Anthony (2002), *Dualidade da Estrutura. Agência e Estrutura*. Oeiras, Celta Editora.
- Giddens, Anthony (1991), *Modernidade e Identidade Pessoal*, Oeiras, Celta Editora.
- Giddens, Anthony (1990), *As Consequências da Modernidade*, Oeiras, Celta Editora.
- Gil, José (2005), *Portugal, Hoje, O Medo de Existir*, Lisboa, Relógio d’Água.
- Gillmor, Dan (2004), *Nós os Media, Lisboa*, Editorial Presença.
- Gitlin, Todd (2002), *Sociologia dos Meios de Comunicação Social*, Lisboa, Livros Horizonte.
- Gitlin, Todd (1980), *The whole world is watching*, Berkeley, Los Angeles and London, University of California Press.
- Goffman, Erving (1993), *A Apresentação do Eu na Vida de Todos os Dias*”, Lisboa, Relógio d’Água.
- Goffman, Erving (1991), *Les Cadres de l’experience*, Paris, Les Éditions de Minuit.
- Golding, Peter, Murdock, Graham (1999), “Culture, Communications and Political Economy”, em James Curran e Michael Gurevitch, *Mass Media and Society*, London, Edward Arnold.
- Glasgow Media Group (1998), *The circuit of mass communication*, London, Sage.
- Graber, Doris (1994), *Processing the News: How people tame the information*, New York, Longman.

- Halimi, Serge (1997), *Os Novos Cães de Guarda*, Oeiras, Celta Editora.
- Hall, Stuart *et al.* (1973/1993), “A produção social das notícias: O *mugging* nos media”, em Nelson Traquina (org.), *Jornalismo: questões, teorias e ‘estórias’*, Lisboa, Vega.
- Hall, Stuart (1986), “Cultural Studies: two paradigms”, em Richard Collins, James Curran, Nicolas Garnham, Pady Scannel, Philip Schlensiger and Colin Sparks (eds.), *Media, Culture and Society: a Critical Reader*, London, Sage, pp.33-48.
- Hallin, Daniel, Peter Mancini (2004) *Comparing Media Systems*, Cambridge, University Press.
- Hallin, Daniel (2005), “Field Theory, Differentiation Theory, and Comparative Media Research”, em Rodney Benson e Érik Neveu (eds), *Bourdieu and the Journalistic Field*, Cambridge, Polity Press.
- Hallin, Daniel (1989), *The uncensored war*, Berkeley, University of California Press.
- Hartley, John (1996), *Popular Reality: Journalism, Modernity, Popular Culture*, London Arnold.
- Jesuíno, Correia Jorge (1986), “O método experimental nas Ciências Sociais”, em Augusto Santos Silva e José Madureira Pinto (orgs.), *Metodologia das Ciências Sociais*, Porto, Edições Afrontamento, pp. 215-246.
- Kovach, Bill, Tom Rosenstiel (2004), *Os Elementos do Jornalismo: o que os profissionais do jornalismo devem saber e o público deve exigir que os jornalistas*, Porto, Porto Editora.
- Lash, Scott (2002), *Critique of Information*, London, Sage.
- Luhmann, Niklas (1999), *A improbabilidade da comunicação*, Lisboa, Vega.
- Liotard, Jean-François (1979), *La condition Postmoderne*, Paris, Éditions de Minuit.
- Manning, Paul (2001), *News and news sources – a critical introduction*, London, Sage.
- Marchetti, Dominique (2005), “Subfields of specialized journalism”, em Rodney Benson e Érik Neveu (eds), *Bourdieu and the Journalistic Field*, London, Polity Press, pp. 64-79.
- Martín, Michèle (1998), *Communication et Médias de Masse, Culture, domination et opposition*, Québec, Télé Université.
- Martín, Michèle (1998), *Communication et Médias de Masse, Culture, domination et opposition*, Québec, Télé Université.

Mattelard, Armand e Michèle Mattelard (1997), *História das Teorias da Comunicação*, Porto, Campo das Letras.

Mattelard, Armand e Michèle Mattelard (1991), *Penser les médias*, Paris, Éditions La Découverte.

Mcquail, Dennis (2004), *Teoria da Comunicação de Massas*, Lisboa, Edições Gulbenkian.

McNair, Brian (2000), *Journalism and Democracy, an evaluation of the political sphere*, London, Routledge.

Mesquita, Mário (2004), *O Quarto Equívoco, o poder nos media na sociedade contemporânea*, Coimbra, Minerva Coimbra.

Miège, Bernad (1995), *La pensée communicationnelle*, Grenoble, Presses Universitaires.

Moles, Abraham (2000), *Rumos de uma cultura tecnológica*, São Paulo, Editora Perspectiva.

Molotch, Harvey e Marilyn Lester (1974/1993), “As notícias como procedimentos intencional: acerca do uso estratégico de acontecimentos de rotina, acidentes e escândalos”, em Nelson Traquina (org.), *Jornalismo: questões, teorias e ‘estórias’*, Lisboa, Veja, pp. 34-51.

Morin, Edgar (1962), *L’Esprit du Temps*, Paris, Nérvrose.

Neveu, Érik e Rodney Benson (2005), *Bourdieu and the Journalistic Field*, Cambridge, Polity Press.

Neveau, Érik (2003), *Sociologia do Jornalismo*, Porto, Porto Editora.

Neveau, Érik (1994), *Une société de communication*, Paris, Éditions Montchrestien.

Oliveira, José Paquete (1999), “Públicos, Audiências e Qualificação de Comunicação”, em *Comunicação, Ética e Mercado*, Lisboa, Universidade Católica.

Oliveira, José Paquete (2002), “Nem tudo o que reluz é ouro”, em *Media, Jornalismo e Democracia*, Lisboa, Livros Horizonte.

Oliveira, José Paquete, Gustavo Cardoso e José Barreiros (orgs.) (2004), *Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação*, Lisboa, Quimera.

Parsons, Talcott (1949), *The structure of social action*, Illinois, The Free Press.

Pedroso, Maria Flor (1998), “O acesso às fontes de informação no dia-a-dia do trabalho jornalístico” em *Acesso às fontes e informação*, Lisboa, Alta Autoridade para a Comunicação Social, pp. 119-123.

Ponte, Cristina (2004), *Leitura das Notícias: contributos para uma análise do discurso jornalístico*, Lisboa, Livros Horizonte.

Público (1997), *Livro de Estilo*, Lisboa, Público.

Quivy, Raymond e Luc Van Campenhout (1998), *Manual de Investigação em Ciências Sociais*, Lisboa, Gradiva.

Rieffel, Rémy (2005), *Que sont les médias?*, Paris, Gallimard.

Rieffel, Rémy (2002), *Sociologia dos Media*, Porto, Porto Editora.

Ricoeur, Paul (1983), *Temps et Récit (vol. 2 e 3)*, Paris, Seuil.

Ricoeur, Paul (1955), *Histoire et Vérité*, Paris, Seuil.

Rebelo, José (2000), *O discurso do jornal*, Lisboa, Editorial Notícias.

Rebelo, José (1998), *Formas de Legitimação do Poder no Salazarismo*, Lisboa, Livros e Leituras.

Santos, Rogério (2006), *A fonte não quis revelar*, Porto, Campo das Letras.

Santos, Rogério (2003), *Jornalistas e Fontes de Informação*, Coimbra, Minerva.

Santos, Rogério (1997), “A negociação entre jornalistas e fontes”, Coimbra, Minerva.

Santos, Rogério (1998), *Os novos media e o espaço público*, Lisboa, Gradiva.

Saperas, Enric (1993), *Os efeitos cognitivos da comunicação de massas*, Porto, Edições Asa.

Saussez, Thierry (2004), *Le Style réinvente la politique*, Paris, Presses de la Renaissance.

Serrano, Estrela (2005), *Padrões jornalísticos na cobertura de eleições presidenciais (1976-2001)*, Tese de Doutoramento em Sociologia, ISCTE.

Schlensiger, Philip (1977/1993), “Os jornalistas e a sua máquina de tempo”, em Nelson Traquina (org.), *Jornalismo: questões, teorias e ‘estórias’*, Lisboa, Veja, pp.177-190.

Schlensiger, Philip (1992a), “From production to propaganda?”, in Paddy Scannell, Philip Schlensiger and Colin Sparks (eds), *Culture and Power*, London, Sage, pp. 293-316.

- Schlensiger, Philip (1992b), “Repenser la sociologie du journalisme – Les stratégies e la source d’information et des limites du média-centrisme”, *Réseaux*, Paris, n° 51, pp. 46-57.
- Schlensiger, Philip, Howard Tumber (1994), *Reporting crime*, Oxford, Claredon Press.
- Schudson, Michael (2000), “The Sociology of News Production Revisited”, in Curran and Gurevitch (eds) *Mass Media and Society*, London, Arnold.
- Schudson, Michael (1995), *The power of news*, New York, W.W. Norton&Company.
- Schudson, Michael (2003), *The Sociology of News*, New York, W.W. Norton&Company.
- Sennett, Richard (2006), *La culture du nouveau capitalisme*, Paris, Albin Michel.
- Sennett, Richard (1992), *The fall of public man*, London, Sage.
- Sfez, Lucien (1990), *Crítica da Comunicação* Lisboa, Instituto Piaget.
- Sigal, León (1973), *Reporters and officials – the organization and politics of newsmaking*, Lexington, D.C. Heath and Company.
- Silverstone, Roger (1994), *Television and everyday life?*, London, Routledge.
- Silverstone, Roger (1999), *Why study the Media?*, London, Sage.
- Soloski, John (1989/1993), “O jornalismo e o profissionalismo: alguns constrangimentos no trabalho jornalístico”, em Traquina (org.) *Jornalismo: questões, teorias e ‘estórias’*, Lisboa, Veja, pp. 91-100.
- Tengarrinha, José Manuel (1989), *História da Imprensa Periódica Portuguesa*, Lisboa, Editorial Caminho.
- Thompson, John (1995), *The Media and Modernity, A social theory of the media*, Cambridge, Polity Press.
- Tixier Guichard, Robert e Daniel Chaize (1993), *Les Dircoms – à quoi sert la communication?*, Paris, Seuil.
- Traquina, Nelson (2002), *O que é o jornalismo?*, Lisboa, Quimera.
- Traquina, Nelson (2002), *O poder do jornalismo, análise e textos da teoria do agendamento?*, Coimbra, Minerva.
- Traquina, Nelson (1993), *Jornalismo: questões, teorias e ‘estórias’*, Lisboa, Vega.

Tuchman, Gaye (1998), “La objetividad como ritual estratégico: un análisis de las nociones de objetividad de los periodistas”, in *Cuadernos de Información y Comunicación de Universidad Complutense*, nº4, pp. 199-218.

Tuchman, Gaye (1976/1993), “Contando estórias”, em Nelson Traquina (org.), *Jornalismo: questões, teorias e ‘estórias’*, Lisboa, Veja, pp. 74-90.

Tumber, Howard (2000), *Media Power, Professionals and Policies*, London, Routledge.

Vala, Jorge (1986), “O método experimental nas Ciências Sociais”, em Augusto Santos Silva e José Madureira Pinto (orgs.), *Metodologia das Ciências Sociais*, Porto, Edições Afrontamento, pp. 101-126.

Villafañe, Justo, Enrique Bustamante (1987) *Fabricar Notícias – las rutinas productivas en radio y televisión*, Barcelona, Ed. Mitre.

Weber, Max (2005), *Três Tipos de Poder e outros Escritos*, Lisboa, Tribuna.

Weber, Max (1979), *O Político e o Cientista*, Lisboa, Biblioteca Universal Presença.

White, D.M. (1950/1993) “O gatekeeper: uma análise de caso na selecção de notícias” em Traquina (org.) *Jornalismo: questões, teorias e ‘estórias’*, Lisboa, Veja, pp. 142-151.

Wiesel, Elie (1991), *O Esquecido*, Linda-a-Velha, Difel.

Wolf, Mauro (1979), *Sociologias de la vida cotidiana*, Madrid, Cátedra.

Wolton, Dominique (2005) *Il faut sauver la communication*, Paris, Éditions Flammarion.

Wolton, Dominique (1997), *Pensar a Comunicação*, Lisboa, Difel.

Wolton, Dominique (1994), *Elogio do Grande Público: uma teoria crítica da televisão*, Lisboa, Edições ASA.

Zelizer, Barbie (2004), *Taking journalism seriously*, London, Sage.