

Da imprensa regional
da Igreja Católica

O que é, quem a faz e quem a lê

Ficha Técnica

COLEÇÃO	Minerva Ciências da Comunicação
TÍTULO	<i>Da Imprensa Regional da Igreja Católica. O que é, quem a faz e quem a lê</i>
AUTOR	Alexandre Manuel
REVISÃO	Ayala Monteiro
ARRANJO GRÁFICO	Pedro Bandeira
IMPRESSÃO
EDIÇÃO	Edições MinervaCoimbra - Rua dos Gatos, 10 - 3000-200 Coimbra
E DISTRIBUIÇÃO	Telef.: 239 701 117 - Fax: 239 717 267 E-mail: minervacoimbra@gmail.com
1ª EDIÇÃO de 2013
DEPÓSITO LEGAL	2...../13
ISBN	978-972-798-341-4

ALEXANDRE MANUEL

Da imprensa regional
da Igreja Católica

O que é, quem a faz e quem a lê

*Para a Maria Augusta
e, com ela, para o melhor que há de nós, o Ricardo e o Tiago.
Para o Gonçalo e para a Matilde, na parte que nos cabem ...
E também para a Alexandra.*

Ao João e ao seu modo de oficiar o jornalismo.

*Em memória de António Paulouro,
à ousadia cívica e à sua fidelidade às palavras e às ideias.*

Quem vê o seu povo, vê o mundo todo.
EDUARDO LOURENÇO

Da minha aldeia vejo quanto da terra se pode ver do Universo...
Por isso a minha aldeia é tão grande como outra terra qualquer,
Porque eu sou do tamanho do que vejo
E não do tamanho da minha altura...
ALBERTO CAEIRO

Índice

Apresentação	15
Introdução	17
DO LOCAL E DO GLOBAL	
ou a inevitável complementaridade dos opostos.....	21
1. DOS ESPAÇOS E SUAS FRONTEIRAS	25
Constrangimentos, engajamentos e rentabilidade.....	30
Entre a proximidade e os «pactos de leitura»	34
O que deve ser entendido por regional e local.....	37
A (inevitável) opção pela divisão distrital	40
A instância do poder e a organização territorial.....	43
Os jornais da Igreja e suas singularidades	46
2. DA QUANTIDADE E SUAS FRAGILIDADES.....	47
Amadorismos e subsidiodependências.....	52
Bastante mais do que puros anacronismos	56
A conciliação entre o global e os particulares.....	59
O mais que provável retorno ao singular e à diferença.....	62
Um novo espaço convival e de convivência.....	65
A articulação das diferentes escalas da realidade	68
A valoração dos significados relacionados com o lugar	71
Entre a apologia e a notória ausência de síntese.....	74
DAS ORIGENS À ACTUALIDADE	
ou as múltiplas contradições de uma história	77
1. UMA HISTÓRIA QUE REMONTA AO SÉCULO XIX	81
Entre a bicefalia e a macrocefalia.....	83
Na sequência da «explosão da liberdade».....	85
A actualidade e a vulgarização da informação.....	89

Quando a Monarquia optou pela crispação.....	92
Em prol das massas e contra a «subversão»	94
Desprezar a opinião pública e tentar a manipulação.....	97
Intervenção não difícil e pouco morosa.....	101
Da oposição (a possível) e das páginas literárias.....	107
Um período qualitativamente novo.....	109
O domínio da opinião sobre a informação.....	114
2. DEPOIS DO «MOMENTO FUNDADOR»	121
Tempo de mudanças e de aventuras	124
Da missão de informar e do desejo de sobrevivência	128
Uma «microrrealidade» exageradamente volátil.....	131
O repensar do processo comunicativo.....	133
Sector estruturalmente débil e de conceitualização difícil.....	136
O desafio da construção de novas «unidades».....	138
Características comuns e constrangimentos peculiares	141
A valoração da discursividade alternativa.....	143
 DAS PUBLICAÇÕES DA IGREJA	
e da importância atribuída aos novos aréopagos.....	145
1. A IGREJA E A SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO	149
A utilização e a «evangelização» dos media	153
Entre meios próprios e não confessionais	156
Vários preconceitos e algumas desconfianças	158
Os jornais católicos e a causa da «boa imprensa»	163
Da «re Cristianização» e da imprensa de apostolado	166
Os oficiais, os oficiosos e os independentes	170
Entre a renovação e alguns atrevimentos	175
Jornais regionais e outros «de (alguns) católicos»	178
As dificuldades em superar vícios do passado	183
Um novo relacionamento com a cultura mediática	187
Títulos a mais e concertação a menos.....	190
Dos leitores, seus consumos e suas práticas	196
2. EM DEFESA DOS «NOVOS PÚLPITOS»	201
Em prol de meios de comunicação social próprios	204
Um bem indispensável ainda que complexo.....	207
3. OS JORNAIS E SUAS CIRCUNSTÂNCIAS	213
Vendida por assinatura e dirigida por padres	216
(Bastante) alheada das questões estéticas e visuais.....	222
Entre a linguagem do púlpito e a voz da sacristia	226
Realidade desigual com características comuns.....	231
 Bibliografia e outras fontes	235

Siglas utilizadas

- AACS – Alta Autoridade para a Comunicação Social.
- AC – Acção Católica.
- ACP – Acção Católica Portuguesa.
- AEFJ – Associação Europeia de Formação de Jornalistas.
- AIC – Associação de Imprensa de Inspiração Cristã.
- AID – Associação da Imprensa Diária.
- AIND – Associação de Imprensa Não-Diária. (Em 2000, passou a designar-se Associação Portuguesa de Imprensa, mas mantendo a mesma sigla. Em 2005, mudou para API.)
- APCT – Associação Portuguesa para o Controlo de Tiragem e Circulação.
- API – Associação Portuguesa de Imprensa.
- ARIC – Associação de Rádios de Inspiração Cristã.
- CADC – Centro Académico da Democracia Cristã.
- CDE – Comissão Democrática Eleitoral.
- CECL – Centro de Estudos de Comunicação e Linguagens – Universidade Nova de Lisboa.
- CECS – Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade – Universidade do Minho.
- CEHR – Centro de Estudos de História Religiosa – Universidade Católica Portuguesa.
- CEP – Conferência Episcopal Portuguesa.
- CERP – Cristãos em Reflexão Permanente.
- CES – Centro de Estudos Sociais – Universidade de Lisboa.
- CESOP – Centro de Sondagens e Opinião Pública – Universidade Católica Portuguesa.
- CIES – Centro de Investigação e Estudos de Sociologia – ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa.
- CIMJ – Centro de Investigação Media e Jornalismo.
- CIRP – Conferência dos Institutos Religiosos de Portugal.
- CNIR – Conferência Nacional dos Institutos Religiosos Masculinos
- CRC – Centro de Reflexão Cristã.

CTECR – Comissão do Tempo de Emissão das Confissões Religiosas.
DGI – Direcção Geral da Informação.
ERC – Entidade Reguladora para a Comunicação Social.
FNIRF – Federação Nacional dos Institutos Religiosos Femininos.
GEDOC – Grupo de Estudos e Intercâmbio de Documentos, Informações, Experiências.
GMCS – Gabinete para os Meios de Comunicação Social.
ICS – Imprensa de Ciências Sociais – Universidade de Lisboa.
ICS – Instituto da Comunicação Social.
INE – Instituto Nacional de Estatística.
IPOM – Instituto de Pesquisa de Opinião de Mercado.
IPOPE – Instituto Português de Opinião Pública e Estudos de Mercado.
JEC – Juventude Escolar Católica.
JOC – Juventude Operária Católica.
JUC – Juventude Universitária Católica.
LOC – Liga Operária Católica.
MFA – Movimento das Forças Armadas.
NOVA – Federação dos Meios de Comunicação Social de Inspiração Cristã.
PRIME – Programa de Incentivos à Modernização da Economia.
RR – Rádio Renascença.
SAI – Serviço de Apoio à Imprensa (de Abril de 1982 a Fevereiro de 1983).
SAI – Serviço de Apoio à Informação (de Fevereiro de 1983 a Janeiro de 1994).
SNCS – Secretariado Nacional das Comunicações Sociais da Igreja.
SNI – Serviço Nacional de Informação, Cultura Popular e Turismo.
SPN – Secretariado da Propaganda Nacional.

Apresentação

A pesar de ocasionais (e não programadas) incursões por mundos alheios ao jornalismo, cujo ofício tarimbei na *Flama* dos anos 70, então prosada por nomes maiores da profissão, a ele, no entanto sempre fui regressando. Porventura mesmo, sempre mais apetecido, até porque cada vez mais com a vida por ele moldada – e não apenas pelo seu exercício, em a *Vida Mundial*, o *Século Ilustrado*, o *Jornal do Fundão*, o *Diário de Notícias*, a RTP ou a RDP, mas também pelo seu ensino, onde, desafiado que fui há quase um quarto de século (Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa, Cenjor, INA e UAL – Universidade Autónoma de Lisboa), por lá fui ficando. Gostosamente. A ponto de ter sentido o apelo do regresso aos bancos da escola há décadas «postos em sossego» – para tentar contextualizar teoricamente uma experiência profissional, mas também para legitimar, pela via universitária, saberes de «raiz autodidacta».

Como, de facto, veio a acontecer, em 1999, com a frequência da primeira edição do Curso de Pós-graduação em Jornalismo, criado por despacho conjunto do ISCTE e da Escola Superior de Comunicação Social, com o objectivo de «proporcionar uma formação especializada em áreas-chave do jornalismo».

E tudo poderia ter ficado por aqui, não fora a amizade sedutora dos professores José Rebelo e Paquete de Oliveira, a desafiarem-me para a *aventura* do doutoramento, uma *aventura* que, possibilitada pelos responsáveis do ISCTE decididos a enfrentarem «tradições» e corporativismos¹, foi igualmente alargada a alguns dos outros jornalistas que, com sucesso, haviam frequentado a referida

¹ A par do *risco* assumido pela direcção do ISCTE, para o que terá contribuído grandemente a tenacidade dos professores José Rebelo e Paquete de Oliveira, importa, neste contexto, referir ainda a importância assumida pela direcção do Sindicato dos Jornalistas, presidida por Diana Andringa (1996-1997), que, no seu programa de candidatura, inscreveu o propósito de bater às portas da Academia e do Poder, para, em conjunto, encontrarem eventuais caminhos de regresso dos jornalistas aos bancos de uma universidade que, anos antes, haviam trocado pelo fascínio da notícia, da reportagem, da entrevista...

pós-graduação². Com a importante chegada de, logo então, o José Rebelo (companheiro de outras andanças, incluindo o jornalismo) ter encontrado tempo e disponibilidade para a orientação da tese de doutoramento em Sociologia (*Da Imprensa Regional da Igreja Católica – para Uma Análise Sociológica*) que, nos finais de 2010, defendi no ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa.³ A ele, pela sua disponibilidade e pela palavra sábia e certa em tempo oportuno, o meu obrigado.

Iguais agradecimentos são devidos a todos os que se disponibilizaram para serem fontes orais deste trabalho (os seus nomes estão referenciados em «Bibliografia e outras fontes»); aos responsáveis editoriais e/ou administrativos dos semanários regionais da Igreja que, com rigor e em tempo útil, responderam ao inquérito; à AIC e à permanente disponibilidade do padre Salvador dos Santos, seu presidente, e do Sr. César Gomes; à Markttest, na pessoa da directora da Direcção de Estudos de Meios, Dr.^a Helena Barbas, pelo fornecimento de dados constantemente actualizados; à Dr.^a Maria do Carmo Menano, da APCT, e ao Ayala Monteiro, mestre maior do ofício da revisão.

O mesmo, ou quase, se diz em relação aos que o quiseram editado em livro – os editores da MinervaCoimbra (Isabel e José Alberto) e o director da colecção e velho companheiro das lides jornalísticas, Mário Mesquita.

Lisboa, Janeiro de 2013

² Juntamente comigo, inscreveram-se, no Curso Doutoral em Sociologia, os jornalistas Adelino Gomes, Avelino Rodrigues, Diana Andringa, Dinis de Abreu e Orlando César.

³ As provas ocorreram no dia 12 de Novembro de 2010, perante um júri constituído pelos prof. doutores João Ferreira de Almeida (que presidiu), Alberto Arons de Carvalho, António Firmino da Costa, José Rebelo, Luís Moita e Manuel Pinto.

Introdução

Integrada em um subsector com características únicas, já que «microrrealidade» exageradamente *volátil*; bastante dominada por modelos «amadores e proteccionistas»; frequentemente enfeudada a uma região (o «engajamento panfletário» de que fala Carlos Correia) e tendendo a praticar um «jornalismo de reverência», a par do facto de ser lida ou folheada por cerca de metade da população portuguesa com mais de 15 anos e de beneficiar de uma forte valoração opinativa por parte dos públicos, a imprensa regional, que, em Portugal, é detida pela Igreja Católica, constitui caso raro, porventura mesmo irrepetível, no contexto europeu. E não apenas pelo número elevado de títulos, alguns deles envolvendo projectos editoriais concorrentes entre si no mesmo espaço geográfico e visando o mesmo público, mas ainda pelo facto de, por vezes, a sua audiência ombrear com a de os denominados media laicos.

De sublinhar ainda que, a par do «caso Renascença», da chamada «guerra das frequências» radiofónicas e da questão da TVI, essa mesma imprensa, designadamente aquando da reconfiguração do instituto do porte pago, esteve na origem de alguns dos mais importantes conflitos registados entre os poderes político e religioso depois da instituição da democracia. É que, além de persistir um pouco do ancestral conflito existente entre a hierarquia eclesiástica e a comunicação social, a ponto de haver quem considere que ambas parecem conversar em «idiomas diferentes» e sem «tradução simultânea suficiente»; independentemente do facto de a pastoral da comunicação continuar por vezes a ser olhada como um parente pobre da «família eclesial»; das dificuldades em bem aproveitar as capacidades da imprensa regional de inspiração cristã; e da ausência de estratégias, visando a cooperação, a promoção de complementaridades ou o estabelecimento de parcerias, incluindo eventuais fusões, a Igreja sabe que, quanto a si e para a transmissão alargada da sua mensagem jamais poderá abdicar dos «novos púlpitos». Como, aliás, o prova o facto de a área da comunicação ter sido, a par da denominada acção sociocaritativa, aquela em que, sobretudo a partir da última metade do século passado, a Igreja concentrou a maior quantidade e intensidade de acções.

Apesar de tudo isto, das significativas singularidades que a acompanham e do facto de continuar constituída em espaço regular de leitura por parte de alargadas fatias de público, sobretudo fora das grandes cidades, muito raramente, no entanto, a imprensa regional de inspiração cristã tem sido objecto de análise. Com a agravante de muitos dos estudos relativos aos media regionais se debruçarem predominantemente sobre questões de natureza económica e empresarial, quando o lucro dessa imprensa é prioritariamente doutrinário, mesmo que a sua viabilidade tenha de ser minimamente assegurada. Ou seja, independentemente da existência de um ou outro trabalho parcelar, ainda que porventura importante, continua sem se saber concretamente o que é, como funciona, quem faz e quem lê a imprensa regional, cujo capital social das empresas proprietárias é, directa ou indirectamente, detido pela Igreja Católica.

Não constituindo embora a resposta a todas as questões, até porque muitas, diversificadas e complexas, este trabalho, e, por maioria de razão, a tese de doutoramento atrás referida (*Da Imprensa Regional da Igreja Católica – para Uma Análise Sociológica*), que lhe serviu de base, pretende, no entanto, apontar caminhos e perspectivar horizontes. Os horizontes possíveis, atendendo, designadamente, à «tradicional discrição» com que, no dizer curioso de Fernando Correia, a Igreja costuma tratar as questões que são do seu foro interno; à «quase igual discrição» e cuidado com que os poderes têm por hábito referenciar tudo o que respeita ao mundo eclesial; e à limitação de alguns dos dados disponíveis, muitos dos quais continuam a escapar ao controlo central da própria Igreja – a começar pelo número real de títulos editados, sua tiragem e divulgação.

Para se atingir os objectivos propostos, ou seja, melhor conhecer a imprensa regional que, em Portugal, é propriedade da Igreja Católica, dividiu-se o trabalho em três capítulos a que foram dados, respectivamente, os títulos de «Do local e do global ou a inevitável complementaridade dos opostos», «Das origens à actualidade ou as inúmeras e variadas contradições de uma história» e «Das publicações da Igreja e da importância atribuída aos novos areópagos». Utilizaram-se, para o efeito, dados até agora praticamente desconhecidos do grande público, ao mesmo tempo que se revelam documentos nunca divulgados ou que só ocasionalmente mereceram breves referências por parte dos media.

Depois de estabelecida a distinção entre o que se deve entender por regional e local (questão que continua adiada, até mesmo em termos de definição legal), o primeiro capítulo debruça-se sobre temas que, comuns à generalidade da imprensa regional, estão presentes também nos jornais de inspiração cristã. Em análise, designadamente, a «estereotipização do produto informativo»; a consolidação da internet e a «convergência» progressivamente registada entre a informática, as telecomunicações e o audiovisual; os eventuais constrangimentos trazidos pela subsidiodependência e pelos compromissos que Neveu designa por «pactos de leitura»; e as consequências das fragilidades financeiras, empresariais, técnicas e humanas, a par da construção de um novo modelo económico para as

empresas jornalísticas, consequência da actual crise financeira, mas também da entrada no mundo dos media de empresários até há pouco alheios ao sector.

A merecer ainda referência, neste capítulo, o debruçar sobre as consequências do avanço da globalização mediática e os seus reflexos na desvalorização da diversidade (a «insolação mortal», na expressão de Baudrillard), sobretudo quando tendem a ignorar o princípio de que, apesar do universal ser indispensável à compreensão do particular, também este é necessário ao entendimento da universalidade.

No segundo capítulo, depois de se fazer uma breve história da imprensa regional/local portuguesa, a partir do momento em que se pode realmente falar da existência, entre nós, de um jornalismo *de proximidade* ou *de vizinhança*, no sentido que, hoje, é comumente dado ao termo (do primeiro quartel do século XIX aos tempos de mudança e aventura, na sequência do 25 de Abril de 1974), traça-se o perfil desses media, suas características comuns e seus constrangimentos peculiares. Em causa, concretamente, as características essenciais de um conjunto alargado de publicações (muitas das quais são propriedade da Igreja Católica ou a ela estão directamente ligadas) que, mercê da sua «territorialização», estão próximas dos públicos a que se destinam, dos agentes e das instituições sociais presentes em um determinado espaço. E cuja importância maior assenta na valoração da diversidade alternativa, afinal, sua verdadeira razão de ser.

O terceiro e último capítulo, que constitui a parte central deste trabalho, subdivide-se em três partes.

Na primeira («A Igreja e a sociedade de informação»), a par, designadamente, do modo de relacionamento da hierarquia com os media; das polémicas travadas em redor da prioridade a ser dada à utilização de meios próprios em detrimento dos não confessionais; e das dificuldades em superar vícios do passado, de que o semanário *Nova Terra* e a TVI constituíram apenas exemplos mais visíveis, em análise, a multiplicidade de títulos ligados à Igreja – das publicações directamente dependentes das estruturas diocesanas, às editadas por institutos religiosos, associações, instituições, obras e movimentos laicos. Com base em números divulgados pela Conferência Episcopal e estudos realizados por associações do sector e centros de estudos e sondagens de opinião pública, traça-se o perfil desta imprensa, designadamente o tipo das empresas proprietárias dos títulos, sua distribuição geográfica, periodicidade, tiragem média, direcção editorial e público leitor.

Depois de, na segunda parte («Em defesa dos novos púlpitos»), se referenciar a luta travada pela hierarquia eclesiástica em prol de meios de comunicação social próprios para a transmissão alargada da sua mensagem, a terceira parte («Os jornais e suas circunstâncias») debruça-se sobre a imprensa regional da Igreja. Em análise, concretamente, os semanários que constituem a principal fatia das publicações consideradas regionais (em oposição a locais), porque cobrindo, em termos noticiosos e de distribuição, toda uma diocese.

Tomando por base dados disponibilizados por instituições e organismos da Igreja, associações representativas do sector e centros universitários; estudos de mercado promovidos por empresas da especialidade; resultados de um conjunto de entrevistas com profissionais do sector e de um questionário auto-administrado junto dos responsáveis das publicações em análise, a par de uma *leitura* detalhada de edições coincidentes no tempo dos diferentes jornais, faz-se o *retrato* desta imprensa que, apesar de constituir, entre si, um leque desigual de realidades, tem, no entanto, características comuns e definidoras – umas já anteriormente conhecidas, outras que, apenas intuídas, são agora confirmadas, e outras ainda que, de todo ignoradas, constituem verdadeiras surpresas.

I
DO LOCAL E DO GLOBAL
ou a inevitável complementaridade dos opostos

Os jornalistas (...) podem transformar um problema local ou secundário em um problema nacional e prioritário.

RÉMY RIEFFEL

A nova sociedade de informação não é uma sociedade transnacional, mas antes, mais exactamente, uma sociedade simultaneamente «local» e «global».

MIGUEL DE MORAGAS SPÀ

Uma vez que já somos ambos resta saber o que seremos mais amanhã: se transnacionais, se subnacionais.

RÉGIS DEBRAY

1. Dos espaços e suas fronteiras

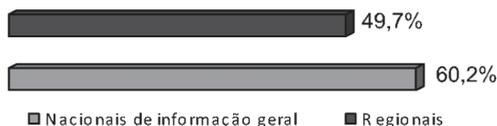
O que é, como funciona, quem faz e quem lê a imprensa regional, cujo capital social das empresas proprietárias dos títulos é detido pela Igreja Católica ou por instituições e organismos dela dependentes ou a ela ligados?

Apesar de ser maioritário o número de mensários publicados entre nós, a análise irá, no entanto, debruçar-se sobre os semanários, que, de acordo com dados da Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC, 2010), constituem importante fatia da totalidade dos jornais regionais (29 por cento) e, segundo o Bareme Imprensa Regional da Markttest (2009), detêm, em termos agregados, a periodicidade preferida por mais de metade dos leitores (52 por cento). A uma larga distância dos quinzenários e mensários que, no seu conjunto, apenas conseguem a preferência de cerca de 30 por cento.

Independentemente de haver quem classifique o seu modelo de «predominantemente amador e proteccionista» (Duarte, 2005: 187); do reconhecimento da existência de importantes limitações, tanto em termos de cobertura noticiosa como de distribuição; de uma composição empresarial frágil e, com frequência, enfeudada a interesses (locais e nacionais); e de, não poucas vezes, a grandiloquência do discurso contrastar com a pobreza da realidade (Mesquita, 1994: 389), o facto é que a imprensa regional/local continua a ser, no dizer de muitos, um dos raros espaços do exercício regular da leitura por parte de uma fatia importante dos públicos (Carlos Correia, 1998a: 165), especialmente os que habitam o interior do País.

Hábitos de leitura de jornais

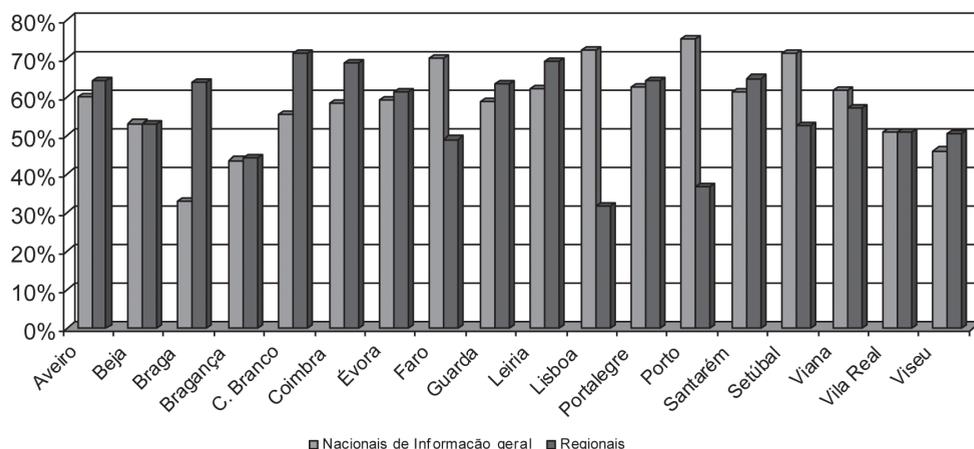
(Fonte: Markttest, 2009)



De sublinhar que, de acordo com aquele estudo da Marktest, onde, a par da quantificação de audiências, são avançados dados estatísticos de caracterização sociográfica, metade da população portuguesa com 15 anos ou mais tem por hábito «ler ou folhear pelo menos um jornal regional». Com a curiosidade de, em distritos, como Castelo Branco (71 por cento de leitores de regionais para 55 por cento de leitores de nacionais), Coimbra (69 para 58) ou Leiria (69 para 62), por questões eventualmente ligadas à qualidade técnico-profissional das publicações ou ainda pelo histórico e características de alguns dos títulos, conduzindo a uma maior identificação dos habitantes com as publicações *da terra*, essa penetração ser significativamente superior à dos jornais de informação geral que, maioritariamente editados em Lisboa, são geralmente classificados de nacionais.

Hábitos de leitura de jornais por distrito

(Fonte: Marktest, 2009)



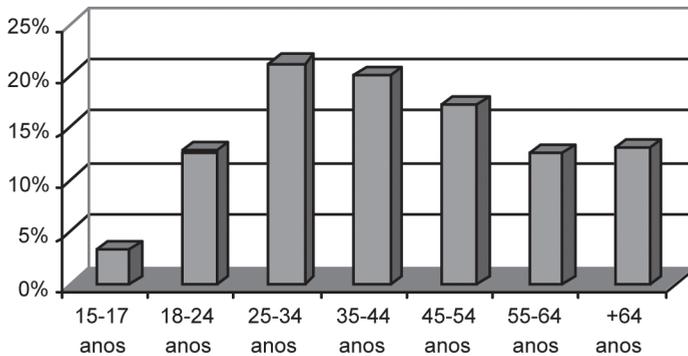
Ainda que, nos casos de Lisboa e Porto, se assista a uma acentuada diferença a favor dos generalistas nacionais (da ordem dos 38/40 pontos), o facto é que, em metade dos distritos, os inquiridos dão prioridade à leitura da imprensa regional, sendo que, em apenas quatro (além de Porto e Lisboa, também Faro e Bragança), esse índice se situa abaixo dos 50 por cento.

Estamos, no caso, perante dados que assumem importância ainda maior quando se constata, por exemplo, que a taxa de leitura desses jornais tem permanecido bastante estável ao longo dos últimos anos: entre um máximo de 54 por cento, em 2005, e um mínimo de 47, em 2007. Em 2003, ano em que a Marktest deu início à publicação do Bareme, essa percentagem foi de quase 51 por cento, tendo, em 2009 e 2010, ascendido a 50 e 52 por cento, respectivamente. Comparativamente, os jornais generalistas de âmbito nacional (excluem-se as revistas e as publicações especializadas) alcançaram, em 2009, um índice de leitura da ordem dos 60 por cento.

Simultaneamente ao incremento registado em relação ao número dos que declaram ler ou folhear regularmente jornais regionais, assiste-se, em contrapartida, a uma diminuição proporcional da quota dos que dizem não ter esse hábito. Com a curiosidade de muitos dos leitores (41 por cento) se concentrarem nas faixas etárias que oscilam entre os 25 e os 44 anos, o que, segundo a ERC, constitui um desafio à tradicional «imagem de um público da imprensa regional envelhecido». Quase 13 por cento têm entre os 18 e os 24 anos; 12, 5 entre os 55 e os 64 e, «embora não seja despreciando o peso dos leitores» com mais de 64 (13 por cento), há, no entanto, que atender ao facto de este ser também «o mais significativo grupo etário da população» (ERC, 2010: 232)⁴.

Leitores da imprensa regional/local por idade

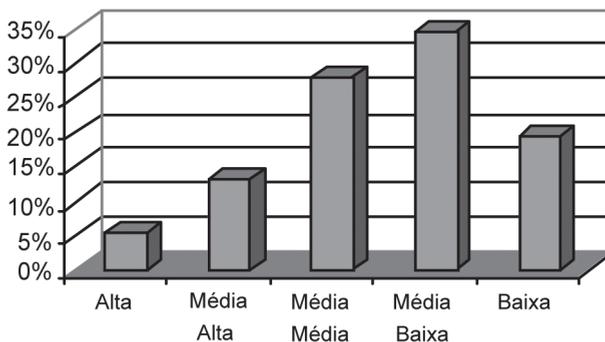
(Fonte: Marktest, 2009)



Quase metade dos leitores (47 por cento) são mulheres e um pouco mais de 46 por cento integram as classes tecnicamente denominadas por «alta», «média-alta» e «média-média».

Leitores da imprensa regional/local por classe social

(Fonte: Marktest, 2009)

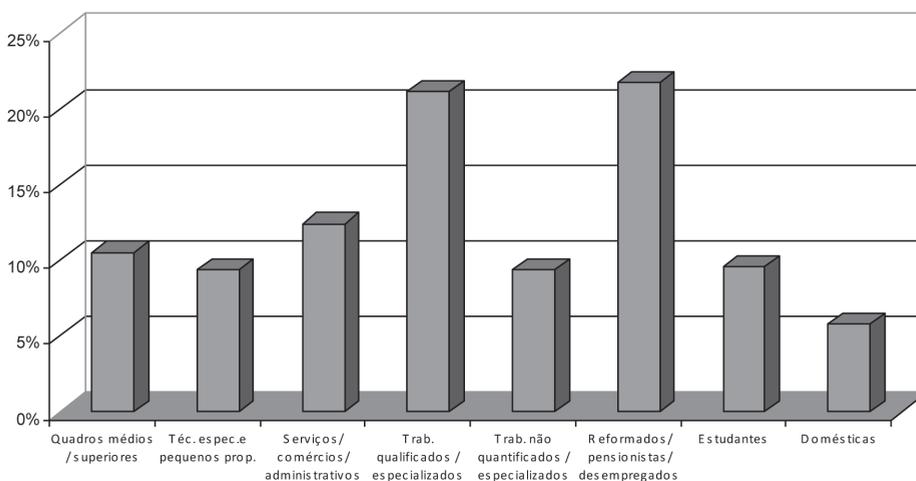


⁴ De acordo com o Instituto Nacional de Estatística (INE), em 2009, 19 por cento da população portuguesa, estimada em pouco mais de 10 500 000 pessoas, tinha 65 ou mais anos.

Os trabalhadores «qualificados/especializados» (21 por cento), juntamente com os «reformados, pensionistas e desempregados» (22 por cento), constituem, em termos de «ocupação/profissão», a principal fatia de leitores, somando, no conjunto, mais de 40 por cento. Seguem-se os trabalhadores de «serviços, comércio e administrativos», com 12 por cento, e os «quadros médios/superiores» e os «estudantes», com 10 cada. As «domésticas», com menos de seis por cento (bastante mais de metade declara não ler ou folhear qualquer jornal regional), ocupam o último lugar do espectro oposto.

Leitores da imprensa regional/local por ocupação/profissão

(Fonte: Marktest, 2009)



Estes dados confirmam, na prática, os resultados de um inquérito nacional realizado, em meados de 2000, pelo Instituto Português de Opinião de Mercado (IPOM, 2000b), segundo o qual, quase 60 por cento dos inquiridos diziam ter o hábito de «ler ou folhear jornais e revistas regionais», sendo que, por exemplo, nos distritos de Braga (67, 8) e Coimbra (66, 9), essa percentagem era mesmo superior a dois terços do total da população residente. Cerca de 70 por cento dessas publicações eram lidas ou folheadas em casa, no próprio dia da compra ou no dia em que eram recebidas pelo correio (54 por cento) e, habitualmente, por duas ou três pessoas (53 por cento), muitas das quais (76 por cento) costumavam igualmente «ler ou folhear» jornais e revistas nacionais. Um pouco mais de 90 por cento dos inquiridos consideravam «adequado» o valor da assinatura à qualidade do produto (Obercom, 2001: 205-208).

Apesar de tudo isto e da importância que, por razões porventura estratégicas (o «politicamente correcto»), lhe é regularmente atribuída, só esporádica e muito recentemente, no entanto, a informação regional/local tem sido constituída em objecto de análise. O que confere grande actualidade à afirmação de Pedro Sousa (2002: 3), quando, no início do século, considerava que, apesar de alguns

esforços levados a efeito, muitos dos dados disponíveis não ultrapassavam as «meras estimativas».

Tal facto, juntamente com a «volatilidade paisagística» registada no sector, constitui uma das razões para que essas publicações sejam frequentemente olhadas como uma espécie de subsector difícil de descrever (Sousa, 2002: 3). Mais ainda quando, como acontece entre nós, se está perante uma realidade que, pouco estável e dependente, é, simultaneamente, bastante extensa e diversificada.

As razões para um tal *alheamento* deverão, segundo alguns, buscar-se no facto de esses media se situarem numa área de cruzamento de variadas disciplinas e de diferentes saberes. Como defende Mabileau (1980: 5), enquanto, pela dimensão técnica, a informação regional diz respeito às ciências da informação e da comunicação, pelas suas funções, ela integra-se na sociedade local, caindo no domínio da «análise das ciências políticas e dos sociólogos, bem como na dos economistas e dos historiadores». Em causa, as dificuldades encontradas pela generalidade dos investigadores sociais sempre que são confrontados com objectos que «não podem circunscrever» sem sentirem a necessidade de «recorrer a outras ordens de conhecimento». Foi talvez por isso que se assistiu ao incremento do número de autores que, na esteira de Mabileau, passaram a optar pela abordagem do *local* como objecto científico. É o caso, por exemplo, de Alain Bourdin (2000), que, apesar de proclamar a dimensão pluridisciplinar desses estudos, continua, no entanto, a recusar a possibilidade de uma definição de local como «objecto autónomo».

São, porventura, factos como estes que, na opinião de Carlos Camponez (2002: 74), nos ajudam a entender algumas das razões que fazem com que o discurso relativo aos media regionais seja frequentemente dominado por uma «ausência de sistematização, de rigor» e até mesmo por «abordagens tão diversas quanto contraditórias».

Apesar de a situação não ser exclusiva de Portugal – de idêntico problema se queixam outros países, incluindo alguns daqueles onde existe já uma tradição neste tipo de estudos e os media regionais há muito assumiram importante dimensão, tanto a nível de dinâmica como de organização –, o facto é que várias das mudanças registadas no sector tornam cada vez mais problemática a abordagem do tema e, simultaneamente, mais necessário e urgente o seu tratamento, quanto mais não seja para evitar que uma mesma realidade seja *olhada* de modo desigual ou até mesmo contraditória. É que, enquanto uns colocam a imprensa regional no âmbito dos estudos da comunicação comunitária, há quem, como Isabelle Paillard (1993: 56-57) ou o próprio Observatório Foresseen⁵ (1997: 91-92), integre alguns desses

⁵ A título de exemplo, refira-se o facto de o Observatório Internacional das Tendências Sociológicas Foresseen – Cf. *Le retour des clans-après l'ère de l'individualisme*; Paris: Denöel, 1997 (pg.: 91-92) – integrar os diários regionais franceses na mesma tipologia comunicativa dos *newsmagazines*; das televisões TF1, France Télévision e M6 e das rádios RTL, Europe 1 e France Inter.

jornais no item que classificam de «modelo massificado de comunicação», ou seja, os media generalistas.

Este *alheamento* atinge ainda dimensão maior quando se toma como referência a *força* (talvez «mais pressuposta do que identificada») dos jornais que, entre nós, são pertença da Igreja Católica. É que às causas, muitas delas comuns à generalidade da imprensa regional/local, Fernando Correia acrescenta outras, como «a tradicional discrição» com que a Igreja trata publicamente questões referentes à sua vida interna; a «quase igual discrição e os cuidados» com que os poderes, incluindo o mediático, costumam referenciar tudo o que tem a ver com ela; e o facto de os estudos sobre os grupos de comunicação social visarem sobretudo questões de natureza económica e empresarial, com as quais alguns desses media parecem pouco preocupados. E ainda que a viabilidade económica dessas publicações precise de ser minimamente assegurada e, apesar de existirem empresas com uma posição «assumidamente *comercial* e não exclusivamente, ou mesmo principalmente *confessional*», o facto é que, no limite, o lucro por elas visado é sobretudo doutrinário (Correia, 1998: 94-95).

Aqui radicam, aliás, algumas das objecções, muitas delas surgidas no interior da própria Igreja, dos que, por exemplo, acusam a Rádio Renascença de, por vezes, ceder à tentação da lógica do mercado. Por razões idênticas, cuja justeza, aliás, o tempo rapidamente se encarregou de justificar, houve também quem, atempadamente, se tenha oposto ao projecto TVI, com base no argumento de que muitas das promessas feitas⁶ seriam de concretização impossível (*Idem*: 102).

Constrangimentos, engajamentos e rentabilidade

Além das causas elencadas, uma referência para a minimização que, pesem embora justificadas reticências, continua a ser feita em relação a um conjunto de órgãos de comunicação social que contem em si importantes capacidades (ainda não totalmente exploradas) para influir nas decisões de uma população e no

⁶ Porque, «para ser fiel à sua missão», a Igreja não poderia prescindir do novo espaço televisivo, onde se comprometia a assegurar um sinal de qualidade; oferecer um olhar diferente sobre o mundo; garantir uma programação respeitadora «dos valores éticos», sem concessões às audiências; fornecer «uma informação livre de influências de grupos económicos ou políticos»; e apresentar-se com independência perante as multinacionais que «tentam dominar a comunicação social à escala mundial» (da carta, datada de Março de 1990 e assinada por Magalhães Crespo, gerente da RR, em representação do grupo coordenador do projecto), a TVI iniciou as suas emissões em Fevereiro de 1993, quatro meses depois da SIC (Outubro de 1992). A Renascença, o Patriarcado, as misericórdias, a Universidade Católica, várias instituições religiosas e, com uma participação simbólica, os franceses da Information et Publicité (IP), ligados à RTL, e os espanhóis da Antena 3 foram os accionistas fundadores.

desenvolvimento de uma comunidade ou até mesmo de uma região. De sublinhar igualmente a importância dada, com frequência, à eficácia das mensagens e à extensão dos seus efeitos em detrimento da investigação sobre as instâncias últimas do poder mediático (Mattelart, 1997b: 85-90), como se o grau de autonomia de um profissional de informação não passasse também pelas estruturas empresariais.

Evitando embora cair na tentação redutora de se estabelecer uma relação causa-efeito, ter-se-á, no entanto, de admitir que conhecer os aspectos empresariais da indústria mediática e o seu modo de relacionamento com os produtores da informação ajuda a melhor entender o produto que chega ao consumidor, já que, para o bem e para o mal, o jornalista está sujeito a algumas «dependências e constrangimentos», consequência de uma «organização estruturada, com maior ou menor rigidez, em torno de uma hierarquia no topo do qual se encontra o proprietário» (Correia, 1998: 249).

Em simultâneo com os sinais de mudança ultimamente registados a nível de estrutura empresarial, de referenciar igualmente o fenómeno da concentração que, iniciado no final da década de 1980, se acentuou e «ganhou novos contornos», a partir dos últimos anos de 1990, com o advento da denominada nova economia, ligada à entrada no mundo dos media de empresas até então alheias ao sector; à «consolidação da internet» e à «progressiva convergência» registada entre as telecomunicações, a informática e o audiovisual (Correia, 2005: 8). E tudo isto para além do facto de a concentração poder, eventualmente e em um segundo momento, vir a ceder lugar à criação de grupos «desmassificados», mais pequenos e «focados geograficamente».

Mas se a penúltima década do século XX foi dominada por uma «preocupação obsessiva» pela rentabilidade, que, para o efeito, contou com o apoio (interessado) de instituições financeiras, os anos subsequentes pareceram antes marcados por formas mais subtis de actuação: no caso, o controlo de uma agenda que consegue colocar em evidência o tema (político, económico ou social) que mais convém a cada momento. Talvez tal facto ajude a melhor entender a aposta feita por alguns grupos numa área em que a justificação financeira para os investimentos não parece muito convincente, já que a rentabilidade é «francamente decepcionante», sobretudo se comparada com outros sectores (Nobre-Correia, 1996: 222).

Só que, agente ou vítima de eventuais fusões ou reagrupamentos, a comunicação social regional jamais poderá ignorar, até por razões económicas, o que é da sua essência: privilegiar uma área de difusão que, de acordo com Michel Mathien (1983: 35), deve permitir a *continuidade cultural* que constitui condição de identificação dos seus leitores a uma determinada comunidade. Além de que, espaço de potencial abertura ao mundo, esses media deverão constituir-se como «instância de reforço de identidade das comunidades» com que se relacionam, procurando, inclusive, funcionar como alternativa credível – a «racionalidade alternativa» – aos de âmbito nacional, que, frequentemente dominados pela massificação e pela cedência a lógicas mercantis (Carlos Correia, 1998a: 157), preferem a

presença regular dos «grupos dirigentes dos meios político, económico, cultural e futebolístico» à atenção pela vida quotidiana dos cidadãos que habitam o país real (Nobre-Correia, 2006: 8).

Tudo isto para além do «engajamento panfletário» a uma região (Carlos Correia, 1998a: 161); apesar do «jornalismo de reverência», em que, parafraseando o jornalista Serge Halimi, o «enfoque crítico» tende a ceder lugar à «aceitação acrítica» dos «valores embutidos» nos episódios gerados pelos poderosos (*apud* Chaparro, 2001: 39); e independentemente do facto de haver quem, a propósito da *identificação* do jornalismo regional com a comunidade local e *ignorando* o conceito segundo o qual a proximidade é a qualidade que estabelece «relações de interesse entre o conteúdo e a realidade presente das pessoas», fale em proximidade pensando em *promiscuidade* (um traço típico do jornalismo da era pré-industrial e que, «na significação mais amena, quer dizer mistura desordenada de interesses»), como consequência lógica de uma agenda informativa bastante dependente dos poderes político e económico e de uma relação *comprometedora* com as elites locais (Chaparro, 1998a: 33).

Estar-se-ia aqui numa situação idêntica à avançada por Rogério Santos, quando refere como exemplo o que ocorre na Assembleia da República, onde os jornalistas destacados (quase sempre os mesmos) para reportar os acontecimentos aí ocorridos convivem, boa parte do dia de quase todos os dias, com políticos, alguns deles grandemente preocupados em «liderarem a agenda de acontecimentos, as rotinas produtivas e os enquadramentos noticiosos» (Santos, 1997b: 53). Em causa, concretamente, a interacção registada num quadro que é simultaneamente «de confiança e de suspeita mútua», já que o jornalista, correndo embora o perigo de se transformar em uma espécie de «porta-voz oficial da fonte», tem igualmente presente algumas das vantagens desses *encontros*, designadamente a eventual obtenção de cachas e o carreamento de materiais que lhe possibilitam uma interpretação particular dos acontecimentos e uma «recontextualização original» (Mancini, 1993: 34-49), no fundo, questões de importância relevante num tempo em que o desenvolvimento de rotinas produtivas e a utilização de tecnologias similares propiciam idêntico tipo de cobertura por parte das diferentes organizações noticiosas.

Trata-se de um «modelo de jornalismo mais interpretativo e próximo do comentário do que da reportagem noticiosa», em que ambas as partes terão de saber «partilhar ganhos», buscando em permanência soluções para os problemas derivantes «da diversidade de objectivos dos agentes envolvidos» (Santos, 1997b: 55). Ou seja, constituindo embora a relação de proximidade uma das características diferenciadoras da informação regional/local e, porventura, a sua razão de ser, tal facto não pode, no entanto, permitir que o jornalista se transforme em *prisioneiro* das suas fontes. Como, por vezes, tende a acontecer, consequência das relações naturalmente estabelecidas entre a população de uma pequena cidade ou vila, onde quase todos se conhecem, fazendo com que se esteja perante uma pressão

«mais subtil», mas também, por isso mesmo, mais difícil de enfrentar (Guery, 1992: 51-54).

Neste contexto, parece pertinente a questão colocada por Paulo Serra, quando, perante a *aproximação* referenciada como um dos princípios fundamentais da denominada sociedade de comunicação (seja ela a mediática, a interpessoal ou a «mediada tecnologicamente»), em que «todas as distâncias – espaciais e simbólicas, individuais e culturais – tendem a ser reduzidas ou mesmo anuladas», alerta para o facto de o excesso de proximidade poder conduzir à ignorância do essencial, levar «ao esquecimento da mensagem em detrimento do mensageiro». Até porque a comunicação, qualquer que ela seja, exige, para que não se perca o essencial, «uma certa distância na proximidade e uma certa proximidade na distância» (Serra, 2006: 1-2).

De referir que aqui a *proximidade* não existe apenas em relação às fontes, mas também aos leitores que, encontrando-se nos mesmos cafés, frequentando os mesmos restaurantes, convivendo nos mesmos locais, abastecendo-se nos mesmos estabelecimentos comerciais, cruzando-se nas mesmas ruas e vivendo iguais ambiências, fazem com que os profissionais de informação dos periódicos *da terra* tenham «compromissos definidos» com uma população que os conhece tão bem quanto os temas, problemas e pessoas sobre os quais eles escrevem. Ou seja, e a modos de resumo, existe, na prática, «uma comunhão de saberes partilhados em grande parte pelos produtores das notícias e pelos seus públicos» (Carlos Correia, 1998a: 159).

Ainda que contribuindo, como alguns advogam, para uma maior contextualização e compreensão dos acontecimentos, ultrapassando mesmo as fronteiras do espaço mediatizado de que fala John B. Thompson (1995: 81-82), quando alerta para o facto de o desenvolvimento dos meios de comunicação social ter criado novas formas de relações sociais substancialmente diferentes «das relações de interacção face a face que prevalecem na história humana», a exagerada proximidade dos fautores da notícia com os seus destinatários (os leitores) pode, no entanto, conduzir ao desenvolvimento de um certo *caciquismo*.

Para que essa proximidade se constitua em uma mais-valia e, simultaneamente, funcione como «um dos seus mais poderosos elementos de descrição e de clarificação» (Carlos Correia, 1998a: 161), a imprensa regional/local terá de ser permanentemente repensada, tendo em atenção, designadamente, o facto de se dirigir a um leitor de «senso crítico muito mais aguçado», porque lendo informações e opiniões sobre uma realidade que «conhece e vivencia» (Chaparro, 1998a: 33). Concretamente, a alternativa à «virtualização dos públicos» do modo como vem sendo praticada (e cultivada) pela grande indústria jornalística, passa pela descoberta de elementos que permitam a sustentação de uma forma de «racionalidade nova» capaz de contemplar a «abertura à comunidade sem esquecer a insistência no espírito crítico e na ideia de cidadania». Só, de facto, valorizando o que realmente a diferencia, conseguirá superar alguns dos «componentes

anacrónicos» que teimam em sobreviver e, simultaneamente, criar oportunidades que, devidamente aproveitadas, serão «indutoras de formas de relação diferentes com os públicos» (Carlos Correia, 1998a: 161-162).

Sublinhe-se, a propósito, o facto de a questão ter sofrido algum incremento a partir dos anos 80 do século passado, não propriamente como consequência de um princípio formalmente assumido pelos agentes da imprensa regional (mesmo que o desejassem, rareavam-lhe condições técnicas, profissionais e financeiras), mas sobretudo na sequência do *boom* das rádios locais (ditas piratas até à sua legalização, a partir de Julho de 1988), em que o registo de interacção com os cidadãos, os princípios de proximidade e de retorno foram avançados (e explorados) como se, na prática, de uma imagem diferenciadora se tratasse.

Entre a proximidade e os «pactos de leitura»

Independentemente, no entanto, dessas razões, algumas das quais ditadas por estratégias ocasionais (as rádios locais pretendiam-se capazes de se constituírem em alternativa e complemento credíveis às de cobertura nacional, procurando justificar, assim, a sua legalização), o facto é que se começou a assistir à recuperação de um princípio minimizado por razões várias, designadamente a sobrevalorização da interacção mediatizada em detrimento da interacção face a face; a «desespacialização» do tempo (Carlos Correia, 1998a: 152); ou ainda a deterioração da partilha e da «comunhão de espaço» agravadas pelos avanços de uma tecnologia que, ao multiplicar quase indefinidamente as formas de comunicação, tem contribuído para a distanciação física das pessoas (Thompson, 1995: 81-82). É que, sempre que *copia* (o que acontece com alguma frequência), sempre que aceita ser uma emanção dos media nacionais, onde, mercê das razões referenciadas (e de outras), se assiste a uma «forte estereotipização do produto informativo», a imprensa regional tende a *ignorar* uma das suas características essenciais, isto é, a complementaridade entre «a interacção mediada», referida na tipologia de Thompson, e outras formas de interacção, designadamente a «interacção face-a-face e a quase interacção mediada» (Carlos Correia, 1998a: 158-160).

Em trabalho sobre o tema, Érik Neveu (2005: 42-43) evoca o testemunho de profissionais da imprensa regional francesa, todos eles unânimes na denúncia de alguns dos constrangimentos provocados por essa proximidade. «Há uma coisa que eu não posso fazer, é ir às compras ao supermercado», afirma o correspondente local do *Ouest-France*, a viver numa pequena cidade de 10 000 habitantes. E acrescenta, explicitando: «Não consigo estar sossegado sem que alguém me aborde para me falar de uma manifestação a noticiar ou para comentar um artigo.» Semelhante é a opinião do responsável pelo departamento de política do *Télégramme de Brest*, quando classifica o trabalho dos jornalistas regionais «um fundo de comércio», uma agenda de contactos com os diferentes interlocutores da vida local (sindicatos,

autarquias, agentes da autoridade, escolas, clubes, instituições, igrejas, etc.) e, simultaneamente, uma relação de confiança que, tecida com o tempo, pressupõe «honestidade nas relações e nada de traições», a par de uma boa dose de «prudência».

Ainda de acordo com outro testemunho – este de uma jornalista de *La Presse de la Manche* –, ao profissional de informação regional não lhe é permitido fazer «a política da terra queimada», nem pode «ir ter com as pessoas e depois fazer o que bem» lhe apetecer, porque, nesse caso, esses *tipos* jamais lhe voltarão a dar qualquer outra informação. E acrescenta: «Temos de ser um pouco mais comedidos (...). Não nos podemos permitir fazer comentários. De facto, nós relatamos (...). Temos forçosamente um jornal mais consensual. Temos taxas de penetração que são muito fortes na nossa zona, e é uma zona pequena. Se não mantivermos essa taxa de penetração, morremos» (Neveu, 2005: 42-43).

A modos de conclusão, aquele professor de ciência política sublinha o facto de a ideia de proximidade remeter quase inevitavelmente para o chamado *pacto de leitura*, que, «sempre implícito neste tipo de imprensa», a começar pelos títulos dos jornais (a referência à terra ou região que, afinal, *justificam* a sua existência), conduz à selecção das personagens e dos acontecimentos «que valorizam um *nós* territorial». O mesmo se diz em relação à importância dada às conquistas locais ou à vida associativa, a par de uma «extrema prudência» na cobertura de acontecimentos que possam gerar conflitos entre agentes locais, em simultâneo com a «quase inexistência de furos jornalísticos acerca de *casos* que ponham em causa os poderes locais» (Neveu, 2005: 40).

Aliando a experiência de jornalista na imprensa regional à formação em Sociologia, Ricardo Carvalho (1996: 2) refere a existência de nítidas dificuldades por parte da generalidade dos media locais sempre que são confrontados com a necessidade de assumir o papel de afrontar o poder (os poderes). «Primeiro, porque ainda predomina uma tradição respeitosa ou mesmo veneradora do poder, há dificuldade em passar da crítica de café para a crítica objectiva e fundamentada, que pressupõe o chamado jornalismo de investigação. Segundo, porque os media estão na mão de gente ou instituições conservadoras ou ligados a interesses que se cruzam com o meio político. Terceiro, porque boa parte dos media são empresas frágeis com jornalistas em situação de precariedade laboral e salarial, com alguma in experiência e lacunas na qualificação.»

Sendo certo, embora, que se assiste a uma evolução bastante positiva no referente à qualificação profissional, o mesmo, no entanto, não se poderá dizer em relação a muitos outros domínios. É o caso, por exemplo, da falta de estabilidade que, ao limitar a acção dos jornalistas e ao torná-los «vulneráveis aos aliciamentos do poder», está a dar um «passo decisivo» para a «auto-inibição» desses profissionais (Carvalho, 1996: 2).

Partindo do princípio, hoje comumente aceite, segundo o qual a actualidade constitui um dos conceitos-chave do jornalismo (o outro é o acontecimento), ou seja, os media constroem a história a partir do acontecimento, mas sem

ignorarém que é a actualidade que «dá coerência e razão de ser a uma série de factos diferentes que acontecem em várias partes do mundo com distintos protagonistas» (Fontcuberta, 1999: 19), Carlos Chaparro considera que o jornalismo «relata, comenta e desvenda a actualidade», constituída, na prática, por acontecimentos que «desorganizam, reorganizam ou dão novos sentimentos à vida das pessoas». Só que, ao fazê-lo, a chamada grande imprensa coloca-se num local de observação donde não consegue alcançar a dinâmica da vida na «base geográfica» onde ocorrem os verdadeiros «conflitos da subsistência humana», isto é, olha «para cima, e por cima, numa abstracta perspectiva nacional» ou, até mesmo, «pretensamente universal» (Chaparro, 1999a: 33).

Uma tal leitura, embora importante, já que é no topo da pirâmide que se decidem «as grandes questões da colectividade maior», leva, contudo, a que, com frequência, os agentes desse jornalismo não encontrem disponibilidade nem tempo – atitude que justificam com a falta de vocação – para «descer à planície da realidade humana, no espaço concreto, organizado, onde as pessoas vivem ou pela vida lutam». Neste contexto, escreve aquele jornalista português e antigo professor da Universidade de São Paulo (Brasil), resta a alternativa do jornalismo regional, que terá, no entanto, de resistir à «tentação fácil» de reproduzir o modelo dos media nacionais («nas regiões também existem os topos») e de quebrar a dicotomia de poder (situação/oposição), introduzindo, «na perspectiva e na estratégia narrativa, a variável humana» capaz de garantir a «expressão socializante aos factos e feitos dos protagonistas locais, para que a bom termo cheguem os conflitos que produzem ou em que se envolvem na luta por viver e fazer história» (*Idem, ibidem*).

Tal facto jamais poderá significar, no entanto, a defesa da adopção de princípios, segundo os quais o jornalismo regional deve desprezar as elites («não tem como nem porquê fugir delas, até porque as integra»), nem tão-pouco se propõe que rejeite os discursos institucionais ou institucionalizados (são eles que «dão representatividade e eficácia às acções humanas»), mas tão-somente que «seja pensado e feito na planície, olhando a vida e a história que as pessoas produzem no seu próprio espaço». Dito por outras palavras, «um jornal regional serve para a tarefa tão simples e tão complicada de, nos limites e na complexidade da sua abrangência geográfico-cultural, socializar ideias e acções humanas que por causa da vida fazem história e por causa da história fazem vida» (*Idem, ibidem*).

A estas questões, algumas das quais, apesar de atempadamente detectadas, permanecem intocadas, haverá que juntar o facto de Portugal constituir um caso à parte no contexto europeu, já que, em relação à imprensa de âmbito regional e local, muitos desses media estão dependentes da Igreja Católica ou, pelo menos, a ela directamente ligados, através das suas organizações ou organismos (Correia, 1998: 94, e Cádima, 1999: 17).

Ainda que os dados officiosos referenciem a existência de cerca de 600 títulos no impropriamente denominado *grupo Igreja*, é bem provável, no entanto, que continue actual a afirmação de Fernando Correia (1998: 97), segundo a qual,

estes números apenas pecam por defeito. É que, juntamente com o facto de boa parte das publicações pertencentes a institutos, associações e congregações não estar incluída naquele total, existe ainda um número relativamente significativo de outras que escapam ao recenseamento central da própria Igreja. Falando por ocasião do III Congresso Internacional do Jornalismo em Língua Portuguesa (Abril de 1997), o então presidente da Comissão Episcopal das Comunicações Sociais e arcebispo de Évora, D. Maurílio Gouveia, referenciava a existência de 1438 publicações que, propriedade da Igreja ou de organismos a ela ligada (a chamada imprensa de inspiração cristã), chegavam regularmente, segundo ele, a alguns milhões de leitores.

A discrepância constatada em relação a estes dados terá por certo a ver com o facto de essa listagem algo abrangente incluir semanários diocesanos, jornais e revistas de associações, movimentos laicos, congregações religiosas, institutos, etc. (com tiragens, em alguns casos, similares às das publicações laicas), boletins paroquiais de periodicidade irregular e poucas centenas de cópias por edição e, talvez ainda, jornais como aquele que, no dizer curioso do seu director, é a publicação «mais católica de Portugal», porque «só sai quando Deus o quer»⁷.

O que deve ser entendido por regional e local

Ao contrário do registado na maioria dos países europeus, não existe, entre nós, nem mesmo em termos legais, uma distinção entre o que deve ser entendido por imprensa *regional* e *local*. A começar pela Lei de Imprensa (Lei n.º 2/99, de 13 de Janeiro, rectificada pela Declaração n.º 9/99, de 4 de Março, e alterada pela Lei n.º 18/03, de 11 de Junho), que se limita a definir como regionais as publicações que, «pelo seu conteúdo e distribuição, se destinam predominantemente às comunidades regionais e locais». O mesmo (ou quase) se poderá dizer em relação ao Estatuto do Jornalista (Lei n.º 1/99, de 13 de Janeiro), que apenas indirectamente regista uma (muito limitada) distinção entre ambos os termos. Acontece no número 3 do artigo 10.º, onde se determina que, para fins de cobertura jornalística nos espectáculos com entradas pagas, quando são insuficientes os locais destinados à comunicação social, deve ser «dada prioridade» aos media nacionais e aos «de âmbito local do concelho onde se realiza o evento».

Situação idêntica se regista a propósito da regulamentação sobre a atribuição do cartão de jornalista aos profissionais da imprensa regional (Despacho n.º 75/93, de 10 de Maio), que não estabelece qualquer distinção entre regional e local,

⁷ O jornal em causa é o *Notícias do Barroso*, cujo director, padre António Fontes, é o principal dinamizador do Congresso de Medicina Popular, realizado em Vilar de Perdizes.

ou ainda em relação ao Estatuto da Imprensa Regional (Decreto-Lei n.º 106/88, de 31 de Março) que, publicado com o objectivo de caracterizar esses mesmos media e definir as formas de apoio a prestar às empresas e aos jornalistas que os integram, *confundem* comunidades regionais com comunidades locais e jornais regionais com jornais locais.

Além de não estabelecer qualquer distinção, aquele texto legal vai mesmo ao ponto de equiparar ambos os termos, quando considera, por exemplo, que integram a imprensa regional todas as publicações periódicas de informação geral que, conformes à Lei de Imprensa, «se destinam predominantemente às respectivas comunidades regionais e locais» ou quando determina que constituem «funções específicas» da imprensa regional «promover a informação respeitante às diversas regiões» e «assegurar às comunidades regionais e locais» o fácil acesso à informação.

Por outro lado, ainda que, no preâmbulo, o documento regulador do sistema de incentivos do Estado à comunicação social (Decreto-Lei n.º 7/05, de 6 de Janeiro) pareça desperto para a importância de se proceder a uma reclassificação da tipologia predefinida na Lei de Imprensa, na prática, no entanto, quase nada adianta sobre o que realmente deve ser entendido por media regionais e locais.

A única distinção apenas se regista no artigo 5.º, onde, a propósito do apoio ao desenvolvimento e consolidação das empresas jornalísticas e de radiodifusão de âmbito regional e local, se diz que, para o efeito, são consideradas regionais todas as publicações que, não sendo de âmbito nacional, estão sediadas em regiões classificadas como zonas de modulação regional «de prioridade máxima» e «de prioridade intermédia», de acordo com o PRIME, e preenchem dois de três requisitos: o mínimo de cinco mil exemplares de tiragem, distribuição superior a 40 por cento fora do município onde se localiza a redacção e conteúdos jornalísticos que, de acordo com o estatuto editorial, estejam «vacionados para outros municípios além daquele onde está sediado». Se a sede for numa região classificada como «zona de modulação regional sem prioridade», para ter acesso àqueles incentivos a publicação terá de responder cumulativamente aos três requisitos. Em contrapartida e avançando apenas com uma definição pela negativa, no caso, por exclusão de partes, aquele diploma considera local toda a publicação que, não sendo de âmbito nacional, não preenche a globalidade dos critérios atrás enunciados.⁸

Perante estas indefinições e diante das dificuldades de delimitação dos conceitos, resta-nos, talvez, a componente geográfica, na dimensão que lhe é atribuída por Camponez, quando considera que a imprensa local se constrói no «compromisso com a região e com as pessoas que a habitam», já que é nesse compromisso que,

⁸ Indefinição idêntica se regista no articulado do Decreto-Lei n.º 98/07, de 2 de Abril, relativo ao incentivo à leitura e ao acesso à informação por parte dos potenciais consumidores de publicações periódicas de informação geral de âmbito regional.

juntamente com o processo editorial, «frutifica ou fracassa, se diversifica ou homogeniza a comunicação». Aliás, esses media distinguem-se dos ditos nacionais pela sua «forte *territorialização*, a territorialização dos seus públicos, a proximidade face aos agentes e às instituições sociais que dominam esse espaço e o conhecimento dos seus leitores e das temáticas correntes na opinião pública local» (Camponez, 2002: 19 e 103).

Como escreve Jorge Sousa (2002: 4), a territorialização constitui um conceito essencial à explicitação dessa comunicação social que, além de recusar liminarmente «as comunidades fisicamente desterritorializadas», tem sempre «por *referente* um território, um espaço físico, uma área geográfica», vinculando-se aí, e então, «à realidade regional e local, à vida comercial dessa comunidade, à dinamização sociocultural comunitária» e ainda, segundo López Garcia (1995: 15), tentando sempre responder à necessidade de reafirmação de uma «personalidade própria» em relação a outros povos.

Assim, poderá dizer-se que se entende por comunicação regional/local aquela que é concretizada «através de meios de comunicação que lhe são próximos», no interior de uma comunidade habitada por «pessoas em interacção próxima, aglutinadas em grupos familiares que partilham valores, modos de vida, interesses e língua comuns», ou seja, que têm uma «cultura comum» e «raízes na mesma terra», que são vizinhos. Mesmo quando, por razões de migração ou emigração, desse território se afastam fisicamente (Sousa, 2002: 4).

Estamos, pois, perante diferentes conceitos, ainda que todos tenham por denominador comum a ideia de proximidade. São eles a *comunidade*, cuja referente «é a terra, o território, mesmo quando as pessoas dela se afastam fisicamente»; a *vizinhança*, em que a proximidade constitui a sua «noção-chave»; e, ainda, a não menos importante ideia de que a comunicação social regional se aprofunda «através de meios de comunicação que são *próximos das pessoas*» que os consomem (*Idem*: 5). Em causa, o chamado jornalismo *de proximidade*, que alguns preferem chamar *de vizinhança*, com base no argumento de que a comunicação é estabelecida numa «comunidade de vizinhos», através da utilização de meios que lhe são próximos. A tal ponto que, migrantes ou emigrantes, quando as pessoas decidem ou são levadas a afastar-se desse território, frequentemente esses periódicos continuam a *marcar presença*, constituindo-se mesmo como um dos raros elos de ligação dessas gentes à sua terra de origem.

Insistindo embora na geografia como factor determinante em relação ao que realmente deve ser entendido como local (é na geografia que se regista «a particularidade mais acentuada»), López Garcia (1995: 12-13) considera, no entanto, que, por si só, ela não é suficiente, já que, para o efeito, terá de ser cruzada com o social. E tudo porque, segundo ele, o leitor da imprensa regional é muito mais interpelado como cidadão do que propriamente como consumidor.

Autores como Pissarra Esteves (1990: 4) avançam ainda mais, ao defenderem que cabe a esses media a insubstituível tarefa de promover o envolvimento do

cidadão nos processos de decisão «através de um incentivo do conhecimento, discussão, diálogo e defesa dos pontos de vista das populações; o fomento de um poder de autogestão responsável; e a defesa de um desenvolvimento equilibrado das diferentes regiões».

A ausência de uma definição universalmente aceite assume importância ainda maior perante o facto de, exceptuando os Açores e Madeira, o território português não se encontrar dividido em regiões. De facto, apesar de constitucionalmente estabelecida (artigo 255.º da Constituição), a sua instituição, após a revisão de 1997, passou a ficar dependente já não do «referendo orgânico indirecto», no âmbito das assembleias municipais, mas de um «referendo popular directo» (Magalhães, 1999: 134), de resultados sempre imprevisíveis. Como, aliás, se registou na consulta pública realizada no dia 8 de Novembro de 1998, em que 64 por cento dos portugueses que foram às urnas votaram «não» e apenas 37 por cento optaram pelo «sim»⁹.

Independentemente das razões políticas que, eventualmente, possam ter contribuído para a recusa da concretização do ditame constitucional, por parte dos participantes nesse acto eleitoral, haverá que sublinhar, no entanto, o facto de não serem relevantes as diferenças registadas no conjunto do território nacional. Tanto em relação à «evidente continuidade, ainda que por vezes intermitente, quer na orla marítima, quer na faixa interior», como ainda a nível da existência de uma unidade linguística (os dialectos, como o mirandês ou o barroquenho, além de territorialmente circunscritos, são apenas e esporadicamente utilizados por um número muito restrito de pessoas), religiosa, cultural e política, que, consequência do «dado histórico fixo» referido por Guilherme d'Oliveira Martins, constitui a antiguidade de Portugal como estado-nação. Ou seja, apesar de o povo português ser o resultado de «uma complexa fusão de múltiplas etnias originais que constituem um curioso *melting-pot*», o facto é que, na prática, não existem «grupos étnicos consistentes em zonas de áreas definidas» (Martins, 1991: 116).

A (inevitável) opção pela divisão distrital

Perante estas indefinições, torna-se, pois, necessário dizer o que aqui se entende por jornal *regional* (em contraponto com os *nacionais e locais*), tanto em termos de *cobertura* informativa, como em relação às audiências e áreas de distribuição.

⁹ Dos 8 612 997 portugueses então registados nos cadernos eleitorais, apenas votaram 48 por cento. Assim, e apesar da diferença percentual de 27 pontos (63, 5 por cento para 36, 5) a favor do «não», o referendo não teve carácter vinculativo, já que, como determina o artigo 115.º da Constituição, é necessário, para tal, que o número de votantes seja «superior a metade dos eleitores inscritos no recenseamento». Razões políticas levaram, no entanto, a que o «não» tenha sido considerado vinculativo.

Optar-se-á, no caso, pela divisão por distritos, pese embora a sua origem um pouco acidentada, já que, como escreve Joaquim Thomaz Lobo d'Ávila (1874: 87-88), em curioso texto datado da segunda metade do século XIX, eles terão nascido de estratégias e «conveniências puramente administrativas»¹⁰; independentemente do carácter «relativamente artificial» da sua concretização; e apesar do descrédito em que, no dizer de alguns, eles têm vindo a cair (Sá, 1989: 65 e 21). Além de que não parece encontrarem-se nessa divisão algumas das características apontadas pelos especialistas em relação ao que consideram ser as diferentes (e marcantes) expressões do regionalismo: nem a *institucional*, caracterizada pela descentralização administrativa ou política, consoante o estado é unitário ou federal; nem a *funcional*, ou seja, aquela em que as regiões, expurgado o «conteúdo histórico ou institucional», têm por objectivos principais a planificação económica, o ordenamento do território, o estudo, a informação ou a coordenação de certos «interesses localizados» do estado; nem a *instrumental*, em que, segundo Palazzoli, se pretende «a realização de um certo número de objectivos concretos» (*apud* Thines e Lempereur, 1984: 792-793).

O mesmo se poderá afirmar em relação ao regionalismo *político*, definido por Palazzoli, como uma «região-comunidade», em que, para se conseguir obter a sua participação nos «processos de decisão», lhe é concedida uma certa autonomia; em relação ao regionalismo *étnico*, um «regionalismo retrospectivo» que, na opinião de G. Héraud, propõe uma divisão por «zonas linguísticas» ou toma por referente as diferentes subculturas; e ainda em relação ao regionalismo *doutrinal*, que, tendendo a ser, segundo Brun, a consequência de «uma unidade histórica e geográfica», é sempre, contudo, «um centro administrativo e uma zona de interesses económicos comuns», beneficiando de poderes «estritamente definidos no quadro de uma organização politicamente centralizada, una e indivisível» (*apud* Thines e Lempereur, 1984: 792-793).

Aos distritos, de facto, pouco mais resta (e, mesmo assim, parcelarmente) do que a identificação com algumas das linhas gerais do regionalismo *instrumental*, em que, ainda de acordo com Palazzoli, as regiões constituem o meio para se conseguir a realização de um determinado número de «objectivos concretos» (*Idem*, 1984: 792).

Apesar da justeza da generalidade das reservas, a opção impõe-se, até porque não parecem restar alternativas credíveis, sobretudo quando se constata que, como escreve Vital Moreira, não deve haver um país «tão caótico na sua divisão

¹⁰ Escreve Joaquim Thomaz Lobo d'Ávila (1874: 87-88): «A família, esse fundamento da sociedade civil, brotou, espontânea, da natureza humana; a municipalidade, essa base da sociedade política, formou-se pela comunidade de interesses e necessidade de relações entre as famílias; a freguesia originou-se no facto de os vizinhos professarem a mesma religião e professarem culto à divindade no mesmo templo; a ideia dos distritos nasceu de conveniências puramente administrativas.»

territorial como Portugal». Além de que, acrescenta aquele constitucionalista, independentemente do facto de a extinção dos distritos ter sido já aprovada por unanimidade na Assembleia da República, a sua concretização parece, no entanto, bastante distante, até porque o texto constitucional faz depender a decisão da criação (regularmente adiada) de regiões administrativas. E ainda que as cinco regiões-plano (Norte, Centro, Lisboa e Vale do Tejo, Alentejo e Algarve) se tenham assumido como «uma incontornável referência geográfica da administração regional do Estado», a ponto de terem sido adoptadas como base territorial das estatísticas regionais da União Europeia (o denominado NUT II), elas foram, no entanto, apenas criadas para efeitos de «planeamento e desenvolvimento regional» (questões meramente técnicas), nada tendo a ver com o projecto das regiões administrativas constitucionalmente previsto (Moreira, 2005: 10). Refira-se, a propósito, que a continuidade dos distritos está constitucionalmente garantida, pelo menos até ao momento em que as regiões venham a ser instituídas.

A estas razões, outras se poderão acrescentar, como a existência de inúmeros estudos, mormente académicos, que recorrem a essa divisão, com o inquestionável argumento de que não existe outra base de trabalho; o facto de os distritos administrativos constituírem «a base dos círculos eleitorais e da organização territorial dos partidos» (Moreira, 2005: 10); e, ainda, porque o distrito tem já uma história secular: remonta aos anos de 1827-1828, quando as Cortes fizeram aprovar um projecto de divisão do país em sete províncias e 17 comarcas, sendo estas, independentemente dos nomes então assumidos, por razões históricas e geográficas, territorialmente idênticas ao que vieram a ser os distritos. E, apesar da dissolução das Cortes, na sequência da ditadura instaurada por D. Miguel, o facto é que a ideia de distrito tem vindo a ser ciclicamente recuperada.

Acrescente-se ainda, nesta contextualização histórica, a lei de 25 de Abril de 1835, em que, na sequência da abolição das províncias e comarcas, são criados os distritos, que, fruto de um compromisso entre os que pretendiam acabar com as províncias e manter as comarcas e os que, ao contrário, advogavam o fim destas e a manutenção daquelas (Caetano, 1972: 357, e Amaral, 1987: 528), haverão de subsistir, ora como «meras circunscrições administrativas», ora como autarquias «pouco importantes» (porque quase destituídas de poder), ora ainda «em formas promíscuas de administração», cuja natureza tem vindo a ser regularmente debatida entre juristas e administrativistas (Sá, 1989: 67). Assim aconteceu igualmente com a comissão nomeada por Braancamp, que, em 1863, propôs a criação de apenas 10 distritos; por ocasião da promulgação do Código de Martens Ferrão (1867), que reduziu a 11 o seu número; ou na vigência da Primeira República (1913), quando os seus dirigentes, confrontados com o facto de os distritos estarem a viver «num estado de quase completa letargia» (Santos, 1985: 112), fizeram aprovar uma lei com o objectivo de lhe restituir a sua dimensão autárquica.

Simultaneamente às províncias, que, apesar do «sufrágio corporativo», haverão de reivindicar a sua natureza autárquica, a Constituição de 1933

consagrou a existência de distritos, ainda que limitados a meras circunscrições administrativas. Os seus poderes virão, no entanto, a ser um pouco alargados, com a revisão constitucional de 1959, quando a Câmara Corporativa, depois de determinar a extinção das províncias, transferiu para os distritos as suas limitadas atribuições.

De sublinhar, como curiosidade, o facto de a última divisão territorial, legada pela antiga monarquia à Revolução de 1820, registar, a par de sete províncias ou governos militares e de 4046 freguesias, 44 comarcas, 785 concelhos e 21 provedorias ou delegacias, a existência de 17 dioceses. Tratava-se de uma divisão «promiscuamente judicial e administrativa», já que as duas jurisdições «se achavam confundidas» (Ávila, 1874: 89), além de se estar igualmente perante uma jurisdição «promiscuamente eclesiástica e civil», porque, também então (e assim hão-de permanecer até à Primeira República), essas «jurisdições» andavam confundidas (Sá, 1987: 66).

A instância do poder e a organização territorial

Sem contestar muitas das restrições atrás referidas e mesmo aceitando o princípio de que a divisão por distritos está longe de constituir a solução, a quase identificação territorial registada entre distrito e diocese pode, no entanto, ajudar a minimizar a dimensão do problema. Como adverte o teólogo dominicano Luís França, se o apego à região natural constitui um dos traços mais profundos da identidade cultural dos povos, também não é menos verdade que a segunda «vereda fundamental na organização do território» se situa no mundo das religiões. Ou, dito por outras palavras, a forma de organização do espaço religioso mostra muito do «modo como determinada população ou sociedade apreende as suas relações num dado território» (França, 1984: 83-84).

Aceites estes princípios, poderá, pois, concluir-se que, ao assumir-se como instância de poder, a Igreja Católica impôs a sua organização territorial à civilização cristã nascente, deixando no território marcas que necessariamente se repercutem na «realidade intersubjectiva transportada por uma dada comunidade» (*Idem, ibidem*), constituindo, no caso, uma das características consideradas essenciais à definição de região. Deixando de lado a eventual origem religiosa na organização desses espaços, Moisés Espírito Santo (1984: 95) vai mesmo mais longe, ao apontar o distrito como a única parcela territorial que pode oferecer uma integração regional: e não apenas pelo facto de existirem hábitos «fortemente enraizados» no espaço distrital, mas ainda porque, salvo ocasionais excepções, o distrito constituir «uma *região* coerente à medida do nosso território».

Com base no conjunto destes dados, entender-se-á, pois, como *regional* toda a publicação periódica de informação geral, que, conforme à Lei de Imprensa, dedique, «de forma regular, mais de metade da sua superfície redactorial a factos

ou assuntos de ordem cultural, social, religiosa, económica e política» respeitantes à comunidade ou comunidades a que se destina; não esteja dependente, «directamente ou por interposta pessoa, de qualquer poder político, inclusive o autárquico» (do Estatuto da Imprensa Regional); e atinja, no mínimo, a dimensão de um distrito, tanto em termos de *cobertura* informativa, como ainda de *distribuição* e *audiência*. Excluem-se aqui as publicações *doutrinárias*, sejam elas de índole político-partidária ou religiosa.

Em relação à imprensa propriedade da Igreja Católica ou a ela directamente ligada, ter-se-á em atenção a generalidade dos princípios atrás enunciados, tomando, no entanto, como referência as dioceses, que, salvo uma ou outra excepção, têm denominação igual à dos distritos, sendo mesmo que, em casos como Bragança, Faro, Viana do Castelo e Vila Real, coincidem nas próprias fronteiras territoriais. De facto, além de Lamego, que, não sendo distrito, é, contudo, diocese; da junção da quase totalidade dos territórios dos distritos de Portalegre e Castelo Branco numa única diocese; e do facto de as fronteiras do distrito de Faro coincidirem com as da diocese do Algarve (uma mera questão de denominação), de referir, entre as excepções, apenas Bragança-Miranda e Leiria-Fátima: no primeiro caso, por razões históricas, já que a diocese esteve sediada em Miranda do Douro, desde a sua criação, em 1545, até 1780, quando o bispado foi agrupado à, então (1764), recém-constituída diocese de Bragança; no segundo (Leiria-Fátima), pela importância assumida por Fátima, constituindo, hoje, independentemente das eventuais reservas que lhe são assacadas, uma «referência incontornável para o catolicismo em geral» (Fontes, 2002: 158 e 238).

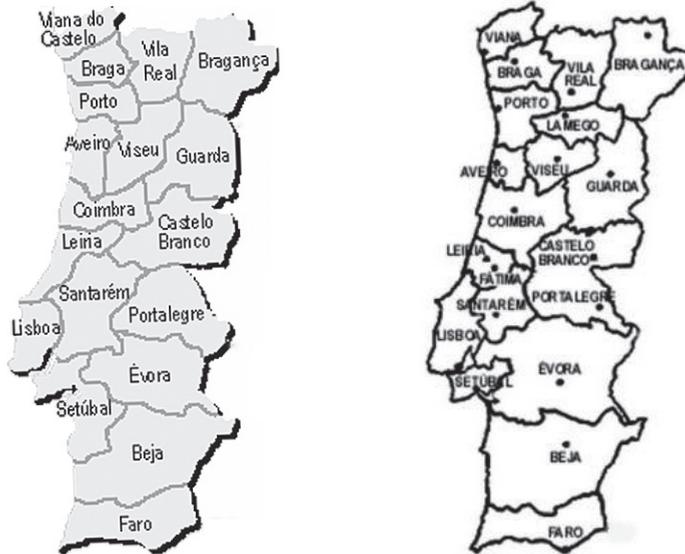
De sublinhar ainda o facto de o termo diocese ter passado a integrar desde muito cedo a nomenclatura eclesiástica, com o significado de igreja confiada a um bispo (10 das dioceses existentes no território continental português foram instituídas no século VI, ou seja, muito antes da nacionalidade), ainda que, como sublinha o padre Miguel de Oliveira (1950: 10-11), tal designação tenha coincidido durante largo tempo com a de *paróquia*, para, assim, se evitarem eventuais confusões com a administração civil.

Definindo a diocese como uma unidade territorial de dimensão idêntica ao distrito civil, ainda que nem sempre coincidindo com ele, Baptista de Aldeia (1979: 52) cita um documento aprovado pelo Vaticano II (o decreto *Christus Dominus*), onde se diz que, ao determinar um território diocesano, a Igreja deve fazer coincidir, sempre que possível, os «agrupamentos demográficos» do povo em causa com os «ofícios» e limites das «circunscrições civis», as «instituições sociais que formam a sua própria estrutura orgânica» e as «condições específicas das pessoas e dos lugares» (Vaticano II, 1972b: 295). Ou seja, na generalidade, as dioceses são integradas por populações constitutivas de comunidades que têm bastante de comum entre si, tanto em termos geográficos e históricos, como económicos, psicológicos e sociológicos. Aliás, como defende José Mattoso (1993: 290), evocando estudos posteriores a 1950, o facto de a estabilidade desses territórios se ter assim mantido

ao longo de séculos constitui um claro «sinal de que tais divisões correspondiam aproximadamente a regiões geográficas *naturais*».

Distritos e dioceses de Portugal Continental

(Fonte: Agência Ecclesia)



Independentemente das dificuldades decorrentes da «fractura» registada em governos diocesanos depois da guerra civil (1832-34), provocada pela «desautorização e exílio dos bispos» nomeados pelo Governo de D. Miguel; da alargada vacância de algumas dioceses, na sequência da assinatura concordatária, em 1848; do impasse registado com «eclesiásticos insinuados pelo Governo e não confirmados pela Santa Sé»; da pretensão da Coroa (só alcançada em 1881) em «reduzir o número de dioceses do Reino»; ou ainda da restauração de outras, entre 1919 e 1938 (Leiria, Vila Real e Aveiro), o facto é que, enquanto base organizativa, a diocese ganhou «particular centralidade na época contemporânea» (Ferreira, 1999a: 529-530). Ou seja, com o decorrer dos tempos, o território diocesano passou a beneficiar de uma legitimidade tradicional na estrutura da Igreja, em significativo contraste, por exemplo, com as províncias eclesiásticas. Reforçada sobretudo a partir do Concílio Plenário Português (1926), a territorialização da acção da Igreja fez com que a reorganização da sua vida interna tenha passado a depender, com frequência, do «ritmo e modalidades das condições existentes a nível local de cada diocese e da capacidade de liderança dos diversos prelados». É, na verdade, na estrutura diocesana que se estabelecem «vínculos de autoridade e enquadramento de clero e fiéis» (Fontes, 2002: 169).

Os jornais da Igreja e suas singularidades

Aceite, pois, o princípio de uma imprensa *regional* e outra *local*, algumas conclusões importa sublinhar: além de relativamente raros (talvez, no entanto, em números superiores aos avançados pela Associação Europeia de Formação de Jornalistas, AEFJ, que, em 1997, referenciava a existência, em Portugal, de duas dezenas de jornais regionais para quase 600 locais) e de alguns serem ainda um pouco *embrionários*, vários dos media regionais, designadamente semanários, são de inspiração cristã.

De entre a imensidade e diversidade de títulos, apenas se pretende constituir como objectivo central deste trabalho os semanários que, propriedade da Igreja Católica ou a ela intimamente ligados, podem (devem) ser classificados de *regionais*: porque atingem, em termos de cobertura noticiosa e de distribuição, o território de uma diocese, e ainda porque, apesar de tiragens idênticas ou até mesmo inferiores, detêm, frequentemente, uma influência superior à dos seus *concorrentes* laicos, consequência, porventura, de audiências médias mais elevadas, isto é, maior número de leitores por exemplar.

Neste contexto, não se poderá ignorar igualmente que, apesar do muito de comum existente entre estes jornais e a generalidade da imprensa regional, a comunicação social de inspiração cristã é portadora de algumas singularidades. A começar pelo facto de deter «uma estrutura organizativa própria, suficientemente flexível para abranger órgãos e empresas com estatutos diversificados», que, por sua vez, se integra em outra estrutura organizativa mais vasta – a da Igreja Católica –, com «cujas componentes e actividades tem uma relação mutuamente potenciadora» (Correia, 1998: 95).

Tal facto, no entanto, está longe de significar que eles se encontram «rigidamente organizados» numa mesma estrutura ou estão dependentes de uma única entidade. Bastará, para tanto, tomar por referência o seu estatuto jurídico, segundo o qual existem as publicações que, «canonicamente erectas», são propriedade da Igreja e por ela legitimadas (estão localmente ligados à hierarquia diocesana através de um secretariado diocesano e, a nível nacional, à Comissão Episcopal para a Cultura, Bens Culturais e Comunicações Sociais) e as que, embora ligadas à Igreja, dela, contudo, não dependem juridicamente.

Boa parte destes media encontra-se integrada na NOVA – Federação dos Meios de Comunicação Social de Inspiração Cristã, que, criada em 1994, integra, entre outras entidades, a Rádio Renascença; a Universidade Católica, através do seu Departamento de Comunicação Social; a Associação das Rádios de Inspiração Cristã (ARIC), constituída em 1991; e a Associação de Imprensa de Inspiração Cristã (AIC), fundada em 1993, com o objectivo de defender e zelar pelos interesses e obrigações dos seus associados; promover a sua valorização profissional, técnica e cultural, além de incentivar a atenção e «abertura aos sinais dos tempos».

2. Da quantidade e suas fragilidades

A comunicação social de âmbito regional e local, porque constitui uma proposta «rica e inovadora», merece ser olhada com «profundo respeito e interesse». E, porventura, cada vez mais.

Esta é, pelo menos, a opinião de autores como Pissarra Esteves (1988a: 55-56), que, já no final da década de 1980, buscava a justificação para esta polémica afirmação, no facto de essa comunicação social, perante a estandardização de processos, ter conseguido manter «um estatuto próprio, equilibrado, coerente com a realidade social em que se insere», e «sustentada numa *racionalidade alternativa*» aos grandes sistemas de informação e comunicação, tanto nacionais como estrangeiros.

Embora a opinião daquele investigador, ao apontar a forte «resistência à conexão jornalismo-publicidade» como uma das características relevantes dessa «racionalidade comunicacional», possa, perante a evolução registada, parecer algo datada (ainda que de modo ténue, cada vez mais, contudo, o confronto de racionalidades tem vindo a atentar na importância do papel reservado à actividade publicitária), o mesmo já não se poderá dizer em relação à quantidade e diversidade de títulos existentes, que, sobretudo a partir dos anos de 1990, passou a constituir um caso sem paralelo em qualquer outro país europeu. De referir que, de acordo com informações divulgadas pela então Direcção-Geral de Comunicação Social, editaram-se em Portugal, no ano de 1991, 615 jornais regionais, tendo esse número registado, no espaço de sete anos (entre 1991 e 1998), um aumento da ordem dos 50 por cento.

Paralelamente, e tomando por base os dados do citado estudo da AEFJ junto de 15 países europeus¹¹, Portugal, com uma média de apenas 75 exemplares por cada 1000 habitantes, era, nos últimos anos do século passado (1997), o país onde, proporcionalmente à população, se registava o maior número de títulos de jornais regionais, ainda que com o menor número de cópias por habitante: 620 títulos para um pouco menos de 10 milhões de residentes.

¹¹ Além de Portugal, foram objecto de análise a Alemanha, Áustria, Bélgica, Dinamarca, Espanha, Finlândia, França, Grécia, Holanda, Itália, Noruega, Reino Unido, Suécia e Suíça.

Relação imprensa regional/local - população

(Fonte: AEFJ, 1997)

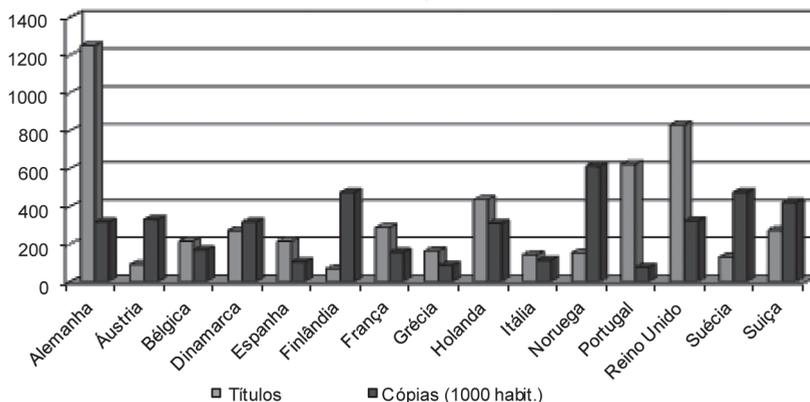
Países	Jornais regionais (a)	Jornais locais (b)	Total a + b	População (milhões)	Cópias (1000 habit.)
Alemanha	250	1000	1250	81,9	317
Áustria	12	79	91	8,1	328
Bélgica	19	195	214	10,1	168
Dinamarca	36	233	269	5,2	315
Espanha	106	107	213	39,6	105
Finlândia	54	13	67	5,1	471
França	58	228	286	58,0	156
Grécia	73	89	162	10,5	85
Holanda	36	398	434	15,5	309
Itália	55	87	142	57,2	113
Noruega	78	73	151	4,3	611
Portugal			620	9,8	75
Reino Unido	115	741	829	58,4	321
Suécia	82	48	130	8,8	472
Suíça	52	220	272	7,2	420

a) A estimativa em relação a Portugal é feita bastante por baixo, já que teve por base os dados dos jornais que beneficiaram de porte pago. Caso contrário, o número de títulos seria largamente superior. Também não é feita a distinção entre regionais e locais, porque, legalmente, não existe.

Ainda quase idêntica à da Grécia, com 85 cópias por 1000 habitantes, e bastante próxima da espanhola (105 000), a proporção portuguesa estava, no entanto, muito aquém da registada em todos os outros países analisados, em especial, Noruega (611), Suécia (472), Finlândia (471), Suíça (420), Áustria (328), Reino Unido (321) e Alemanha (317). Mesmo em relação à França, a proporção, ainda que relativamente baixa (156 cópias por 1000 habitantes), era, no entanto, superior ao dobro da registada em Portugal. E o curioso é que, de então para cá, a situação não se alterou grandemente.

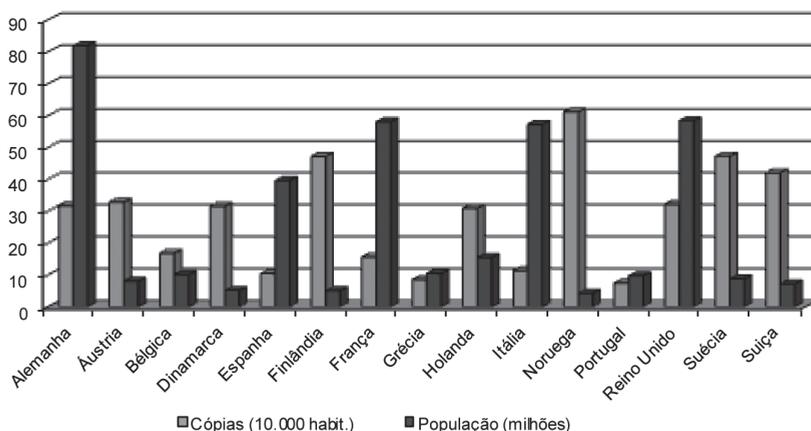
Número de títulos vs. cópias

(Fonte: AEFJ, 1997)



Número de cópias vs. população

(Fonte: AEFJ, 1997)



Independentemente das causas intrínsecas ao produto e do modo como é feita a sua promoção e distribuição, importará, no entanto, também ter em conta, em relação ao número de cópias por habitante (uma questão que afecta toda a imprensa e não apenas a regional), o chamado analfabetismo literal e, sobretudo, a iliteracia, aqui entendida no sentido que lhe é atribuído pela OCDE, ou seja, a capacidade de compreender e usar informação escrita nas actividades do quotidiano, a par da habilidade em desenvolver conhecimentos e atingir objectivos. Como escreve António Barreto (1996: 46-47), apesar da enorme evolução registada nas últimas décadas do século XX¹², nos anos 90, a população activa portuguesa ainda registava um grau de analfabetismo significativamente elevado: da ordem dos 10 por cento, apesar de, no caso, «limitado à população adulta», e, porventura, a «alguns jovens africanos e imigrados».

Em relação à iliteracia, a situação é bastante pior, já que, de acordo com um estudo da OCDE, no ano de 2000, cerca de 77 por cento da população adulta portuguesa apresentava níveis de literacia escrita bastante baixos, especialmente no âmbito «prosa», «documental» e «quantitativa»¹³.

¹² Ainda que a frequência do ensino secundário tenha quadruplicado em 30 anos, passando de 107 000 alunos, em 1960, para mais de 435 000, em 1994, no ensino superior, a evolução mais do que decuplicou: subiu de 24 000, em 1960, para cerca de 270 mil, em 1994 (Barreto, 1996: 46).

¹³ Para cada um dos tipos de literacia (*prosa* – capacidade de compreender e usar informação de textos corridos, designadamente artigos de jornais, manuais de instruções, etc.; *documental* – capacidade para identificar e utilizar informação contida em diferentes formatos, como impressos «burocráticos», mapas, tabelas de horários, etc.; e *quantitativa* – capacidade de lidar com material escrito, envolvendo operações numéricas, como o preenchimento de uma ordem

Confirmavam-se, assim, as conclusões de um estudo nacional, segundo o qual, numa escala de complexidade de zero a cinco, quase 80 por cento da população está abaixo do nível três. Ou seja, e como adverte Firmino da Costa (Obercom, 2001: 593), existe uma elite que «trabalha muito bem com a escrita e uma maioria – mais de dois terços da população – que não sabe como o fazer».

Neste contexto, merece igual referência o estudo coordenado por Ana Benavente (1996), segundo o qual 10 por cento dos inquiridos não conseguiram resolver nenhuma tarefa de avaliação directa e mais de dois terços demonstraram níveis de competência muito limitados (37 por cento) ou bastante simples (32 por cento). Apenas uns oito por cento revelaram «competência segura» de escrita, leitura e cálculo e pouco mais de 12 por cento um «grau intermédio de proficiência». Foram raros (menos de 10 por cento) os que disseram ler a média de um livro ou mais por mês (cerca de 70 por cento nunca ou muito raramente tinham lido qualquer livro) e só 35 por cento se declararam leitores regulares de revistas semanais, sendo que 50 por cento nunca ou muito raramente as costumavam ler. Em relação aos jornais, apenas cerca de 19 por cento declararam lê-los diariamente, o que, somando aos que disseram ler em regra apenas algumas vezes por semana, não ultrapassava os 45 por cento. Mais de 40 por cento dos inquiridos nunca ou muito raramente tinham lido qualquer espécie de jornal.

Apesar das tantas dificuldades e carências registadas, o facto é que, mercê porventura da racionalidade comunicacional atrás referida, a imprensa regional/local beneficia de uma forte opinião valorativa, por parte dos públicos, em relação ao seu potencial. E ainda que esta pareça ser uma tendência registada a nível da generalidade dos países europeus, o facto de, entre nós, atingir uma tão significativa expressão merece referência. Na realidade, e de acordo com o já citado estudo do IPOM para a AIND (2000), mais de 60 por cento dos inquiridos consideram que, no futuro (tanto a curto como a médio prazo), a imprensa regional/local irá assumir uma importância cada vez maior; cerca de um quarto são de opinião que ela se manterá igual e apenas uma pequena minoria (sete por cento) aposta na sua queda.

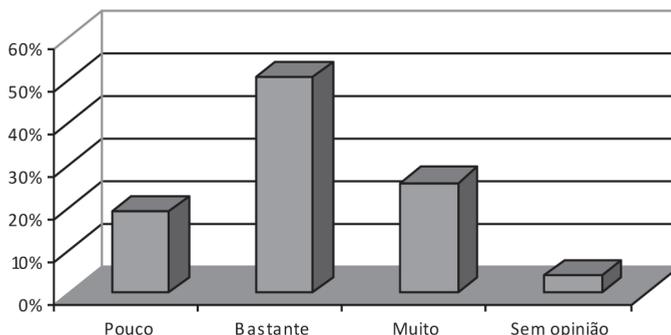
De referir ainda a existência, junto dos seus leitores, de uma percepção e imagem positiva do produto, não apenas como suporte importante para a promoção da região (77 por cento), atestando «a existência de âncoras sociais, culturais e identitárias que tendem a potenciar uma maior capacidade de interacção

de pagamento ou de uma folha de movimentos de cheques), foram criados cinco níveis de desempenho: *Nível 1* – atribuído a quem nunca aprendeu a ler ou escrever ou, sabendo ler, tem dificuldades de interpretação. *Nível 2* – capacidade de entender apenas informação muito simples. *Nível 3* – o mínimo considerado necessário para se responder aos desafios diários de uma sociedade moderna, correspondendo, na prática, ao tipo de capacidades supostamente adquiridas com o ensino secundário. *Níveis 4 e 5* – capacidade de processar com facilidade informação complexa (Obercom, 2001: 593).

com as comunidades e instituições regionais/locais» (Duarte, 2005: 139-140), mas também enquanto factor de coesão regional (63 por cento dos inquiridos), o que significa o reconhecimento do seu papel como agente promotor das diferentes identidades.

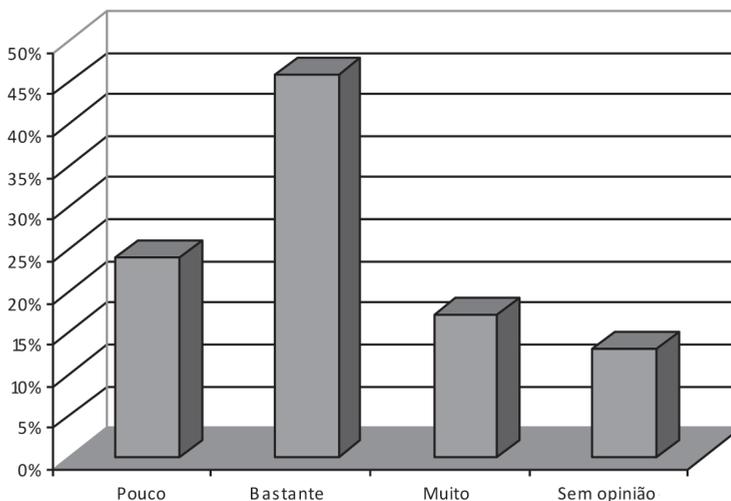
Contributo para a promoção da região

(Fonte: IPOM, 2000)



Contributo para a coesão regional

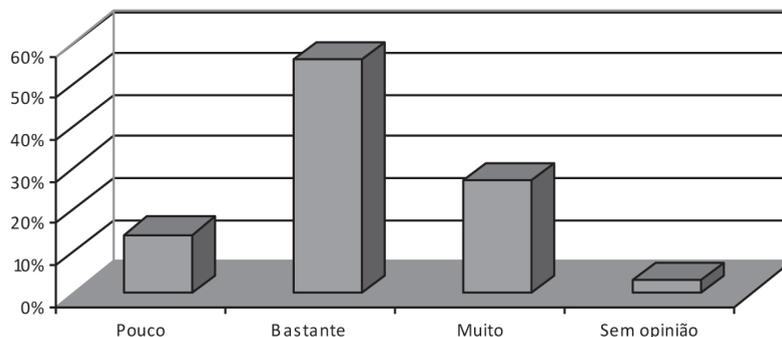
(Fonte: IPOM, 2000)



Talvez, no entanto, a vertente mais significativa, e porventura mais inesperada, diga respeito ao modo como é *olhada* a informação veiculada por esses media: tanto em relação à credibilidade (89 por cento, somando os itens «credível» e «muito credível»), o que significa um excepcional índice de confiança, como em relação ao papel desempenhado, no sentido de manter as pessoas informadas («muito» e «bastante») sobre os acontecimentos regionais e locais.

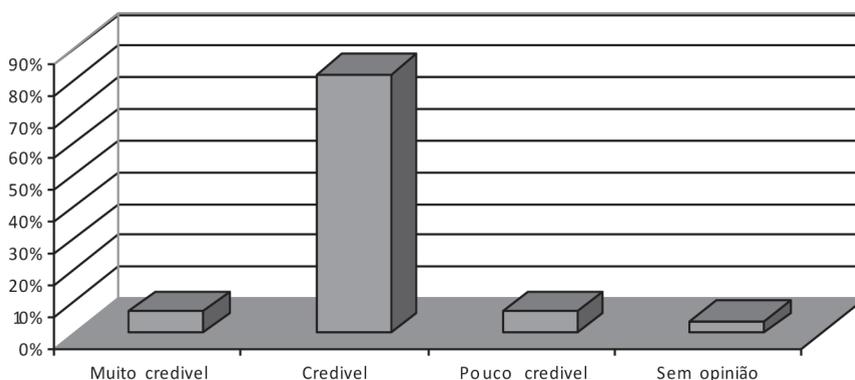
Manter as pessoas informadas

(Fonte: IPOM, 2000)



Credibilidade da informação regional

(Fonte: IPOM, 2000)



Amadorismos e subsidiodependências

Sendo embora difícil quantificar, nos seus diferentes níveis, a imprensa regional, já que não se obtêm, nas fontes conhecidas, dados seguros em relação ao número de títulos existentes e às suas tipologias, poderá, no entanto, afirmar-se que ascendem a largas centenas aqueles que regularmente se publicam entre nós.

Bastará, a propósito, citar dados oficiais, segundo os quais, entre 1999 e 2003, houve mais de 500 títulos a beneficiarem dos incentivos anualmente concedidos à comunicação social regional, ou o estudo elaborado por Pissarreira (1999: 83) para o Instituto de Comunicação Social (ICS), quando refere a atribuição de porte pago, no ano de 1998, a 665 jornais regionais. Por seu turno, em trabalho divulgado pela Associação de Imprensa Não-Diária (actual Associação Portuguesa de Imprensa), Assis Ferreira (1999d: 192) referenciava, então (1998), a existência

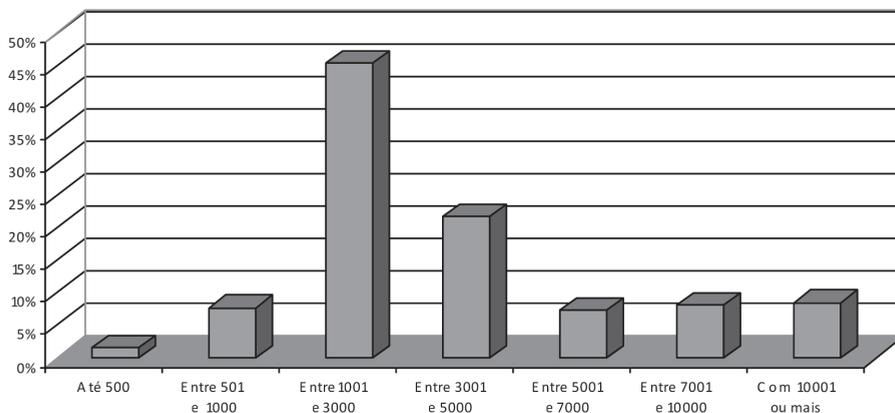
de cerca de 900 publicações estritamente regionais, ou seja, aproximadamente um quarto dos quase 4000 títulos que, repartidos por diferentes áreas – nacionais, especificamente regionais, regionais de índole religiosa, especializados e outros –, se encontravam registados no ICS.

Apesar de exagerada, uma tal profusão de títulos está, contudo, longe de constituir a única dificuldade (ou, porventura mesmo, a principal) com que se debate a imprensa regional portuguesa. Ou seja, independentemente da evolução registada nos últimos anos, designadamente em relação à profissionalização, apetrechamento técnico e estrutura empresarial, continuam pertinentes, porque actuais, algumas das questões colocadas por Pissarra Esteves (1998a: 59-60), quando, nos últimos anos da década de 1980, depois de lamentar uma pulverização, da qual o próprio espírito de cooperação parecia arredado, denunciava a reduzida dimensão da maioria dessas publicações.

De facto, de acordo com dados divulgados pela AIND (2000: 203), no final de 2000, apenas oito desses jornais tinham uma tiragem superior a 12 000 exemplares, situando-se a média por edição entre os 3000 e os 5000. Tais números, além de confirmarem «a fraca expressão da imprensa regional», permitem-nos ainda concluir que boa parte desses jornais possui tiragens mais correspondentes a um público local do que propriamente regional (Obercom, 2001: 203).

Tiragem média por edição (n.º de exemplares)

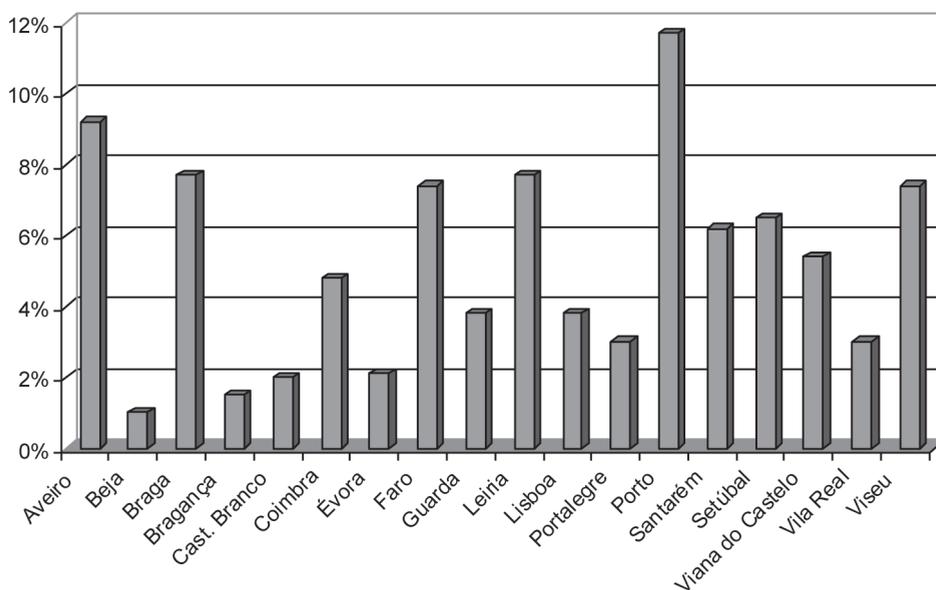
(Fonte: IPOM, 2000)



Por outro lado, também hoje como então, muitos desses títulos permanecem assimetricamente distribuídos, inclusive em termos geográficos (maioritariamente na faixa litoral), e a proclamada diversidade do regime de propriedade continua apenas a ser aparente, já que, como atrás se constatou, a Igreja Católica detém, directa ou indirectamente, uma situação reconhecidamente invulgar em todo o contexto europeu.

Percentagem de publicações por distrito

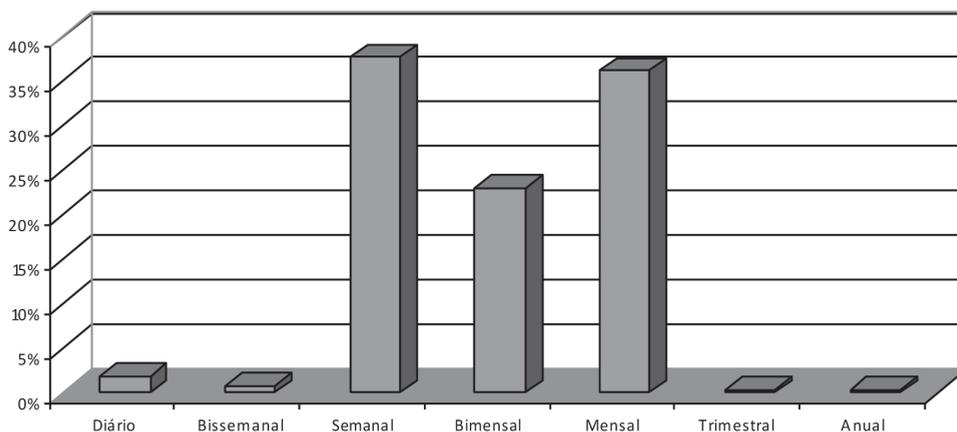
(Fonte: ERC, 2009)



A tudo isto importará ainda acrescentar outras fragilidades, como, por exemplo, a sua dilatada periodicidade (38 por cento são semanais, 36 por cento mensais e apenas 1,8 por cento diárias), o limitado grau de especialização e, sobretudo, a já referenciada indefinição em relação aos conceitos *regional* e *local*, permitindo, sob a mesma designação, a coexistência de situações bastante desiguais.

Periodicidade

(Fonte: IPOM, 2000)



O mesmo, aliás, se poderá dizer em relação à subsidiodependência, um *jeito* herdado do passado que contribuiu, de modo significativo, para o agravar da endémica subserviência em relação aos poderes político, económico e social. Serve de exemplo o porte pago¹⁴ que, criado em 1976, com o objectivo de aumentar os índices de leitura, rapidamente, no entanto, se transformou numa espécie de «sobrevivência de um modelo de atraso estrutural», sobretudo a partir do momento em que passou a ser concedido «quase sem limites e quase sem critérios» (Duarte, 2005: 61). Apesar de ter sido abandonado na generalidade dos países da União Europeia, esse subsídio foi-se mantendo, entre nós, por razões de estratégia política (eleitoralista), ainda que com base no argumento de que a imprensa regional desempenhava «um papel altamente relevante, não só no âmbito territorial a que naturalmente mais diz respeito, mas também na informação e contributo para a manutenção de laços de autêntica familiaridade entre as gentes locais e as comunidades de emigrantes dispersas pelas partes mais longínquas do mundo» (do preâmbulo do Estatuto da Imprensa Regional).

Na prática, no entanto, o porte pago foi com frequência transformado em «um incentivo à proliferação de títulos sem qualidade e incapazes de constituírem um meio de enriquecimento cultural ou informativo das populações» (Duarte, 2005: 61). Bastará referir o facto de, entre 1991 e 2003, o número de títulos ter registado um aumento da ordem dos 40 por cento, enquanto a tiragem global da imprensa regional/local apenas subiu cerca de 11 por cento, significando, na prática, a diminuição do número médio de exemplares por título e, conseqüentemente, o falhanço do objectivo apontado como justificativo para a sua criação. Não por acaso, éramos (e continuamos a ser) o país da Europa onde havia menos jornais regionais/locais a serem vendidos em banca. A ponto de se poder justamente

¹⁴ Constituindo mais de 80 por cento do financiamento do Estado à imprensa regional e rádios locais (uma média anual da ordem dos 15 milhões de euros), a «excessiva onerosidade» do modelo, o facto de não ter atingido os objectivos propostos e, ainda (sobretudo?), a sua utilização abusiva por parte de alguns jornais levaram à publicação do Decreto-Lei n.º 56/2001, de 19 de Fevereiro (Arons de Carvalho era o secretário de Estado responsável pelo sector), onde se determina o fim do porte pago a 100 por cento, juntamente com o estabelecimento de escalões para essa comparticipação. Pelo Decreto-Lei n.º 98/2007, de 2 de Abril, o subsídio aos custos de expedição, tanto para o país como para o estrangeiro, foi limitado a 40 por cento, percentagem a ser progressivamente atingida até Janeiro de 2009. Para ter acesso a esse subsídio é necessário, no entanto, que a publicação preencha vários requisitos, designadamente a existência de um número mínimo de profissionais com contrato de trabalho, sendo que, proporcionalmente à periodicidade, alguns deles terão de ser obrigatoriamente jornalistas com carteira profissional. Deverá ainda ter uma tiragem média mínima por edição, possuir contabilidade organizada e a situação fiscal e contributiva regularizada. O seu peso não pode exceder os 200 gramas/exemplar nem o conteúdo publicitário ultrapassar 50 por cento do total de páginas.

dizer que, em Portugal, muitos recebiam jornais regionais tão-somente porque o Estado os subsidiava, através, designadamente, do instrumento do porte pago (Duarte, 2003a: 20-21).

A opinião daquele membro do Executivo, responsável pelo sector, coincidia, nas linhas gerais, com a expressa, tempos antes (1999), pelo então secretário de Estado da Comunicação Social, Arons de Carvalho, ao classificar de urgente a revisão das condições de atribuição do porte pago, sobretudo o interno, já que, segundo ele, os jornais podiam (e deviam) buscar outras formas de distribuição próprias mais eficazes. Não faz qualquer sentido – acrescentava – que a tiragem de um jornal se limite a ser o produto da relação desse mesmo jornal com o anunciante, quando deveria antes ser o do jornal com o leitor. «O que significa que a distribuição gratuita de jornais, a ser feita, não pode ser a expensas do erário público» (Carvalho, 1999: 4).

Como, na ocasião, advogou Carlos Chaparro (2003a: 36), era clara a urgência da substituição daquele modelo de ajuda, que, nas circunstâncias concretas, apenas servia para proteger o amadorismo, por outro que privilegiasse sobremaneira o mérito, o profissionalismo e o risco, visando modelos empresariais. Tal facto, no entanto, exigia que, na opinião daquele investigador, se procedesse de imediato à alteração da classificação dos jornais, estabelecendo-se limites legais claramente diferenciados entre a imprensa regional, a local e a religiosa.

Bastante mais do que puros anacronismos

Neste contexto, não será, pois, exagerado dizer-se que, ao contrário do registado em relação à comunicação social nacional, onde, de acordo com a opinião generalizada, já estará concluído todo o ciclo de industrialização, coincidindo, inclusive, com a criação de um tipo de empresas especialmente vocacionadas para o tratamento de matéria-prima informativa, na imprensa regional/local portuguesa continuam a sobreviver alguns dos traços típicos da fase pré-industrial do jornalismo, que, como adverte Carlos Correia, não devem ser «absolutamente descartados como se tratassem apenas e só de puros anacronismos». São eles, a par da referenciada relação existente entre as elites locais e os media, a ênfase dada ao artigo de opinião e à colaboração externa; a «contiguidade acentuada» entre esses artigos e colaborações e as preocupações manifestadas nos espaços de reunião dos diferentes públicos; a tendência para estruturar o discurso em redor de alguns temas recorrentes, a partir dos quais se veiculam opiniões, debates e polémicas; a presença de «marcas discursivas», remetendo para formas de sociabilidade que pressupõem saberes comuns, no caso, igualmente acessíveis aos produtores de mensagens e aos públicos; e, finalmente, o conhecimento «recíproco e partilhado» pelos produtores e receptores em relação aos factos e realidades que «servem de referentes» às mensagens jornalísticas (Carlos Correia, 1998b: 5).

Entre as causas apontadas para a continuação deste tipo de anacronismos, merecem referência a inexistência de qualquer profissional de informação em cerca de um quarto das publicações e a quase total ausência (em mais de 70 por cento) de trabalhadores a tempo inteiro nas áreas do comercial e do *marketing*, em curioso contraste com o sector administrativo, que representa a maior fatia de mão de obra no sector: 62 por cento das empresas proprietárias de jornais regionais têm ao seu serviço 11 ou mais administrativos (Obercom, 2001: 218). Como atempadamente denunciou Pissarra Esteves (1988: 60), continua-se, na prática, perante estruturas empresariais débeis, marcadas por um «profundo amadorismo» e sujeitas às mais variadas «ordens de dependências»: do Estado, dos subsídios autárquicos e de outros poderes locais, e até mesmo de entidades particulares que as «sustentam a seu proveito».

Situação idêntica se regista em relação aos encargos remuneratórios, que são em geral bastante baixos, acontecendo mesmo casos em que se limitam a ser meramente simbólicos ou simplesmente não existem. O que, de acordo com a AIND, serve apenas de confirmação das debilidades registadas em uma grande percentagem de títulos, que «recorrem com frequência ao voluntariado, nomeadamente a imprensa regional de índole religiosa», constituindo uma das razões que faz com que, a nível de conteúdos (texto, fotos e outras ilustrações) e de grafismo, a sua qualidade seja bastante inferior aos seus congéneres de distribuição nacional e até mesmo em relação aos regionais já profissionalizados (Obercom, 2001: 218).

Como escreve Paulo Faustino, um dos problemas centrais dos jornais regionais/locais reside na segmentação do mercado, onde se regista «uma grande oferta em quantidade, mas fraca em qualidade», com muitas das empresas sem condições para, sozinhas, enfrentarem uma conjuntura que, apesar de tudo, parece crescentemente favorável. Trata-se da chamada «personalização comunicacional» (a desmassificação dos media), reforçando o potencial desses meios. Na prática, o que rareia são investidores «com capacidade empresarial, recursos e *know-how* para desenvolver esses títulos, tornando-os uma referência» nas regiões onde se inserem e, conseqüentemente, «um suporte de comunicação mais atractivo para os anunciantes» (Faustino, 2000: 90). Semelhante é a opinião de Antas de Barros (1997: 243-244), quando, em colóquio promovido pela Alta Autoridade para a Comunicação Social (AACCS, 1997), denunciava o facto de os media regionais padecerem de constrangimentos de que dificilmente conseguirão libertar-se.

De referenciar, entre outros, a existência de uma significativa quantidade de empresas dominadas por um «modelo amador e proteccionista»; a precariedade do vínculo laboral de uma importante fatia dos profissionais; a exigência que, com frequência, é feita aos jornalistas de granjearem publicidade e patrocínios, com o alegado objectivo da diminuição «do peso das dificuldades de tesouraria» (é o jornalista *faz-tudo*); a fraca presença de publicidade institucional, a par da progressiva apatência dos órgãos de informação de âmbito nacional pela publicidade

regional e local; a quase total dependência dos assinantes¹⁵ e dos «mecenas de ocasião» ou, ainda e desde logo, a dificuldade de acesso a fontes credíveis, fazendo com que os jornalistas sintam o permanente «desconforto da dúvida» em relação ao que veiculam. São, no caso concreto, fragilidades empresariais, financeiras, técnicas e humanas, às quais haverá que juntar ainda a importante questão do texto e da forma, já que, como adverte a própria AIND, em termos de conteúdo, uma parte significativa dos títulos limitava-se (e continua a limitar-se) quase exclusivamente ao recorte de notícias dos media nacionais (o *corta e cola...*) ou a acontecimentos de menor importância, sem o recurso a critérios e técnicas jornalísticas (Obercom, 2001: 219).

Perante a concentração, em torno de alguns (poucos) grupos – Ramonet (1999: 23) classificou-a de «furação de transformações cumulativas» –, onde as mais-valias, ainda que presentes, já não são as únicas nem as mais importantes, há quem considere que, a curto prazo, a sociedade irá ser confrontada com uma «personalização comunicacional», conduzindo à criação de «grupos desmassificados», mais pequenos «e focados geograficamente». Para tal, no entanto, será necessário que, como adverte Guattari, «as soluções tecnológicas, conjugadas com experimentações sociais nos novos domínios por elas gerados», sejam passíveis de nos fazerem «sair do período opressivo actual» e de nos lançarem numa «era pós-media, caracterizada por uma reapropriação e por uma ressingularização da utilização dos media»¹⁶ (*apud* Rebelo, 2002: 165-166).

Aceite, pois, o princípio de que não há como escapar por inteiro às influências de uma tecnologia apostada em construir um novo modelo económico para as empresas jornalísticas, talvez, no entanto, se deva atentar nas advertências dos investigadores norte-americanos Kovack e Rosenstiel (2004: 15-18), ao considerarem que, apesar das mudanças reais registadas na face do jornalismo, se continua a assistir a uma «constância admirável, ainda que nem sempre respeitada», em relação aos seus princípios e finalidades, designadamente quando se advoga que estes não podem ser definidos pela tecnologia, pelos profissionais da informação ou pelas técnicas por eles utilizadas, mas por algo mais básico, ou seja, «a função que as notícias desempenham na vida das pessoas».

Esta parece ser, aliás, uma opinião generalizada, em especial junto dos profissionais da informação, que a proclamam nos seus códigos de ética e até mesmo nas declarações de princípios de algumas das mais importantes associações do sector.

¹⁵ Dos 113 jornais inquiridos pela AIND, apenas 13 vendiam mais de 1500 exemplares nas bancas. A grande maioria (70 por cento) vendia apenas entre zero e 600 exemplares.

¹⁶ Em *Chaosmose* (Paris, Galilée: 1992), Guattari recusou-se a fazer um julgamento definitivo da «evolução máquina», já que, segundo ele, tudo está dependente da utilização que lhe foi dada. «A melhor das hipóteses», acrescenta, «é a criação, a invenção de novos universos de referência», enquanto a pior será a «massemediatização embrutecedora à qual estão hoje condenados milhões de indivíduos».

Como acontece, por exemplo, com a American Society of Newspaper Editors, a mais representativa associação norte-americana de directores de jornais, ao afirmar que servir o bem-estar geral, informando as pessoas, constitui objectivo essencial do jornalismo.

Atentas, embora, as circunstâncias e as razões, talvez valha a pena citar João Paulo II, quando, por ocasião do Jubileu dos Jornalistas (Junho de 2000), alertava para a importância de um jornalismo sentido como uma missão, em detrimento de outro predominantemente orientado por forças económicas, pelos lucros e por interesses meramente pessoais. Ou seja, e regressando à tese de Kovack e Rosenstiel (2004: 19) – aceite o princípio de que a ânsia de notícias constitui um dos instintos básicos do ser humano (o «instinto do conhecimento») e de que conhecer o desconhecido transmite segurança às pessoas, até porque lhes permite «planear e administrar as suas vidas» –, temos que a finalidade primeira do jornalista será a de «fornecer aos cidadãos a informação de que precisam para ser livres e se autogovernarem».

A conciliação entre o global e os particulares

Algo de semelhante se poderá dizer em relação à globalização, em que a rápida expansão e integração da electrónica, com os valores e conteúdos globalizantes da ideologia técnica a articularem-se segundo um espaço digital e a sobreporem-se ao espaço histórico-cultural, tem levado os meios de comunicação social a apostarem na desvalorização da diversidade, com base no argumento de que só uma unidade de leitura dos acontecimentos possibilitará o progresso.

Além de que, frequentemente arrogados em entidades globais, quase sempre pensando de forma global, os media parecem realmente pouco preocupados com os costumes e tradições locais. De tal modo que Jean Baudrillard (*apud* Warnier, 2002: 94) terá sentido a necessidade de alertar para a existência de uma ameaça, por ele denominada de «insolação mortal», de «profissão cegante» e de «*feed-back* incessante de toda a informação sobre todos os pontos do globo». Como se «a capacidade dissolvente do particular» não exigisse a «universalidade do humano» (Miranda, 2002: 210), ou seja, como se o universal não fosse indispensável à compreensão do particular e, *a contrario* e de acordo com autores, como Wallerstein (1984: 166) ou Robertson (2000: 182), a particularidade não se revelasse necessária ao entendimento da universalidade.

Ao constatar o que considera ser um crescente protagonismo das regiões no processo de desenvolvimento europeu, a ponto de estarem a suplantar o papel tradicionalmente reservado aos estados, Bustamante Ramirez (2000: 16) defende que, ao contrário do que alguns advogam, global e local não são antagónicos, mas tão-somente duas faces da mesma moeda (processo), existindo, inclusive, uma verdadeira reciprocidade «entre componentes de uma cultura global e

identidades culturais locais». Em resumo, perante a globalização, os espaços do local/regional, mais do que lutarem pela sobrevivência, ganham dimensão e importância acrescidas.

Opinião idêntica tem Paxi Azpillaga (2000: 53-54), quando, ao associar a interacção global/local ao desenvolvimento, considera ser precisamente perante a globalização económica que «os processos de desenvolvimento se produzem de forma mais localizada, mais regionalizada do que nunca».

Neste contexto, parecem pois errados os que, advogando uma modernidade assente em *leituras* radicalizadas que privilegiam a maximização das culturas globalizantes em detrimento das particulares e locais, insistem em ignorar o princípio, segundo o qual a tendência para a mundialização, além de não significar a anulação das dimensões nacional e regional, coexiste «com fenómenos de reactivação e até de intensificação» dessas identidades (Mesquita, 2000: 71). Como explicita Warnier (2002: 43), a mundialização da cultura caracteriza-se, por um lado, pelo «encontro entre homens inscritos em culturas fragmentadas, locais, enraizadas ao longo do percurso da História» e, por outro, através dos «bens e serviços colocados no mercado por indústrias recentes e globalizadas por sistemas de troca de uma comunicação de uma grande capacidade».

Autores, como Lipovetsky (1989: 12), vão mesmo mais longe, ao considerarem estar-se já na antecâmara de um tempo (o pós-moderno em contraponto ao moderno), onde a cultura terá por parâmetros a procura da qualidade de vida, a «paixão da personalidade», a «sensibilidade extrema», o «encanto da participação e da expressão» e, sobretudo, a reabilitação do local e do regional em simultâneo com a recuperação de várias das crenças e práticas tradicionais.

Conciliar o global com os particulares significa, assim, a construção de um desempenho que, durável, será capaz de respeitar o conjunto dos actores económicos e sociais integrantes do sistema, «articulando a pluralidade dos níveis, do local ao mundial» (Forquet, 1997: 179), já que a emergência do particular constitui «o efeito da inclusão da diferença no contexto imperativo, irrecusável e incontrolável da participação globalizante dos actores» (Santos, 2002: 142). Só, de facto, com uma visão plural, capaz de assegurar a relação entre o local e o global, se evitará a perpetuação das actuais concepções em redor dessas culturas (Fortuna, 1999: 16-20). Além de que somos regularmente confrontados com um «caleidoscópico de identidades» que, polarizadas no seu individualismo e em «pertencas grupais, segmentárias, societárias», nos conduzem à condição de uma forma de ser cada vez mais próxima do mundo «das tantas outras referências, mas sem a perda dos vínculos primordiais» (Conde, 2000: 100).

Por outro lado, a sociedade democrática, ao reconhecer a identidade individual, «em parte constituída por diálogos colectivos», estabelece, simultaneamente, o «ideal de prosperidade individual numa sociedade (ou no mundo) multicultural». Ou seja, ao preservar as identidades culturais, ao pugnar pela diversidade, a democracia adota, não propriamente «uma perspectiva particularista»,

mas uma perspectiva universalista (Gutman, 1998: 25-28). Como Boaventura Sousa Santos (1997a: 30), poderá, pois, dizer-se que, se as pessoas e os grupos sociais «têm o direito a ser iguais quando «a diferença os inferioriza», têm igualmente o direito a ser diferentes sempre que «a igualdade os descaracteriza». Num mundo globalizado, sublinha Renato Ortiz (2000: 171), a diversidade cultural deve ser olhada de «um ponto de vista cosmopolita», já que só através de uma visão abrangente e simultaneamente específica se consegue valorizar a denominada diferença, ou seja, a visão que torna realmente possível o conciliar da unidade na (e com a) diversidade.

Em termos do que se costuma referenciar por estado-nação, o que, na prática, existe são «culturas particulares, expressivas e historicamente específicas», pelo que uma cultura global não será mais do que «uma construção destituída de memória ou uma desintegração nos seus elementos nacionais constituintes», com o inevitável acentuar da pluralidade de identidades e de «memórias populares» (Smith, 1997: 195).

Não constituindo um processo recente, a globalização, além de poder arrastar contradições e diversidades que, por vezes, parecem transformadas nas únicas certezas com que se pode contar, tende a servir «de fio condutor da inteligibilidade dos processos históricos em curso» e, mercê do «adensamento das redes de interdependência à escala planetária», a produzir «fenómenos de integração, aproximação e conciliação», em simultâneo com «fenómenos de integração, dominação e cisão». Ou seja, a realidade da globalização é um fenómeno dominado por um «processo infinito de contradições dinâmicas» (Melo, 2002: 213).

Assente em três vertentes – a política, a económica e a cultural –, é esta última a que, mercê porventura dos meios de comunicação social, parece deter maior predomínio. É certo que o conceito de cidadão está a ceder lugar ao de consumidor; que o critério de inclusão deixou de ser o direito para passar a ser a solvência e que, como alerta Ramonet (2003: 10), as empresas privadas e conglomerados, bem como os grupos industriais e financeiros, já não pretendem propriamente conquistar países, mas antes dominar mercados. É igualmente certo que a referência hoje feita ao cidadão contemporâneo radica predominantemente no facto de a sua criação ser a consequência de «uma dinâmica de globalização cultural correlativa e interdependente dos processos económicos e políticos de globalização» (Santos, 2001: 48). Só que, neste caso, o seu leit-motiv é a extensão planetária dos media que, além de nos conduzir a uma progressiva transformação de tudo «em informação imediata e universalmente disponível», multiplica o número de notícias idênticas que chegam em simultâneo a um cada vez mais alargado grupo de pessoas (Melo, 2002: 36-37).

Processo em movimento com milhares de anos (terá começado, segundo Almeida Santos, quando, domesticado o cavalo e inventada a roda, o homem «descobriu que, construindo um barco e direccionando o vento, podia navegar nos mares sem fim», tendo, assim, iniciado «a aventura de se abeirar dos longes que o

ignoto povoava de superstições e de medos»); e para além do sonho renovado em redor da criação de impérios pretensamente universais (de que César, Alexandre ou Napoleão constituem apenas exemplos) e de pensadores de referência terem proclamado a utopia de «um mundo único e só»¹⁷, a verdade é que o conceito de aldeia global foi durante muito tempo olhado «com benévola incredulidade». De tal modo que, perante esse «belo sonho utópico», transformado, para muitos, em «doloroso pesadelo», cada país «continuou a cultivar o seu quintal, o seu patriotismo, a sua soberania, a sua identidade, os seus inimigos de estimação», a ponto de se poder dizer que a organização política que nos foi legada pelo século XVIII continuou «intacta e irreformável, tão vigente como no tempo das diligências e do primeiro telégrafo» (Santos, 2005a: 1 e 10-14).

O mais que provável retorno ao singular e à diferença

Perante a multiplicidade de discursos em redor da globalização, há quem considere necessária, porventura «imperiosa», a produção de uma reflexão crítica sobre o tema, tendo em atenção algumas aparentes contradições, designadamente a existente entre globalização e localização, como se os processos de globalização não ocorressem «de par com os processos de localização» (Santos, 2001: 60-62).

A questão central passa sobretudo pelo facto de a globalização não dever eliminar fronteiras, mas apenas as *deslocar* e sempre respeitando as relações que, complexas, são inerentes ao local e ao global (Ribeiro, 2001: 469). Na prática, «quanto mais noção temos da globalidade», mais conscientes vamos ficando das «identidades locais e mais as protegemos» (Kerckhove, 1997: 243-245).

Em causa, o «paradoxo» da aldeia global, em que o hiperlocal constitui o complemento do hiperglobal, a ponto de se poder dizer que as «globalizações hegemónicas» tendem, na prática, a constituírem-se em verdadeiros «localismos globalizados» (Santos, 1996: 26). Há, a propósito, quem considere que, mais do que num processo de cultura global, se está antes perante uma identificação ao seu contraponto, a localização. E, assim, se a globalização dos media nos pode conduzir a um «enriquecimento de significados relacionados com lugar» (McQuail, 2003: 492), também, *a contrario*, a sua localização possibilitará um melhor entendimento dessa mesma globalização, já que a explicação das mudanças sociais, globalmente

¹⁷ De acordo com Almeida Santos (2005a: 10-14), bastará, a propósito, evocar Sócrates, proclamando-se «cidadão do mundo»; Víctor Hugo, visionando os Estados Unidos da Europa como prelúdio dos Estados Unidos do Mundo; Kant, avançando com o seu «projecto de paz perpétua» entre a totalidade das nações; Wendel Wilkie, defendendo a ideia de «um mundo só» (precisamente o título de um livro seu, por muitos classificado de profético); ou Edgar Morin, dando preferência à humanidade em detrimento das pátrias.

consideradas, exige uma «referência ao contexto sociológico onde se inserem» (Ferin, 2002: 130).

Perante esta espécie de retorno ao singular, às diferenças, há quem considere que o mais correcto é falar-se antes em «glocalização» (Mattelart, 1997b: 146), até porque, não devendo a identidade global «ser suplantada pela identidade formada na base de pertença a um território nacional ou local», a globalização jamais será um processo de eliminação de diferenças, mas antes «reprodução, reestruturação e sobredeterminação dessas mesmas diferenças» (Melo, 1994: 87).

Como advoga Zygmunt Bauman (1999: 73-77), se a integração e a divisão, a globalização e a territorialização são «processos mutuamente complementares», ou seja, apenas duas faces de uma mesma moeda, talvez, então, mais do que em localização e globalização, se deva antes falar em glocalização. Até porque, adverte polemicamente Sousa Santos (2001: 69), não existindo uma «globalização genuína», aquilo que habitualmente designamos por globalização não é mais, na prática, do que uma «globalização bem-sucedida» de determinados localismos. Além de que qualquer globalização pressupõe a localização, ou seja, «o processo que cria o global, enquanto posição dominante nas trocas desiguais, é o mesmo que produz o local, enquanto posição dominada e, portanto, hierarquicamente inferior».

Definir o global jamais poderá ser feito através da exclusão do local, já que, ao contrário do que alguns parecem defender, a globalização está longe de significar oposição à localização, ou dito por outras palavras, o que usualmente se entende por local está contido no «contexto do global», interpretar a globalização implica a «conexão de localidades» (Robertson, 2000: 251). Assim, pois, não será exagerado dizer-se que a aldeia global de que fala McLuhan, juntamente com uma televisão interessada em apagar as «distâncias visuais», facultando-nos «em tempo real acontecimentos» a partir de qualquer lugar, fragmentou o mundo numa «miríade de aldeias», reduzindo-o, simultaneamente, ao «tamanho de uma aldeia», o que significa, na prática, uma valoração do que «converge na localidade, no *meu lugar*» (Sartori, 2000: 107-110).

Advogando, à partida, opiniões idênticas às de Bauman, Ribeiro, Kerckhove e Matterlat, entre outros, José Rebelo (2002: 166) vai um pouco mais longe, ao considerar, por exemplo, que a globalização não é mais global, já que, segundo ele, «não há global sem local nem local sem global», ou seja, se, na prática, a característica essencial do global está «na sua capacidade de emergir no local», a característica primeira do local está «na sua capacidade de se representar no global». Com a curiosidade de, no dizer de Ramonet (1999: 39), os meios de comunicação social, apostados na imposição/aceitação dessa nova ordem, terem passado a funcionar em círculo: repetindo-se, imitando-se, tudo fazendo para que também aí a globalização se fosse concretizando paulatinamente.

Entre nós, sublinha ainda Rebelo, esse movimento, iniciado na década de 1990, através da formação de *grupos multimedia*, maioritariamente constituídos

por capitais nacionais e reunindo sob a mesma «tutela financeira», jornais, revistas, estações de rádio e canais de televisão, ter-se-á aprofundado com a transnacionalização dos capitais investidos e, mais ainda, com a «transectorização» desses grupos transnacionalizados e sua consequente «diluição numa complexa rede de sociedades», por Mignot-Lefebvre e Michel Lefebvre, classificadas de combinatórias. Paralelamente e em «relação de simbiose» com esses grupos multimedia, surgem sociedades que, vocacionadas para os mais variados interesses («do turismo à especulação imobiliária, da comercialização de produtos alimentares à especulação financeira»), tecem como que uma espécie de «malha de contornos indefinidos e de hierarquias difusas» (Rebelo, 2002: 162).

Partindo do princípio de que as tendências ultimamente registadas nos irão por certo conduzir a um panorama mediático, onde coexistirão produtos mais globais e outros mais locais, num mapa «em que os diversos suportes desempenharão um papel de complementaridade na constelação de estruturas comunicativas», Xosé López Garcia (2002: 200) considera estar-se perante uma nova e muito importante fase da dialéctica global-local, uma fase na qual o processo de concentração económica mudou quase por inteiro a relação entre os «actores transfronteiriços e abriu novos horizontes de futuro». Ou seja, e ainda no dizer daquele professor espanhol, que cita, a propósito, Miguel de Moragas, está-se perante um conjunto de transformações multiplicadoras, não apenas dos espaços globais, mas também dos locais.

Contrariando o que, à partida, pareceria ser o mais lógico, a multiplicidade de órgãos de comunicação está longe de significar uma variedade de conteúdos, incluindo os informativos, já que, a uma tal profusão, apenas corresponde «um punhado de grupos transnacionais e transectoriais», sujeitos ao controlo de um reduzido número de grupos, em que «as estratégias dos media» convergem num discurso «unificado pelos interesses de uma classe particular». Com a agravante de as novas lógicas de gestão e do modo de fazer política implicarem um volume cada vez menor de produção própria, assistindo-se, inclusive, à criação de empresas externas aos diferentes jornais, rádios e televisões, algumas das quais inseridas «em redes de sociedades combinatórias», especializadas «na produção de conteúdos ao menor custo possível, segundo economias de escala» (Rebelo, 2002: 162-163).

Além de que, como denuncia Norbert Borrmann, com esta unificação de conteúdos e consequente diminuição da variedade associada «à luta pelo gosto das massas» e à sua inserção numa «enorme máquina económica e financeira, representando, como tal, uma parte essencial da ideologia economicista»; perante a instauração do «consenso fundamental» que, cada vez mais uniforme, tende a excluir «as opiniões não standardizadas» (as questões tratadas são frequentemente «variações sobre um tema ou uma opinião»); diante da «submissão ao momento», ao «acontecimento sensacional rápido» e à *caça* ao que é novo, dando origem à uniformização e fazendo com o que é realmente diferente seja, quando muito, «tolerado como algo exótico» ou apenas para servir de exemplo; e, ainda, com a

redução da política a puro *marketing*, conduzindo inevitavelmente à «telecracia»¹⁸ ou à «mediocracia» (as audiências tudo ou quase tudo pretendem justificar), temos, pois, os media «a economizarem-se, a globalizarem-se e a uniformizarem-se num processo permanente» (Borrmann, 2005: 238-239).

Um novo espaço convivial e de conviência

Curiosa e actual continua a ser também a ideia avançada por Enervitch (*apud* Ortiz, 2003), segundo a qual a globalização, grandemente acentuada pela chegada das novas tecnologias informativas ao mundo da comunicação, possibilita às comunidades locais a sua participação em fenómenos globais sem sentirem a necessidade de abdicar das suas especificidades locais.

Como Alvin Toffler – que, em *The Third Wave (A Terceira Vaga*, na edição portuguesa), considerava estarmos a viver numa sociedade pós-industrial, ultrapassadas que foram as revoluções agrícola e industrial e quase no limiar da terceira *vaga*, a da revolução tecnológica, marcada pelas profundas mudanças trazidas pelas comunicações e pela avassaladora troca de informação – também Pierre Lévy, citado por Ijuim e Tellaroli (2007: 2), considera que a sociedade passou por três grandes etapas: a das «sociedades fechadas», viradas para a cultura oral; a das «sociedades civilizadas, imperialistas», dominadas pela escrita; e, por último, a das sociedades globalizadas, em que a cibercultura, através da globalização económica e da multiplicação das redes de transporte e comunicação, «tende a formar uma única comunidade mundial», independentemente da possibilidade dessa comunidade ser «desigual e conflituante». Só que, como adverte Othon Jambeiro (*apud* Ijuim e Tellaroli, 2007: 3), nem a ideia de «aldeia global», nem o facto de o mundo parecer mitificado pela sociedade em rede eliminará a existência de sociedades «particulares com culturas, etnias e tradições próprias», o que significa dizer que o global e o local, longe de se anularem, são compatíveis.

Crete na crença de que haverá tantas sociedades de informação quantas as sociedades existentes, já que cada sociedade usará as novas tecnologias e «alternativas de serviços» de acordo com as necessidades específicas, assim consolidando

¹⁸ Tema de análise de autores, como Bourdieu ou Karl Popper, enquanto fenómeno de influência nefasta sobre a democracia representativa e a cidadania, a *telecracia* deverá aqui ser entendida no sentido que lhe é atribuído por Paul Virílio (*apud* Cascais, 2001: 185), ou seja, um sistema centrado na «televisão de mercado» referenciado como «uma nova forma de dominação, ou lógica de poder, apoiado na lógica das maiorias controladas ou anestesiadas através das lógicas das audiências». Em causa, na prática, a invasão do espaço público «pelas emissões mais populares, pela publicidade, enfim, pela lógica comercial, pela promoção da tecnologia em nome da modernidade e do político em nome da democracia», cobrindo, assim, a estratégia do mercado e constituindo o «golpe de Estado democrático».

o seu futuro, Jambeiro parece ter razão quando considera que «a construção de uma abrangente sociedade mundial da informação» implica a «expansão das oportunidades de cada sociedade» em ordem a sublinhar o que realmente a distingue (*Idem*: 3).

Talvez assim não seja exagerado dizer-se que, pela sua inquestionável proximidade entre o agente da decisão política, o espaço mediático e a vida quotidiana do cidadão a quem se dirigem (Carlos Correia, 1998b: 1), os media regionais/locais parecem encontrar-se em boa posição para anularem eventuais malefícios da massificação, encontrarem «espaços de recíproca intersecção e interpenetração» entre o local e o global (Buonanno, 1999: 25) e, simultaneamente, responderem às questões colocadas por autores, como Wallerstein (1984: 166) ou Robertson (2000: 182), quando consideram que tão importante é o universalismo para a compreensão do particularismo como o particularismo para o entendimento do universalismo. Perante a globalização e a desterritorialização, os media locais/regionais, cumprindo embora e à partida as funções classicamente atribuídas à comunicação social, ou seja, informar, formar e entreter, assumem, no entanto, importância acrescida na sua dimensão de «espaço convivial e de convívência», com especial referência para a função *informativa* e *utilitária* (Sousa, 2002: 5). Simultaneamente, assumem outras importantes funções, como a «produção simbólica» comunitária que, sublimando o sentimento de pertença (Carlos Correia, 1998a: 16), contribui para a «integração, socialização e aculturação dos membros da comunidade», resistindo não apenas às diferentes pressões trazidas (talvez mesmo, impostas) pela globalização, mas funcionando igualmente como meio de projecção do local no global (Camponez, 2002: 69, e Sousa, 2002: 5).

Num mundo globalizado em que, de acordo com Miguel Ferraz (Depoimento, 2008), os media parecem todos apostados em *olhar* os mesmos temas – muitos deles nada dizendo à generalidade das pessoas, ou, pelo menos, a uma parte significativa dos leitores, porque frequentemente alheados dos problemas que respeitam ao seu dia-a-dia –, os media regionais são «os únicos» que, no dizer do chefe de redacção do semanário *O Mensageiro* (órgão oficial da diocese de Leiria-Fátima), conseguem fazer uma leitura local dos acontecimentos e «acrescentar ao debate o contributo dos actores e autores de cada comunidade concreta».

Idêntica é a opinião de Reis Ribeiro (Depoimento, 2008), do *Notícias de Viana*, jornal de que foi o primeiro director após a passagem daquele semanário a órgão oficial da diocese de Viana do Castelo (1980), ao considerar que, «num contexto de país e de mundo em processo acentuado de globalização», a presença da imprensa regional/local torna-se absolutamente necessária. E não apenas como «afirmação de valores culturais e sociais, incluindo recursos económicos», mas também para proclamar e defender uma identidade que deve recusar o «nivelamento generalizador de mentalidades uniformizantes destruidoras de justa diversidade». Até porque – acrescenta, justificando – «a biodiversidade humana é um direito e um dever».

Por outro lado, e porque a imagem de um povo veiculada apenas pelos grandes meios de comunicação corre o risco de «esquecer ou até mesmo excluir acontecimentos e realidades regionais, contribuindo para o silêncio sobre eles e o adiar sucessivo de respostas», marginalizando gentes e regiões que «não conseguem fazer ouvir os seus direitos, riquezas e carências, as mais diversas», Reis Ribeiro vai mais longe, ao considerar que a imprensa regional constitui uma alternativa à globalização *dominadora* dos media, sendo, simultaneamente, uma «exigência do direito fundamental de informar e informar-se na viabilização e colaboração do acesso à verdade, emitindo-a e recolhendo-a, tornando os outros informados e enriquecendo-se num melhor e mais vasto sector da vida humana e social». É que, na opinião daquele antigo responsável pelo Secretariado Nacional das Comunicações Sociais da Igreja (SNCS), a imprensa regional, além de «proporcionar a possibilidade de entrada dos problemas e acontecimentos regionais no panorama sociopolítico da região, do País e até mesmo internacional», realiza igualmente «um serviço extraordinário e único na construção da comunidade regional em diálogo com as outras comunidades e a nação».

Perante a nova fase da dialéctica global-local e tendo em conta o modo diferente de *enfrentar* «o mundo de hoje caracterizado pela globalização» altamente favorecida pelas actuais tecnologias, também López Garcia (2002: 203-204) considera serem os media locais aqueles que estão em melhores condições para, a médio prazo, triunfarem no seu *habitat* natural e originarem «novas acções», tanto locais como globais. Só que, à partida, esse eventual êxito estará dependente de uma «revitalização jornalística», cuja necessidade e urgência não são, aliás, exclusivas da imprensa regional/local, mas antes a consequência de «uma certa desorientação que presidiu à evolução do jornalismo nos últimos anos». Está-se, no caso, perante a «perda de fiabilidade» referenciada por López Garcia (2002: 201), que cita, a propósito, Ramonet (1999: 14-15).

Em causa, designadamente e de acordo com aquele investigador, a ausência de sintonia entre uma parte da oferta e a procura (consequência, porventura, das rotinas e da «profissionalização» das fontes, conduzindo «a uma agenda induzida e a conteúdos por vezes exagerados das procuras dos destinatários»), que, paralelamente ao «êxito do espectáculo comunicativo face à informação», tem vindo a colocar o jornalismo numa encruzilhada de difícil saída. Não, no entanto, impossível.

São, para o efeito, várias as hipóteses («não parecem existir soluções mágicas ou uma única alternativa»), mesmo que, à partida, todas pareçam apostadas numa actuação prioritária no campo dos conteúdos, recuperando «a sintonia com os destinatários e os produtos fiáveis de qualidade». E, assim, talvez se deva atentar na opinião, se bem que polémica, de López Garcia (2002: 204), ao considerar que boa parte das hipóteses para a construção de uma informação «de qualidade e credível» são de âmbito local, já que uma «maior proximidade com os destinatários permite um campo de experimentação privilegiado para dar respostas satisfatórias aos novos desafios».

A articulação das diferentes escalas da realidade

Aceitando como válida a tese, segundo a qual o actual contexto económico e social é favorável ao surgimento de valores mais regionalistas, não será, pois, de espantar que, a curto prazo, se assista ao desenvolvimento de identidades e dinâmicas locais, cada vez mais fortes e territorialmente abrangentes. Com reflexos inevitáveis na imprensa regional, já que, como defende a AIND (Obercom, 2001: 197), a par de uma «personalização comunicacional», que dará origem a «grupos desmassificados» pequenos e focalizados num determinado espaço territorial, a comunicação, até por razões de sobrevivência, terá de privilegiar públicos cada vez mais localizados, ou seja, terá de passar a actuar preferencialmente no lugar onde acontecem as decisões que respondem aos interesses/necessidades desse mesmo público.

Resistindo às *regras* ditadas pela globalização, em especial a distância, o desencontro e o desconhecimento, onde com nada nos identificamos no interior dessa «desordem global», aquilo que realmente se conhece, o que está mais próximo, passa a ser o nosso elo de ligação ao mundo (Coelho, 2006: 35). Como acontece, por exemplo, em relação aos media regionais/locais.

Foi, aliás, neste contexto que se terão multiplicado as «abordagens teóricas sobre a comunicação social identitária, regional e local», enquanto «meio privilegiado de afirmação e fortalecimento de comunidades e/ou culturas locais» e, simultaneamente, espaço de «dinamização da cidadania vivificado por essas comunidades e culturas». Concretamente, trata-se da recuperação de «uma sintonia entre o jornalismo e a vida única» (Carlos Correia, 2006: 3), com base no argumento de que não basta a esses media a denúncia dos problemas que afectam a comunidade, porque é de sua obrigação «envolverem-se no esforço colectivo de promoverem o debate e a discussão racionais», visando a procura de soluções para esses mesmos problemas (Coelho, 2006: 12).

Ao ser olhada (repensada), não tanto como complemento, mas sobretudo como alternativa, impondo a sua capacidade de envolvimento em diferentes formas de «exercício de sociabilidade» e no «aprofundamento dos processos de deliberação democrática», capazes de criarem espaços públicos, no interior dos quais se procede à apresentação e análise de temas referentes ao quotidiano das comunidades e dos cidadãos que as habitam, a imprensa de proximidade tem boas condições para colaborar na diminuição dos efeitos perversos da massificação promovida pela generalidade dos media (Carlos Correia, 2006: 3-4). Está-se, no caso, perante factores que, consequência da proximidade com as pessoas, instituições, grupos e colectividades, incluindo as que se encontram deslocadas do seu espaço geográfico, fazem com que os órgãos regionais de comunicação social disponham de uma capacidade dificilmente substituível. Ou seja, no contexto do panorama mediático actual, a imprensa regional/local contém virtualidades que lhe permitem uma certa perpetuação no tempo ou, pelo menos, um tempo de vida útil mais alargado. Como porventura nenhum outro meio.

Para tal, no entanto, terá de se repensar a partir da reinvenção da escala e dimensão da maioria das empresas que lhe servem de suporte, visando, designadamente, a possibilidade de definir novas estratégias editoriais e uma capacidade de demarcação em relação aos poderes e pressões locais.

Em causa, concretamente, a recusa de «velhas estratégias» e o abandono de «rotinas profissionais», através, por exemplo, da elaboração de notícias para os diferentes suportes; da oferta de «temas diferenciados, com enfoques próprios, tratamentos em profundidade» e pontos de vista variados (a importância de sair da redacção e *ir à rua*); do aproveitamento dos recursos tecnológicos colocados à disposição do tratamento da informação; e da atenção à «defesa da interculturalidade» e ao «consumo crítico da informação», ajudando os destinatários a melhor entenderem, a melhor diferenciarem informação e comunicação e a melhor conhecerem o modo de funcionamento do «mercado informativo» (Garcia, 2002: 204-205). Sem poderem ignorar igualmente a necessidade de repensarem as estratégias de comunicação e de *marketing*.

À semelhança do que acontece em relação à generalidade do jornalismo impresso de qualidade, o que realmente está em causa é uma comunicação integrada, capaz de criar e gerir marcas distintas e apelativas, concretamente, títulos que sobressaíam por entre a concorrência e cativem o consumidor, a par de um *marketing* que não poderá ser só comunicação, porque terá de ser sobretudo «*conhecimento do mercado, orientação para o mercado*» (Sousa, 2006: 7-8).

Integrados num globo que, «contraído», já não é «mais do que uma vila» e o local está, como nunca, dominado por «tensões globalizantes» (Carlos Correia, 1998a: 164); perante uma dialéctica global-local centrada numa nova fase, em que as tecnologias multiplicaram igualmente os espaços globais e locais (Moragas Spà, *apud* Garcia, 2002: 200) e confrontados com uns media de âmbito nacional arredios ao cumprimento da função de porta-vozes das «pulsões regionais, comunitárias e locais», tanto sociais como políticas (Cádima, 1999: 17-18), os meios de comunicação regionais terão de ser, simultaneamente, «instância de reforço da identidade das comunidades com que se relacionam» e «espaços de uma potencial abertura ao mundo» (Carlos Correia, 1998a: 157). Resumindo, local e global não mais poderão olhar-se como oposição, mas terão antes de funcionar como realidades interdependentes. Ou seja, e parafraseando Moragas Spà (1996: 49), quando se refere ao audiovisual, a nova sociedade de informação não é mais uma sociedade transnacional, mas, antes e concretamente, uma sociedade simultaneamente local e global.

Assim, a imprensa regional não pode erguer um búnquer diante do que chega *de fora*, mas terá antes de colaborar activamente na construção do entendimento do que há de novo no mundo, sem poder ignorar igualmente (a advertência é de Robertson, 2000) a importância das entidades culturais como argamassa de um modelo assente na «localização da globalidade». Mais: o local não pode ser indiferente ao global, mas, ao «fazer uma triagem do que interessa», está a possibilitar a

construção de uma sociedade local/global «sem espezinhar as identidades (Ferreira, 2005a: 161).

Partindo do princípio de que a «homogeneização cultural» e o consequente declínio das identidades no plano local/regional não são inelutáveis (Cádima, 1999: 16) e socorrendo-nos da opinião de Giddens (1997: 16), quando defende que é através da libertação dos «particularismos que a modernidade consegue ligar o local ao global», talvez se deva dizer que, apesar das pressões globalizantes que a cercam, a imprensa regional/local jamais poderá deixar de assumir «um aqui e agora incontornável centrado na ideia de espaço territorial» (Camponez, 2002: 47).

Tal facto está longe, no entanto, de permitir que, como adverte Cádima (1999: 16-17), apoiado na opinião de Lévi-Strauss, se ignore o princípio de que «quanto menor for a possibilidade de as culturas locais receberem, de fora, novos aspectos da cultura universal, menos capazes serão também de entender a sua própria identidade», no caso, a especificidade que lhes marca a diferença. Dito por outras palavras: a globalização, quando *instalada*, implica «uma profunda reformulação do conceito de território», afectando inegavelmente boa parte do quotidiano social, «particularmente as suas formas de representação identitárias» (Camponez, 2002: 29). Assim e de acordo com a opinião de Armand e Michèle Mattelart (1997b: 146), segundo a qual, no mercado mundializado, qualquer estratégia é simultaneamente local e global, poderá dizer-se que a globalização, para ser entendida, exige o seu contraponto – a localização.

Ainda segundo Mattelart (1997a: 332), importará igualmente ter-se uma visão de conjunto, e não apenas do global e local, mas também e simultaneamente do internacional, do nacional e do regional, já que todas estas «escalas da realidade» só fazem sentido quando articuladas entre si, quando se «relevam as interacções», quando se recusa o estabelecimento de «dilemas e binaridades para procurar fontes, mediações e negociações que se operam entre as diversas dimensões», sem que, no entanto, se negligencie a existência de relações de força entre elas.

Não será também pelo facto de todos os homens, independentemente do lugar onde vivem, poderem assistir em directo ao desenrolar dos mesmos e importantes acontecimentos (logo, noticiáveis) que passaremos a partilhar idêntica visão do mundo e a possuir uma mesma representação da realidade (Rodrigues, 1999: 24-27). Do mesmo modo que, como escreve Mike Featherstone (1997: 156), não é o isolamento que constitui factor de desenvolvimento nem representação de identidade, mas antes a visão plural e de respeito mútuo pelas diferentes identidades e sua formação, de forma relacional e cultural. De forma relacional, porque, como explicita Firmino da Costa (1992: 52-53), a definição de cada *nós* só é feita por relação de demarcação face a *outros* (de quem nos distinguimos ou a quem nos opomos); de forma cultural, porque envolve «imagens e categorizações do universo social, sentimentos e valorações a respeito dos seus componentes, formas de expressão e códigos comunicacionais, símbolos de identificação e práticas carregadas de simbolismo identitário».

Por outro lado, ao referenciar como funções específicas da imprensa de proximidade, designadamente, a contribuição para o desenvolvimento da cultura e identidade regional, a promoção das suas potencialidades de desenvolvimento ou, ainda, o favorecimento de uma visão da problemática local, «integrada no todo nacional e internacional», o Estatuto da Imprensa Regional veio recolocar a pertinente questão do jornalismo cívico e a ligação da informação («função social do jornalismo») aos espaços públicos localizados. Schudson (1998: 136), que também o designa por jornalismo público, considera que «a sua premissa básica se situa no *propósito* que visa a melhoria da qualidade de vida cívica através do apadrinhamento da participação e do debate».

Surgido, designadamente, da necessidade, por alguns sentida, de fazer com que as ideologias comunitárias, de menor dimensão e de proximidade, conseguissem resistir com sucesso às «superestruturas» que «tentam abafar formas anteriores, supostamente mais naturais e autênticas» (Bourdieu, 2000: 10), o jornalismo cívico provoca, na prática, interrogações de fundo sobre questões não de todo menores. A começar pela proximidade (tema recorrente no jornalismo regional), que conduz a um repensar das práticas jornalísticas e obriga a rediscutir «o papel e o lugar dos jornalistas e do jornalismo face ao espaço público dos cidadãos» (Camponez, 2002: 165).

Questões semelhantes se poderão colocar em relação à natureza do discurso desses media quando *confrontados* com o chamado jornalismo de causas ou a propósito do progressivo esbatimento da objectividade, porventura, uma consequência da *contaminação* por outras formas comunicacionais, em que «a emoção e a afectividade prevalecem sobre a informação» ou, ainda, porque, no dizer impressivo, ainda que algo pessimista, de Mário Mesquita (2003a: 207), o conceito esteja a ser arrumado por bastantes «no sótão, entre as velharias sem préstimo».

A valoração dos significados relacionados com o lugar

O que atrás se diz, com relevância para o *aqui* e *agora* referenciado por Camponez (2002: 46-47), coloca, no entanto, questões relevantes, designadamente a referente à tradicional concepção sobre o espaço que, num mundo cada vez mais globalizante, é permanentemente confrontado «com a emergência de realidades bem mais complexas e distintas». Como adverte McQuail (2003: 492), os significados dos media são estruturados em relação ao lugar, de tal modo que, na generalidade, as notícias só são realmente compreendidas quando conseguem responder à questão «onde?». Assim, além de estarem habitualmente sediados num ponto concreto, os media continuam na prática a ser «desenhados para uma audiência territorialmente localizada numa nação, região ou cidade», ou seja, o seu conteúdo (parte substancial dele, pelo menos) oferece respostas implícitas

sobre o aqui em oposição ao ali, ou, por outras palavras, sobre o que é próximo em comparação com o que é mais ou menos distante.

Tomando por referência o verificado na indústria – onde a produção em série de «objectos standardizados, rigorosamente idênticos uns aos outros no interior de uma mesma série», não permite a conclusão de que a «standardização da produção» conduz à «homogeneização do consumo» (ao impelir as empresas a explorarem os mercados de *nicho*, a concorrência exige produtos «cada vez mais numerosos, diversificados, em pequenas séries, elas próprias diversificadas pela multiplicação das opções» –, Warnier (2002: 95-96), contestando o pessimismo de alguns, considera que também as mudanças tecnológicas registadas nos meios de comunicação social apenas estarão a contribuir, na prática, para a «multiplicação de públicos singularizados ao extremo».

Como escreve Stiegler, em relação ao papel a atribuir aos media na definição de acontecimento, as actuais indústrias de informação não se contentam «em registar *o que acontece*, porque, se assim fosse, era preciso registar tudo *o que acontece*. Ora, *o que acontece* apenas acontece na medida em que não é um tudo, na medida em que se distingue do tudo e o valor da informação reside, precisamente, em resultar de uma hierarquização dentro de *o que acontece*. Seleccionando o que merece o nome de acontecimento, essas indústrias co-produzem, no mínimo, o acesso de *o que acontece* ao estatuto evenemencial. Não *tem lugar*, não *acontece* senão aquilo que é coberto. Milhares de acontecimentos acontecem sem terem tido lugar, ou tiveram lugar sem terem acontecido e não chegarão, portanto, aos seus anónimos e improváveis destinatários» (*apud* Rebelo, 2006: 24).

Está-se, no caso, perante a «desrealização do espaço e do tempo», uma desrealização que, na opinião de José Rebelo, se acentua com a velocidade a que se procede à mediatização, ou seja, com a mesma velocidade que se promove *o que acontece* à categoria de acontecimento. Citando de novo Bernard Stiegler, quando este considera que, pelo facto de existir uma conjugação entre «efeito real da captura e tempo real da sua transmissão», fazendo com que «acontecimento, captação desse acontecimento e transmissão dessa captação constituam um único e mesmo instante, uma única e mesma realidade temporal», acrescenta aquele sociólogo: ao tempo da cronologia e da história sucede agora «um tempo que se expõe instantaneamente». Com todas as consequências daí inerentes, incluindo o facto de se poder estar perante a iminente concretização da ideia de «inteligência colectiva», enquanto «expressão de processos e standardização, de homogeneização», operados, sobretudo, através dos meios de comunicação de massas (Rebelo, 2006: 24-25).

É certo que a imprensa regional tem vindo a registar alguma evolução, visando, designadamente, uma progressiva revalorização do seu papel, «enquanto instrumento privilegiado na manutenção ou na reactivação de formas comunicativas pré-industriais, alternativas aos modelos de comunicação massificados» (Camponez, 2002: 74). Só que, se esses media pretendem mesmo afastar as

críticas que os remetem para formas menores de comunicação, com o argumento de que muitos deles continuam a navegar «nas águas turvas de um jornalismo pré-industrializado», com limitadas noções de ética, pouco profissionalizados, temerosos, caciquistas e demasiado dependentes de «atitudes paternalistas», terão de, segundo a AIND, «conceber e implementar novas políticas de gestão»; melhorar «a estrutura técnica, organizacional e comercial»; classificar e definir posicionamento e mercados; revelar «maior ambição e espírito empresarial»; aperfeiçoar o *design* e a estética e «estabelecer relações de parceria com outras empresas» (Obercom, 2001: 197-198).

Idêntica parece ser a opinião de Paulo Faustino, quando adverte para o facto de a competitividade registada nos mercados não se compadecer com «comportamentos empresariais amadores e individualistas», sempre à espera de «atitudes paternalistas» e de apoios estatais; quando considera que, em situação de permanente mudança, como a actual, e perante um mercado editorial cada vez mais competitivo, terão de ser os gestores das empresas afectas à produção da informação regional/local os «principais agentes e mentores» da profissionalização dessa mesma imprensa; ou, ainda, quando defende que o negócio deve ser visto e assumido como uma verdadeira «actividade empresarial privada, capaz de gerar riqueza e de satisfazer necessidades de certos colectivos da sociedade» (Faustino, 2000: 95-96).

Tudo isto, no entanto, sem se ignorar que é «através da consciência crítica e deontológica» que vivificam as condições necessárias para que o jornalismo (todo o jornalismo, incluindo o regional) «não passe cada vez mais ao lado do exercício da cidadania». E, assim, talvez seja profícuo estabelecer «um paralelo entre o projecto regionalista ou regionalizador e o projecto subjacente a uma certa ideia de interactividade» que ainda parece resistir no interior dos media regionais. Em causa, no fundo, a necessidade de superar «a massificação e a virtualização crescentes, resultantes do gigantismo introduzido pela transformação da noção de espaço», tentando «voltar a relacionar os assuntos que dizem respeito à pólis com a própria vida quotidiana» (Carlos Correia, 2000: 5-6).

Ao desenvolver uma série de conceitos, visando a conceptualização do «processo de vida dos indivíduos, incluindo os seus caminhos diários, semanais e mensais», Giddens (*apud* Urry, 2002: 390) vai mesmo mais longe, não tanto ao referenciar a regionalização como o primeiro desses conceitos, mas ao defini-la como «a zona de tempo-espaço relacionada com práticas sociais rotinizadas».

Vem a propósito dizer que a evolução advogada para a imprensa regional/local está longe, no entanto, de significar a proposta de um engajamento mais ou menos panfletário a esta ou aquela região, mas antes – pensamento porventura «utópico e provavelmente ingénuo», mas nem por isso menos verdadeiro – a aposta em um campo jornalístico regional que, mantendo as suas especificidades próprias (e que constituem a sua diferença), consiga superar «a presença dos caciquismos, o constrangimento resultante da omnipresença dos poderes locais e a ausência da formação e da profissionalização que ainda imperam em muitas empresas

jornalísticas localizadas fora da capital» (Carlos Correia, 2000: 6). Ou seja, para conquistarem o futuro, os media de proximidade terão de atentar na advertência de López Garcia (2002: 200), quando considera que a ultrapassagem da encruzilhada em que se encontram só será possível através da revisão das «estratégias, tanto empresariais como informativas».

Citando a tese de doutoramento há quase um século defendida por Harold Innis (*History of the Canadian Pacific Railroad*), segundo a qual o desenvolvimento do Canadá terá sido, em parte, uma consequência do caminho-de-ferro, não tanto pela construção da rede de transporte em si mesma, mas sobretudo pelos *conteúdos*, ou seja, pelo contributo dado à «deslocação» da imprensa dos grandes centros para as periferias, Rui Cádima (2004: 43), perante o facto de Portugal permanecer demasiado marcado pela interioridade e por um «débil desenvolvimento das comunidades e indústrias no plano local e regional», considera que os meios de comunicação social, devidamente reformatados, poderiam constituir-se em importante contributo para o desenvolvimento do País, tanto nas regiões do interior, como ainda nos limites e periferias das grandes urbes. E tudo isto apesar de, a montante dessa debilidade, se situarem as fulcrais (e já referenciadas) questões da iliteracia, da formação e da educação, arrastando uma enorme fragilidade no plano dos media locais e regionais. Como Harold Innis, que conseguiu intuir, há quase um século, o papel fundamental desses meios no crescente desenvolvimento de um país, também, salvas as devidas proporções, importa criar as condições para que, de acordo com Cádima, o mesmo possa suceder, hoje, em Portugal.

Entre a apologia e a notória ausência de síntese

O que aqui se escreve a propósito da generalidade da imprensa regional/local se poderá dizer, *mutatis mutandis*, sobre boa parte dos media que, directa ou indirectamente, são pertença da Igreja Católica. A ponto de haver quem considere que, pelo menos em relação a parte substancial desses títulos, continua bastante actual o «retrato amarelecido» feito por Silva Araújo, em colóquio promovido pela Universidade Católica, em meados dos anos 80 do século passado (1984). Trata-se de um texto, posteriormente recuperado pelo padre João Aguiar Campos, ao apontar, em artigo publicado na revista *Communio* (1992: 79-80), entre as velhas deficiências da imprensa regional/local de inspiração cristã, a paradoxal ausência de informação regional; a insistência na apologética em detrimento do esclarecimento; e ainda o facto de ser maioritariamente dominada por uma «notória ausência de síntese».

Na generalidade dos casos – acrescentava Aguiar Campos – a informação veiculada por essa comunicação social está um pouco longe de cumprir os objectivos propostos por Andrés Romero, nesse mesmo colóquio, ou seja, «ser porta-voz e pioneira na promoção e desenvolvimento» da região onde se insere (afinal, a razão

primeira da sua existência); não se alhear em relação às aspirações e necessidades de cada cidadão, de cada comunidade e de cada terra; «activar a consciência regionalista»; lutar pela preservação dos patrimónios histórico e cultural; «promover iniciativas tendentes a assegurar e consolidar o desenvolvimento»; ensinar «a entusiasmar-se com as peculiaridades regionais»; e «vincular a região com o mundo circundante», sem nunca, no entanto, ignorar a importância de preservar as suas raízes (Campos, 1992: 80).

A tudo isto haverá que acrescentar-se o facto de boa parte desses jornais (talvez mesmo a maioria) parecer sentir grandes dificuldades em intuir o princípio defendido, ainda que em outro contexto, pelo sociólogo Guy Rocher (1999: 146), quando, em finais da década de 1960, na Universidade de Montreal (Canadá), dizia aos seus alunos que só através de formas indirectas as novas técnicas de comunicação de massa seriam realmente socializadoras.

Assim, pois, uma questão não de todo despicienda: será que esses jornais conseguem realmente responder às necessidades detectadas pelo patriarca de Lisboa, D. José Policarpo (1995: 83), quando, perante «os novos desafios» e com base no pressuposto de que, em Portugal, a generalidade dos media trata «de forma muito superficial o mundo religioso», defende a existência, por parte da Igreja Católica, de meios de comunicação social próprios, para que mais directamente chegue «ao grande público» e, assim, mais facilmente consiga transmitir «as suas mensagens religiosas e a sua visão do mundo»?

II
DAS ORIGENS À ACTUALIDADE
ou as múltiplas contradições de uma história

A primazia do local nos cenários pré-modernos tem sido largamente destruída pela descontextualização e pelo distanciamento espaço-temporal.

ANTHONY GIDDENS

Em Portugal, o discurso sobre a imprensa regional contrasta, de forma flagrante, com a sua própria realidade. O discurso é grandiloquente, mas a realidade é paupérrima

MÁRIO MESQUITA (1994)

A imprensa regional constrói-se no compromisso com a região e com as pessoas que a habitam.

CARLOS CAMPONEZ

Na imprensa regional, pode falhar um artigo de opinião ou até mesmo o editorial, a necrologia é que nunca pode faltar.

ANTÓNIO PAULOIRO (1971)

Apesar de todas as dificuldades e carências com que se debate, esta comunicação social (...) merece ser olhada com profundo respeito e interesse, pelo que representa de uma proposta rica e inovadora.

JOÃO PISSARRA ESTEVES

1. Uma história que remonta ao século XIX

Tomando por base a opinião de vários autores, talvez não seja exagerado dizer-se que a imprensa regional portuguesa teve a sua origem no primeiro quartel do século XIX (Sousa, 2002: 7), quando começaram a proliferar, um pouco por todo o lado, inúmeros jornais locais e regionais, muitos deles ligados à Igreja Católica ou a organismos e instituições dela dependentes, a tipografias, a pequenas empresas de comunicação e até mesmo a autarquias.

Vem a propósito referir que, exceptuando o caso de um ou outro magazine e, ocasionalmente, de alguns semanários de informação geral, continua pertinente a ideia expressa por Mário Mesquita em relação à penúltima década do século passado, segundo a qual a expressão imprensa de expansão nacional correspondia, na prática, «se não a mero eufemismo, a uma declaração de intenção»: porque a audiência dos jornais de Lisboa e Porto é muito reduzida nos interiores Sul e Norte e porque, em termos de informação, o País se encontra repartido em duas regiões, «quase estanques, com sede em Lisboa e no Porto, situando-se a fronteira na zona de Coimbra» (Mesquita, 1994: 384). Ou seja, provavelmente, não há, em Portugal, jornais nacionais. Terá sido, aliás, através da constatação do facto que Sofia Santos (2007: 28-30) considera que uma análise à imprensa portuguesa pode ser feita pela categoria nacional e regional ou, em alternativa (talvez até principalmente), pelo parâmetro que opõe a diária à não diária.

Opinião idêntica à de Mesquita tem Joaquim Letria (*Jornal de Leiria*, Fevereiro de 1994), quando considera o termo (nacional) atribuído aos jornais de informação geral editados em Lisboa e no Porto um equívoco estrategicamente criado pelos seus responsáveis, com o objectivo primordial de «explorar» as tabelas de publicidade aplicadas às agências. Diz a propósito: «Os jornais de Lisboa e Porto são lidos um bocadinho em ambas as cidades e poucos exemplares são espalhados pelo País». E porque assim é, Letria avança mesmo com a (polémica) conclusão, segundo a qual a imprensa regional, apesar de «pobre, mal feita» e frequentemente dependente das estruturas da Igreja, sempre teve mais influência junto da maioria dos portugueses do que a denominada imprensa nacional.

Porque, entretanto, quase nada de significativo se alterou em relação à situação, parece permanecer actual a constatação de Nobre-Correia, quando, nos anos 90, perante a ausência de um jornalismo inserido na realidade do País, lamenta o facto de os diários portugueses continuarem a ser, quase exclusivamente, jornais de Lisboa ou do Porto, dando pouca importância ao que se passa para além das áreas urbanas daquelas cidades. Ou seja, mostram-se «incapazes de reflectir o palpitar da vida quotidiana das gentes das cidades e das aldeias da *provincia*», fazendo com que desde logo essa mesma provincia pouco se interesse por eles ou até mesmo os ignore (Nobre-Correia, 1996: 92).

À semelhança, aliás, do que se regista em outros países europeus (Pinto, 2001: 29), qualquer análise um pouco mais detalhada das vendas dos principais diários portugueses permite concluir que nenhum deles é efectivamente nacional, antes se comportando como um grande jornal regional. Bastará atentar nos dados da Associação Portuguesa para o Controlo de Tiragem e Circulação (APCT), referentes à circulação, no primeiro trimestre de 2007, dos diários generalistas ditos de âmbito nacional (*Correio da Manhã, Diário de Notícias, Jornal de Notícias, Público e 24 Horas*¹⁹), para se concluir que não existe, em Portugal, nenhum diário que cubra uniformemente todo o país, sendo mesmo que a sua comercialização é quase residual em distritos como Bragança, Guarda, Portalegre ou Beja, onde a média de vendas fica aquém de um por cento da sua circulação global. Excluindo Lisboa e Porto, as únicas excepções, e mesmo essas pouco significativas, dizem respeito aos distritos de Setúbal (com uma média de vendas a rondar os oito por cento), Faro, Aveiro, Braga e Coimbra, em que essa média é da ordem dos cinco por cento cada.

De referir ainda que, de acordo com a APCT (2007), Lisboa consome quase 40 por cento do número de exemplares vendidos desses diários, seguindo-se o Porto, com mais de 21 por cento. Tal facto faz com que estes dois distritos, habitados por menos de 40 por cento da população do País, absorvam quase dois terços (aproximadamente 60 por cento) dessas vendas.

População vs. diários nacionais generalistas

	População (%)	Circulação de jornais (%)
Lisboa (distrito)	22.0	39.8
Porto (distrito)	17.1	21.1
Resto do País	60.9	37.8

¹⁹ Estes dados são anteriores ao encerramento do *24 Horas*, registado a 29 de Junho de 2010 e ao aparecimento do *I*, cuja primeira edição data de 7 de Maio de 2009. Porque tais factos em nada ou quase nada alteraram as percentagens registadas em 2007, permanecem idênticas as conclusões.

E nem o facto de algumas dessas publicações serem adquiridas, não apenas por residentes, mas igualmente por uma *população flutuante*, que por diferentes razões, incluindo profissionais, se desloca regularmente às cidades de Lisboa e Porto, consegue amenizar tais disparidades em relação ao resto do País.

Entre a bicefalia e a macrocefalia

A propósito desta bicefalia, de sublinhar ainda a existência de uma enorme disparidade em relação ao distrito de Lisboa, que, com menos de um quarto do total da população (22 por cento), consome mais de 40 por cento dos media vendidos, significando, na prática, uma aquisição regular cerca de três vezes superior à registada no Porto. Ou seja, apesar de algo amenizado o dualismo denunciado, em meados da década de 1960, por Sedas Nunes (1964: 407-420), segundo o qual «restritas áreas de economia e sociedade moderna» coexistiam com «toda uma vasta gama de economia e sociedade tradicional» (duas sociedades a habitarem o mesmo território, mas a viverem em espaços diferentes), e de, para além das desigualdades sociais registadas na repartição do rendimento, toda a população, do ponto de vista territorial e regional, ter «em princípio acesso aos bens e serviços, aos direitos, aos sistemas institucionais e aos circuitos comerciais e de informação da sociedade moderna», o facto é que, na opinião de António Barreto (1996: 58), os distritos de Lisboa e Porto (mais aquele que este) continuam a afirmar-se como «lugares privilegiados». Mesmo quando, em relação «ao fenómeno de “não integração na sociedade moderna”, de que falavam os analistas interessados na perspectiva dos dualismos, sucedeu um outro, composto por uma economia “informal”, pela marginalidade e pela “exclusão”, onde são numerosos os desempregados e subempregados, os que vivem de expedientes e em condições de precariedade».

Ainda de acordo com a APCT, os jornais editados em Lisboa têm grandes dificuldades de penetração no Norte do País (acima de Coimbra), o mesmo se verificando em relação à região do Sul, por parte dos do Porto. De citar, como exemplo, os casos do *Diário de Notícias* (Lisboa), cuja venda é maioritariamente efectuada (superior a 70 por cento) nas zonas da Grande Lisboa e do distrito de Setúbal; do *Jornal de Notícias* (Porto), em que mais de dois terços dos seus leitores/compradores vivem nos distritos do Porto (bastante mais de metade), Aveiro, Braga e Bragança; ou do *Correio da Manhã* (Lisboa), cuja fatia maioritária dos seus leitores (da ordem dos 60 por cento) reside nos distritos de Lisboa, Setúbal e Faro.

Para além da iliteracia real, mais acentuada no interior do País e nas pequenas localidades do Litoral, muitas dessas disparidades têm também outras causas que não poderão ser ignoradas. De referir, designadamente, o poder de compra, bastante concentrado nos distritos de Lisboa (mais de 30 por cento do total), Porto, Setúbal e Aveiro, ou o índice de consumo (a riqueza por habitante em cada região), que é bastante desigual, chegando mesmo, em casos como Braga,

Vila Real ou Bragança, a ser exageradamente desproporcional, sobretudo quando em confronto com aqueles se colocam distritos como, por exemplo, Lisboa ou Faro.

Apesar de a macrocefalia ser inferior à registada com a imprensa generalista (consequência porventura do facto de a simpatia clubística, centrada nos três «grandes», se alargar a todo o País), idêntica, no entanto, é a situação dos diários desportivos (*A Bola*²⁰ *Record* e *O Jogo*), em que cerca de metade das suas vendas ocorrem nas áreas de Lisboa e do Porto. Em relação aos diários económicos, *Diário Económico* e *Jornal de Negócios*, a bicefalia Lisboa/Porto cede lugar a uma acentuada macrocefalia por parte da capital, que consome quase três quartos do total das vendas. O Porto fica-se pelos 13/14 por cento, sendo que em distritos, como Bragança, Portalegre, Guarda ou Vila Real, essa percentagem não vai além de um quase residual meio por cento.

O mesmo, ou quase, se poderá dizer em relação aos semanários e revistas de informação geral, com destaque para o *Expresso*, *Sol*, *Visão* e *Sábado*, em que, para além do facto de a circulação global ser muito desigual, a proporção é, no entanto, idêntica. Enquanto, por exemplo, nas regiões de Lisboa, Porto e Setúbal, se concentram cerca de dois terços dos leitores daquelas publicações, em distritos como Bragança, Vila Real, Guarda e Portalegre, essa percentagem não chega a um por cento.

Além de não se poder, pois, falar da existência de uma imprensa cobrindo, de modo mais ou menos uniforme, o País e da constatação de uma acentuada hegemonia, por parte de Lisboa (seguida a razoável distância pelo Porto), importa ainda sublinhar que os jornais referenciados como nacionais revelam uma enorme dificuldade de penetração nos mercados regionais/distritais, ou, seja, têm «um impacto relativamente reduzido no universo do tecido cultural e económico do território» e uma penetração diminuta fora daqueles dois centros urbanos. E o mais curioso é que a imprensa de proximidade parece continuar a desaproveitar esta «oportunidade para reforçar a sua posição nas respectivas áreas geográficas», ou seja, ao contrário do expectável, a limitada adesão aos jornais nacionais por parte dos leitores residentes em boa parte do território não tem constituído «uma oportunidade para a imprensa regional se tornar mais competitiva» (Faustino, 2004: 48).

Estamos, no caso, perante questões intrínsecas ao sector, algumas das quais de resolução difícil até porque agravadas pelo facto de a queda do analfabetismo e do desenvolvimento da classe média, bem como da melhoria dos níveis de vida e de consumo, não ter tido reflexos significativos no hábito da leitura de jornais. Talvez pelo facto de os Portugueses terem chegado a esse estágio de desenvolvimento, «que deixaria supor uma superior propensão para a procura de informação

²⁰ Ainda que *A Bola* não seja membro da APCT, os dados disponíveis sobre a sua audiência permitem concluir que a proporção não será diferente da registada em relação aos outros dois diários desportivos.

escrita», num momento em que já a televisão e a rádio satisfaziam tais necessidades (Barreto, 1996: 51-52).

Na sequência da «explosão da liberdade»

Independentemente do facto de se poder (ou não) falar na existência de uma imprensa verdadeiramente nacional, já que, na prática, todos os jornais serão apenas regionais, retome-se o que atrás se escreve, para se dizer que o surgimento da imprensa regional/local, tal como hoje se entende, terá acontecido no final da segunda década do século XIX, na sequência da «explosão da liberdade» resultante do triunfo da Revolução Liberal, espoletada no dia 24 de Agosto de 1820.

Apesar de considerarem a censura incompatível com a «existência de uma monarquia constitucional», a formação de um Governo «ao modo que a Nação o espera e o deseja», ou até mesmo com a aprovação de uma Constituição, os líderes revolucionários, «mesmo extremistas», remeteram-na «prudentemente» para a lista das questões fracturantes a serem debatidas pelo «poder legislativo em Cortes»: para não afugentarem os cidadãos de «casaca preta e gravata branca» e conseguirem a adesão da classe média e dos comandos da força pública, considerados indispensáveis à manutenção da «nova ordem» (Tengarrinha, 1989: 123-126). Uma tal decisão fez com que a liberdade de imprensa apenas tenha sido estabelecida, em 1821, através do Decreto-Lei de 4 de Julho, considerado um dos trabalhos mais bem elaborados pelos constituintes. Foi constitucionalmente consagrada a 23 de Setembro de 1822, quando as Cortes Gerais Extraordinárias e Constituintes da Nação fizeram aprovar, «em nome da Santíssima e Indivisível Trindade», a primeira Carta Constitucional Portuguesa.

Então, com base no princípio de que «a livre comunicação dos pensamentos» constituía um dos «mais preciosos» direitos do homem, os constituintes acharam por bem determinar que, a partir daquela data, os Portugueses poderiam, «consequentemente» e «sem dependência de censura prévia, manifestar as suas opiniões em qualquer matéria». E, apesar da curta vigência do texto constitucional, houve tempo, no entanto, para se assistir ao surgimento de uma quantidade alargada de títulos, a par de uma quase radical transformação do periodismo, tanto em termos de conteúdo, como de grafismo.

Até então, de facto, o periodismo português não ia muito além da redacção de folhas volantes que, sem carácter regular, se limitavam a relatar «com grandes minudências, mas nem sempre com muita verdade», importantes acontecimentos nacionais ou internacionais entretanto ocorridos (Tengarrinha, 1965: 470-471); das publicações de almanaques, efemérides e *mercúrios*, apresentados como «súmulas de factos extraordinários e fortuitos, não interpenetrados» (Alves, 2005: 152); ou ainda da edição de uma «pobre e insípida» *Gazeta de Lisboa* (1715), que, tendo passado a diário seis semanas depois do aparecimento do primeiro quotidiano

português, o *Diário Lisbonense* (Maio de 1809), foi, ao longo de vários anos, o único jornal informativo publicado em Portugal (Tengarrinha, 1989: 110).

Pese embora o aparecimento de publicações ditas de evasão e de crítica social, bem como a edição de vários diários, consequência da «bulimia» da notícia e da «diabolização» do inimigo, em tempo de invasões napoleónicas; do desenvolvimento do periodismo literário; ou de uma certa dinamização registada em relação aos jornais especializados, o facto é que, até então, a imprensa periódica portuguesa viveu em uma quase permanente e «profunda apatia», servindo, na prática e apenas, os interesses dos poderes públicos e religiosos.

À ausência de isenção política, irregularidade na publicação ou docilidade perante os poderes, consequência de uma apertada e «rígida censura», Tengarrinha (1965: 473-474) acrescenta outros *vícios* merecedores de registo: uma distribuição praticamente limitada ao local onde o jornal estava sediado; um conjunto de leitores maioritariamente constituído por assinantes; uma técnica jornalística «rudimentar, tímida e imperfeita», raramente preocupada com a certificação das fontes e fazendo com que, exceptuando as questões políticas e militares, os acontecimentos passassem despercebidos ou ficassem aquém do «relevo compatível com a sua importância»²¹; e, ainda, uma falta de *pudor* perante a publicação de notícias com semanas e até meses de atraso.

Para além dessa *apatia* e independentemente de o facto do despotismo militar começar a ceder lugar ao «despotismo civil e religioso», em que a promulgação de decretos sobre decretos e de ordens sobre ordens dava «logo cabo de todos os escritos» (Carvalho, 1820: 229), nada, no entanto, continuou a ser igual no periodismo português: a «semente revolucionária», lançada por ocasião das invasões napoleónicas, quando, para unir o povo contra a França, «tudo se escrevia, todos escreviam e a todos era lícito revelar seus pensamentos», começava a germinar, ainda que, porventura, apenas «aqui ou além» e de forma cautelosa (Tengarrinha, 1965: 475). Entretanto, perante as restrições vividas no Reino, a imprensa foi procurando *abrigo* junto dos círculos de emigrantes políticos, em Paris e, principalmente, em Londres, donde, no relatar de Luz Soriano (1890: 455), se «princiou a difundir abertamente entre nós, por todas as classes da Nação, as ideias liberais». De tal modo que, conscientes da ameaça que poderia advir da leitura desses «revolucionários papéis», logo os poderes instituídos trataram de impedir, por todos os meios ao seu alcance, a entrada no Reino da generalidade

²¹ Foi assim que, na edição posterior ao terramoto de 1755, que destruiu a capital e matou cerca de 60 000 pessoas, a *Gazeta de Lisboa* noticiou o facto: «Lisboa, 6 de Novembro de 1755. O dia 1.º do corrente ficará memorável a todos os séculos pelos terramotos e incêndios que arruinaram uma grande parte desta cidade; mas tem havido a felicidade de se acharem na ruína os cofres da fazenda real e da maior parte dos particulares.» A mesma edição dedicava 36 linhas à morte de um tal Frei Joaquim de São José.

dessas «folhas perigosas», editadas por «furiosos e malvados» e contendo notícias («afirmações») «sediosas e incendiárias».

Apesar da curta vigência da Constituição (de Outubro de 1822 a Junho de 1824); para além dos «interlúdios reaccionários de 1823-26 e 1828-33», que restabeleceram a censura e, com ela, arrastaram «um declínio evidente» no número e qualidade das publicações (Marques, 1976: 52-64); e, apesar dos «entorses, lacunas ou acidentes de percurso» relacionados com «a própria dinâmica da sociedade», o facto é que, como recorda José Alves (2005: 162), se assistiu a um significativo desenvolvimento da imprensa. De referenciar, como exemplo, a edição, em 1821, de 39 periódicos, incluindo vários diários, alguns deles sediados fora de Lisboa, quase todos com carácter político e muitos deles revelando já dinamismo gráfico e conteúdo pouco usuais para a época.

À semelhança, aliás, do que ia acontecendo na Europa, também entre nós começava a pertencer ao passado uma certa forma de fazer jornalismo, em que, como explicita Rebelo (2002: 14), os jornais quase se limitavam a ser meros «instrumentos de debate político e religioso ou suporte de ideias aprofundadas no âmbito de pequenos grupos». A ponto de, com frequência, se confundirem, porque realmente convergindo numa única pessoa, as figuras de proprietário, editor e redactor, ou seja, o «intelectual orgânico» de Gramsci, «auto-investido na missão de interpretar, condenar, explicitar e defender os anseios da classe com a qual se identificava». Em causa, um tipo de jornalismo que Jürgen Habermas (*apud* Rebelo, 2002: 14) classifica de *literário*, correspondendo, na prática, a uma fase de evolução da imprensa em que, importando menos o fim lucrativo, a quase inevitável falência «era formalmente assumida como instrumento de financiamento de um projecto político ou ideológico...».

Em marcha, um processo que, independentemente de eventuais exageros ditados pela circunstância (a evocação do tricentenário da *Gazeta*), levou Norberto Araújo (1941: 121) a escrever que, cerca de uma década depois daquela data (1834), já se podia falar da existência de um jornalismo português com qualidade (começava a «ser grande»), porque «liberto, tanto quanto possível, do bridão da Corte e das *licenças*, dos ecos do Governo e das autoridades». Talvez, pois, se possa dizer que se está perante o início do chamado processo de industrialização de «tipo moderno», que, apesar das limitações técnicas e das muitas dificuldades políticas, haverá de culminar, em Janeiro de 1865, com o aparecimento do *Diário de Notícias*.

Então, um certo culto pela «independência» e «objectividade», uma opção pela notícia em detrimento da opinião, tornando o seu conteúdo mais *apetecível*, e uma concepção actualizada de economia de mercado, através da agressividade comercial, da substituição gradual da venda por assinatura pela venda directa e de um aumento de tiragem, visando *atrair* mais anúncios mais bem pagos, fizeram com que o preço de venda ao público passasse a ser bem mais acessível, já que cerca de quatro vezes inferior ao usualmente praticado. Ou seja, de antigo «agente de

propaganda», o novo jornalismo pretendia-se uma indústria: pelo capital investido e pela adopção de processos mecânicos consideráveis. Terá sido essa, aliás, a ideia de Eduardo Coelho, ao fundar o *Diário de Notícias*, que, como ele próprio escreve no número zero (29 de Dezembro de 1864), se pretendia dirigido «a todas as classes», acessível «a todas as bolsas» e compreensível «a todas as inteligências».

Até então, no entanto, o periodismo português teve ainda de enfrentar questões difíceis, como as advindas das *Instituições* (1826) redigidas, na sequência da restauração do absolutismo, com base no argumento da «absoluta necessidade» de se começarem a experimentar «os saudáveis efeitos» que da liberdade se devem esperar, mas sem «os graves inconvenientes que de uma demasiada licença se têm já experimentado». E ainda que a Carta Constitucional outorgada por D. Pedro (1826) garantisse essa liberdade, o facto é que, na sequência do «regresso» de D. Miguel (Maio de 1828), cujo exercício do poder é constitucionalmente entendido como inviolável e sagrado e não sujeito «a responsabilidade alguma», se multiplicam as leis com o objectivo de limitar o direito de impressão ou demitir os censores «menos rigorosos», ao mesmo tempo que se proíbe a leitura de «qualquer periódico ou folheto impresso em país estrangeiro e escrito na língua portuguesa», se, para tanto, não houver licença real prévia.

Situação idêntica se registará tempos depois, com a restauração da Carta Constitucional, a partir da qual se dá origem a um longo período (1842-1851) de «muito forte» perseguição à imprensa da oposição. Para ultrapassar a letra da Carta, que, como atrás se recorda, garantia a liberdade de imprensa, recusando o recurso a qualquer espécie de censura prévia, o Governo (cabrilista) multiplicou a instauração de processos contra os jornais que se lhe opunham, dificultando-lhe a expedição postal e agravando-lhe os impostos, ao mesmo tempo que «ignorava» os assaltos que, «a soldo das autoridades policiais», eram regularmente feitos a redacções e tipografias (Carvalho, 2005a: 21).

Ainda que não tenha vigorado sequer um ano (foi revogada em Maio de 1851, na sequência do golpe liderado por Saldanha), merece, no entanto, referência a aprovação da *Lei das Rolhas* (3 de Agosto de 1850), que constituiu um «verdadeiro modelo» de supressão da liberdade de imprensa, através da aplicação «discricionária» de medidas repressivas. Além de punir com prisão e com pesadas multas, quem, por exemplo, fosse acusado de ultrajar a «moral pública e religiosa» e de provocar «ódio ou desprezo» pela governação ou contra «uma ou mais classes da sociedade», a lei ia mesmo mais longe, ao alargar o controlo aos vendedores de jornais, que não os podiam «apregoar de noite», nem «outra cousa mais do que o título do impresso» (*Idem, ibidem*).

Apesar destas entorses, das «vicissitudes diversas», das «lacunas e acidentes de percurso», das crises políticas e das limitações técnicas (Alves, 2005: 162), do facto de sete em cada dez portugueses viverem no campo e para o campo (recenseamento de 1890), das dificuldades de acesso ao mundo do saber, da ausência de uma pequena burguesia forte e motivada e ainda da existência de um elevado

analfabetismo, poderá, no entanto, dizer-se que o século XIX português foi «o século dos periódicos».

Tratou-se, na prática, de uma sequência lógica da liberdade de imprensa surgida com a Revolução de 1820, mas também, e porventura mais ainda, uma consequência dos propósitos dos liberais e (já antes) dos periodistas paroliberais exilados, preocupados com a formação da opinião pública (Torgal e Vargues, 1993: 692). Como, em 1841, escreveu Feliciano de Castilho, foi este um século «tão destruidor como criador», que matou a livraria e pôs em seu lugar o jornalismo. Aliás, assim devia ser, já que, acrescentava, ao pretender-se que o século fosse «popular», não se poderia ignorar o facto de os livros serem «a muita ciência para poucos homens», enquanto os jornais eram «um pouco de ciência para todos». Deste modo, o desenvolvimento registado seria o resultado (lógico) de uma política subordinada à ideia de difusão de «conhecimentos úteis ao nível do *noticiário* e da divulgação científica e *literária*» (*Idem*, 693).

Independentemente da dose de paixão implícita na conclusão, talvez, no entanto, seja justo dizer-se que a razão assistia a José Estêvão, quando considerava que só a imprensa periódica seria capaz de «concorrer para a reforma do País».

A actualidade e a vulgarização da informação

Com a revogação da *Lei das Rolhas* (Maio de 1851), na sequência da denominada Regeneração, em que a instabilidade cedeu lugar ao rotativismo partidário e a uma certa reconciliação política (Moreira e Pedrosa, 2004: 131), assistiu-se a um período de facilidades em relação ao jornalismo, através da publicação de importantes determinações legislativas, como o decreto que remeteu para o «perpétuo silêncio» todos os processos relativos ao abuso da liberdade de imprensa requeridos pelo Ministério Público (Maio de 1851), ou a lei que aboliu as cauções e restrições anteriormente estabelecidas (Maio de 1866).

Neste período de florescimento, prolongado até ao reinado de D. Carlos, que, pouco tempo depois de assumir o poder (Outubro de 1889), determinou uma série de providências repressivas contra a imprensa, merece referência curiosa o facto de ter ascendido a mais de 90 a média anual da criação de novos periódicos *generalistas* e *de especialidade*. Foi também nessa época que se assistiu ao nascimento do primeiro vespertino português (*Jornal da Noite*, 1871), uma experiência que haveria de se multiplicar e de vingar até aos anos de 1980. Especialmente em Lisboa, onde chegaram a coexistir quatro.

Continuando embora a sofrer de alguns dos males próprios de uma actividade subsidiária da «nobre arte da imprimissão», a imprensa registou, no entanto, uma significativa evolução, tanto em termos técnicos e administrativos, como ainda nos processos jornalísticos (Tengarrinha, 1965: 486).

De citar, como exemplo, o alargamento dos quadros redactoriais, até então maioritariamente constituídos por noticiaristas ou enciclopedistas de cultura rudimentar e «acanhadas luzes», muitos dos quais, além de redigirem com «ruim frase e pior gramática», se limitavam a ser pouco mais do que tradutores de folhas estrangeiras ou «mercenários», escrevendo a mais das vezes «o que lhes mandavam os poderes da Corte ou do Governo». E ainda que os baixos ordenados impedissem que muitos deles se dedicassem exclusivamente à profissão, o facto é que, pelo menos as publicações mais importantes, passaram a dispor, a par do pessoal da tipografia, de uma redacção constituída por um editor, que respondia perante as autoridades; um chefe, considerado «o espírito e a alma da edição» e um ou dois noticiaristas, encarregados das traduções das folhas estrangeiras e das compilações da informação nacional, nomeadamente o relato das sessões parlamentares. Alguns jornais contavam ainda com a colaboração de um folhetinista para a elaboração de notícias referentes às letras e artes (*Idem*, 487).

Porque, entretanto, quem escrevia, rapidamente entendeu que não poderia dispensar-se de o fazer nos jornais, sobretudo a partir do momento em que o mundo dos livros se constituiu em «apenas um anexo do mundo da imprensa, que era quem dava os pés ao império dos escritores» (Ramos, 1994: 47), a maioria dos periódicos passou a contar com a colaboração assídua dos maiores nomes das letras e do pensamento.

Tal facto, além de ter contribuído para a melhoria do jornalismo, fez ainda com que a actividade tenha granjeado enorme prestígio, com os profissionais a subirem na escala social, conseguindo mesmo alguns deles «alcançar altos lugares na vida política». Igualmente, e à semelhança, aliás, do que acontecia na Europa, os jornalistas, além de assumirem «lugar de relevo na vida intelectual», viam abrir-se-lhes «de par em par as portas dos salões da alta burguesia e da aristocracia» (Tengarrinha, 1989: 191-192). Foram, porventura, os tempos em que, no dizer curioso de Vitorino Nemésio (1945: 157-158), se cultivou um «jornalismo fortemente personalizado, esteio de cultura e seu altifalante», uma tradição que, no lamento daquele escritor com (alargadas) incursões pelos media, «viria a ser destruída pela industrialização do jornal».

Com os progressos técnicos e a melhoria dos meios de transportes e comunicações, a par do posterior aparecimento do telégrafo, os periódicos começam a caminhar mais depressa e melhor em busca da informação. Assistir-se-á, tempos depois, ao nascimento do repórter, que, abandonando a redacção, onde costumava aguardar pela notícia, passou a ir ao encontro do acontecimento, com o objectivo de sobre ele fornecer a maior quantidade de pormenores possível (Tengarrinha, 1965: 491).

Principal mecanismo de um universo «em que os negócios públicos tinham saído do segredo das Cortes para a praça pública», a imprensa começou a vulgarizar a informação, dando notícias do «que acontecia ao povo, incêndios, óbitos, suicídios, etc., quando antes só para os *grandes* havia efemérides» (Cunha, 1904: 86). E, assim, começou a ser olhada como «a *democracia*, a nova medida de todas as coisas».

Porque, por outro lado, o que se «dizia na Corte, nos ministérios, nos quartéis, nas câmaras municipais, nas oficinas, nunca se poderia tornar opinião importante se não fosse publicado nos jornais», a imprensa passou a ser igualmente o espaço público em que a sociedade e o Estado existiam, estando para a vida política como a bolsa para a económica. Ou seja, o jornalismo «afirmava-se como o *quinto poder* (o quarto era, em Portugal, o do rei). E não exagerava» (Ramos, 1994: 53).

Para esta crescente apetência pela notícia e sua actualidade, designadamente em relação ao que acontecia lá fora, assumem papel decisivo, a partir dos últimos anos do século XIX, as agências noticiosas, por alguns apelidadas de «grossistas da informação». O seu desenvolvimento, a par da referenciada criação da figura de repórter e do correspondente, fazem com que os jornais já não se limitem à abordagem dos assuntos políticos, económicos e sociais relevantes, mas procurem também redefinir a notícia, de modo a «satisfazer os gostos, os interesses e a capacidade de compreensão das camadas menos instruídas da sociedade» (De Fleur, 1976: 32-33). E ainda que esse jornalismo possa, por vezes, ser acusado de «dissolvente no seu todo», sobretudo quando «a paixão se sobrepõe à reflexão», Norberto Araújo (1941: 122) considera, no entanto, que ele atravessou períodos de «intensa beleza, com chispe de génio e imperfeições naturais da humana condição, não isento, pois, de pecados, mas opulento de virtudes, rico de carácter, estimulante e nobre».

Talvez, então, uma das mais importantes questões se situasse a nível do sistema de distribuição, que, permanecendo idêntico (artesanamente idêntico), fazia com que os periódicos se limitassem a ser lidos quase integralmente nos locais onde eram impressos e os leitores residentes na província recebessem com atraso de dias as folhas publicadas na capital. Até ao momento, no entanto (último decénio do século), em que, consequência da «elevação do nível de cultura das populações rurais» e da «melhoria das vias de comunicação e das relações postais», se assiste a uma alteração por Tengarrinha (1989: 233) classificada de progresso notável: o desenvolvimento da imprensa periódica, tanto nos grandes centros urbanos como no interior.

Assim, a par da crescente expansão pela província dos grandes jornais editados nas cidades de Lisboa e Porto, regista-se uma explosão de títulos através de todo o País. Bastará referir a propósito o facto de, nos últimos anos do século XIX, se terem editado só em Portugal continental 532 periódicos, assim distribuídos: 21 no distrito de Aveiro, sete em Beja, 47 em Braga, seis em Bragança, oito em Castelo Branco, 32 em Coimbra, 12 em Évora, 10 em Faro, 10 na Guarda, 13 em Leiria, 188 em Lisboa, 12 em Portalegre, 91 no Porto, 14 em Santarém, 21 em Viana do Castelo, 17 em Vila Real e 23 em Viseu.²²

²² Além destes, editavam-se ainda 60 nos Açores e Madeira (23 em Ponta Delgada, 16 em Angra, 14 na Horta e sete no Funchal) e 30 nas colónias: sete em Angola, dois em Cabo Verde, um na Guiné, nove na Índia, três em Macau, sete em Moçambique, um em São Tomé e Príncipe e três em Timor.

Quando a Monarquia optou pela crispação

À medida que se acentuavam as contradições no interior do regime monárquico, sobretudo a partir do momento em que o seu derrube passou a constituir hipótese concretizável, os governantes, à «estratégia sustentada de reformismo aberturista, integrador e democratizante», susceptível de esvaziar a «onda republicana», preferem o «fechamento defensivo do sistema» e a «crispação política» repressiva (Rosas, 2004a: 16). Assim, a par da diminuição das capacidades eleitorais, o poder tudo faz para minorar a importância de uma imprensa a quem acusa de exorbitar na sua função, já que, quanto a ele, tende a substituir «o conselho avisado pelo apodo afrontoso e a discussão serena pela investida arbitrária».

De referir, entre outras intervenções, a publicação, em Março de 1890, de um decreto que o futuro director de *O Comércio do Porto*, Bento Carqueja (1893: 45), haverá de classificar de «ominosa herança da ditadura», porque, além de regular o direito de reunião, feria uma garantia constitucional «tão preciosa como é a liberdade de imprensa». Então, a par do «lançamento para as cadeias» de alguns dos «mais combativos jornalistas republicanos», jornais eram encerrados, «sem qualquer explicação nem autorização legal» (Tengarrinha, 1989: 250-251). O que se está praticando – podia ler-se em *O Conimbricense*, de 20 de Julho de 1897 – «é pior do que a censura prévia, na sua parte mais violenta, como se estivéssemos na época gloriosa de *el-rei nosso senhor*, o senhor D. Miguel I».

Além de se determinar que não seria tolerada «a mais leve falta de respeito a Sua Santidade, bem como à religião do Estado», apreendiam-se as publicações adversas ao Governo (dos 18 diários publicados em Lisboa, nove estavam suspensos nos primeiros dias de Dezembro de 1907); a polícia vigiava dia e noite as tipografias onde eram impressos os «periódicos oposicionistas» e é instituída a censura prévia, «ficando toda a imprensa coacta» (Tengarrinha, 1989: 254-257). Simultaneamente, passa a ser proibido, «sob pena de desobediência, anunciar ou apregoar publicamente mais do que o título e o preço da publicação»²³.

Apesar de tudo, se, no primeiro ano do século XX, se editaram em Portugal 416 títulos, 10 anos depois (1910) esse número subiu para 543, o que significa um aumento de cerca de 30 por cento. Como escreve Oliveira Marques (1976: 52), Portugal detinha, então, um lugar bastante honroso entre os países do mundo, tanto em número absoluto, como na taxa proporcional de publicações de todo o tipo. Com a curiosidade de haver jornais em todos os distritos, alguns deles sediados em pequenas vilas (Torgal, 1993: 695).

²³ Situação idêntica acontecerá durante o Estado Novo, o que, segundo Tengarrinha (1989: 257), merece referência, já que, juntamente com a questão dos «cegos papelistas» (Setembro de 1826) e a *Lei das Rolhas* (Agosto de 1850), se trata de disposições que, registadas em épocas tão afastadas no tempo, «se diriam inspiradas umas nas outras sobre um aspecto de importância secundária»

De acordo com cálculos do jornalista Brito Aranha, editavam-se em Portugal, no final do século XIX, muito mais títulos por habitante (um para 6500) do que, por exemplo, na França ou Inglaterra (um para 23 000) e infinitamente mais do que na Rússia ou na Turquia, onde a proporção era de um para 300 000. Tais números atingem ainda dimensão mais significativa quando se recorda que, de acordo com o Censo de 1890, dos 5 049 792 cidadãos residentes no Reino, 79 por cento eram analfabetos. E ainda que a percentagem diminua um pouco (para 74 por cento) quando se exclui deste rol os menores de sete anos, agrava-se, no entanto e de modo muito significativo (85 por cento), se aplicada especificamente às mulheres.

Exageradamente entusiasmada é, no entanto, como o historiador Rui Ramos classifica a conclusão de Brito Aranha, que, segundo ele, não terá atendido a algumas circunstâncias, como, por exemplo, o facto de, na Inglaterra ou em França, a generalidade dos jornais publicados nas cidades de Londres e Paris terem distribuição nacional ou, pelo menos, bastante alargada. De facto, ao contrário do registado na maioria dos países europeus, onde se multiplicavam os títulos, mas com tiragens pequenas, em França e Inglaterra, ainda que fosse limitado o número de jornais editados, quase todos tinham, no entanto, «tiragens gigantescas» (Ramos, 1994: 48). E, entre nós, exceptuando, talvez, os casos de jornais importantes, como *O Século* e o *Diário de Notícias* ou *O Mundo* (de Afonso Costa), em que mais de metade da edição média de 50 000 exemplares era distribuída por agentes espalhados pelo País e vendida através de assinatura, raros eram, na prática, os diários que, publicados em Lisboa, conseguiam atingir dimensão nacional. Por outro lado, toda a imprensa editada fora da capital, incluindo, por exemplo, um diário da dimensão de *O Comércio do Porto*, era geralmente considerado de província (Ramos, 1994: 49), ou seja, regional.

De referir que, dos então jornais regionais publicados, 64 por cento tinham a periodicidade semanal, 48 por cento eram de índole política e 36 por cento estavam sediados em apenas quatro distritos: Aveiro, Coimbra, Braga e Viana do Castelo. Os distritos «menos dotados» eram Beja, com duas publicações), Bragança e Castelo Branco, com cinco cada. Porque a tiragem média de dois terços desses periódicos oscilava entre os 200 e os 800 exemplares, não havendo praticamente nenhum com mais de 3000, temos que eram semanalmente distribuídos cerca de 150 000 exemplares, um número que, apesar do seu significado, atendendo, inclusive, à quantidade de leitores *disponíveis*, ficava, no entanto, bastante aquém do registado em Lisboa, onde, de acordo com o *Annual Report on Portugal*²⁴, no ano de 1906, a soma da tiragem de sete de 11 jornais aí editados rondou os 253 000 exemplares diários.

²⁴ O *Annual Report on Portugal* era um relatório confidencial que, relatando a situação política, económica, social e cultural do País, era enviado anualmente ao Foreign Office, pela Embaixada de Inglaterra em Lisboa.

Em prol das massas e contra a «subversão»

Com a implantação da República, aconteceu de imediato (cinco dias apenas) a libertação da imprensa periódica «das peias legais que a limitavam, reconduzindo-a a situação idêntica à dos melhores tempos do constitucionalismo» (Tengarrinha, 1989: 259-260). De sublinhar, designadamente, a promulgação de um decreto com força de lei (10 de Outubro de 1910), em que se determina a suspensão de «todos os termos de quaisquer processos relativos à Imprensa», até à publicação de nova legislação protectora da liberdade de expressão. O que realmente veio a acontecer 18 dias depois (28 de Outubro), com a publicação de um novo decreto regulador do direito de «expressão do pensamento pela imprensa», cujo exercício passou a ser «livre, independente de caução, censura ou autorização prévia».

Muitos destes «propósitos generosos» acabaram, no entanto, «por soçobrar», em razão, não apenas da turbulência política e social que atravessava o País (a censura foi apresentada como uma *resposta* exigida pela «subversão social»), mas ainda porque, à semelhança do registado nos últimos anos da Monarquia, os governos republicanos enveredaram não poucas vezes por medidas repressivas que viriam a ser exacerbadas com a entrada de Portugal na Primeira Grande Guerra. Com a agravante de, terminado o conflito, a censura se ter mantido, mesmo para além do sidonismo, «em nome da necessidade de combater a Monarquia do Norte», proclamada, no Porto, no dia 19 de Janeiro de 1919 (Carvalho, 2005a: 18-19).

Não deixando de ser censura, era, no entanto, diferente da que veio a ser instituída pelo salazarismo, que, através de uma vertente eminentemente repressiva, limitava ou impedia a publicação de opiniões e informações consideradas perturbadoras da ordem social, ao mesmo tempo que fomentava o desenvolvimento de uma opinião pública favorável ao regime (Tengarrinha, 2006: 52 e 58). Além de que, ao contrário do que viria a acontecer com a Ditadura Militar e o Estado Novo, na Primeira República, a parte eliminada não precisava de ser substituída, ou seja, o espaço podia ficar em branco, «a menos que, dentro da hora regulamentar», fosse aprovado um texto alternativo por parte da respectiva comissão.

Permitindo embora que o leitor pudesse detectar a acção censória, mas funcionando igualmente como um modo de fácil identificação dos cortes, por parte das autoridades encarregadas das apreensões em casos de desrespeito (Franco, 1993: 46), o sistema abrigava ainda um outro risco: não raro os jornais eram tentados a *provocar* cortes, já que os «espaços em branco», além de espicaçarem a curiosidade do leitor, funcionavam como uma «garantia» do «rigor do jornal na crítica ao Governo» (Carvalho, 1973: 19).

Apesar da garantia constitucional, restaurada dias depois (28 de Fevereiro), a censura voltou, no entanto, a ser instaurada em Julho de 1926, assim se mantendo, apesar das disposições legais de Gomes da Costa e Óscar Carmona. Ou seja, legalmente banida, continuou «a funcionar tranquilamente, aumentando

até de rigor, à medida que o sector republicano-liberal conservador ia sendo expurgado do poder» (*Idem*, 2005a: 25).

Ainda que o número quatro do artigo oitavo da Constituição de 1933 (a institucionalização do regime operada por Salazar) considerasse a liberdade de expressão do pensamento uma garantia e um direito dos cidadãos, o facto é que o parágrafo segundo daquele mesmo artigo, ao remeter a regulamentação para leis especiais destinadas a «impedir preventiva ou repressivamente a perversão da opinião pública» e, simultaneamente, «salvaguardar a integridade moral dos cidadãos», deixava o caminho aberto à censura prévia, cuja existência legal não precisava mais da suspensão das garantias constitucionais. Como, aliás, veio a acontecer com a publicação do Decreto-Lei n.º 22 469, de 11 de Abril de 1933, que, promulgado no próprio dia da entrada em vigor da Constituição, determinava que iriam continuar sujeitas a censura prévia todas as publicações definidas na Lei de Imprensa, bem como «as folhas volantes, cartazes e outras publicações, sempre que em qualquer delas se versem assuntos de carácter político ou social».

A partir de então, além de o Governo fazer publicar a versão que lhe *convinha* a cada momento, a censura ia cortando as notícias e (ocasionais) comentários desfavoráveis à política governamental, à Guerra Colonial, à orgânica corporativa, a suicídios, a crimes passionais, a greves, à vadiagem, à mendicidade e até à má arbitragem de um jogo de futebol (Carvalho, 1973: 74-76).

O mesmo se registava em relação a nomes de pessoas tidas por *inconvenientes*; a factos que, ocorridos lá fora, seriam silenciados se acontecessem cá dentro (manifestações estudantis, protestos contra governos ocidentais de regime autoritário, deserções nos exércitos, amnistias a presos políticos, movimentos feministas, apelos à descolonização e à restauração de liberdades individuais, etc.), ou a eventuais elogios a países hostis ao regime político português. E tudo isto apesar de, no dizer de João Pereira da Rosa (1941: 112), os jornais portugueses estarem «patrioticamente ao lado do Governo, prontos a colaborar em todos os grandes empreendimentos, na propaganda de todas as manifestações públicas, orientando e aconselhando o povo, ajudando-o a discernir o bom do mau juízo» e sempre «proclamando o caminho traçado pelos dirigentes». Ainda de acordo com o director e proprietário de *O Século*, estava-se, de facto, perante uma imprensa «nobre e honrada» que tudo fazia para «colaborar na obra do ressurgimento do país» e «bem servir o povo português»²⁵ (*Idem, ibidem*).

²⁵ De acordo com Carlos Ferrão (*Diário Popular*, 12.02.77), *O Século* detinha, na ocasião, uma «força política por vezes decisiva, mesmo quando, à imagem, aliás, do que acontecia com a sociedade em geral, parecia «sobreviver na mediocridade e monolitismo cinzento», perdendo a «feição de instituição nacional autónoma». Talvez, assim, acrescenta aquele jornalista, «Pereira da Rosa pretendesse evitar que um qualquer «acesso de fúria do ditador prejudicasse irremediavelmente a sua obra e a sua posição», tendo, designadamente, em atenção o facto de nunca ter havido, entre ele e Salazar, qualquer manifestação de «simpatia recíproca».

Em textos publicados no número quatro do *Boletim do Sindicato dos Jornalistas* (1941), nomes destacados da profissão, como Ribeiro dos Santos, Norberto Lopes, Norberto de Araújo e Homem Christo denunciavam, ainda que contidamente (também o *Boletim* ia à censura), alguns dos males que *habitavam* a imprensa portuguesa, designadamente a abusiva utilização do «adjectivo laudatório» (Lopes, 1941: 129); a confusão existente entre funções redactoriais e administrativas, jornalísticas e publicitárias (Santos, 1941: 141) ou o facto de, nas redacções, continuarem a proliferar os «serventuários dos chefes e dos bandos políticos», quando o que o jornalismo devia ser era «culto, muito culto» e, sobretudo, orientar-se pelos interesses das comunidades e não pelo «interesse objecto dos homens políticos e das facções» (Christo, 1941: 106-107),

A modos de quase conclusão, poderá, na esteira de Braga da Cruz (1978b: 53), dizer-se que o salazarismo, ao instaurar a censura, mais do que limitar a liberdade de expressão e de informação, visou sobretudo o seu «estrangulamento». De sublinhar, a propósito, o facto de a actividade censória não ser apenas fiscalizadora, isto é, «de tipo preventivo», mas utilizar «mecanismos de repressão», tanto administrativos como judiciais, a par de «outros condicionamentos legais e económicos da informação».

Merecem referência, designadamente, o «regime discricionário da outorga de autorizações prévias» para a criação de um órgão de informação, baseado na capacidade económica e na «idoneidade intelectual e moral» do editor, a definir caso a caso pela Comissão de Censura; as «arbitrárias apreensões policiais» de publicações; ou o facto de as penas aplicadas a eventuais delitos serem determinadas por tribunais especiais militares, também ditos «de excepção». Mais, de facto, do que «mutilar, cortar ou deturpar a informação», a censura propunha-se, sobretudo, a «moldar a opinião pública» (Cruz, 1978b: 53-54). É assim que, em circular dirigida à imprensa, no dia 28 de Agosto de 1931, a Direcção dos Serviços de Censura, lamentando «a influência deletéria» exercida por «determinados jornais», determinava que tudo fosse feito para evitar que a imprensa pudesse alguma vez vir a ser utilizada como «uma arma política» contra a concretização do programa de «reconstrução nacional» determinado pelo Estado Novo.

Neste contexto, nada melhor do que «forçar o jornalista ao isolamento das massas, obrigando-o, por uma espiral da autocensura, a remeter-se ao hermetismo da expressão e, portanto, à incomunicação», ou seja, em vez de escrever para o público, o profissional da informação passa «a escrever para o censor, isto é, em função da censura» (Cruz, 1978b: 54). O jornalista – escreve o escritor José Cardoso Pires (1977: 211) – passou a aceitar «como norma a arbitrariedade censorial»; ao mesmo tempo que tentou compreender «por aproximação o critério dos juizes e elaborar, ele próprio, uma tabela de valores malditos, a sua autocensura».

Estava, pois, conseguido o objectivo último da censura: provocar a «dissociação do jornalista» com o público, por um lado, e o seu autocontrolo, por outro. De tal modo que, já em 1961, o presidente do Conselho se congratulava publicamente

com o facto de, segundo ele, os «nossos jornalistas» não precisarem de qualquer espécie de censura porque actuavam de acordo com o legalmente estabelecido e segundo «uma ética de comedimento e de equilíbrio como convém ao interesse nacional» (Cruz, 1978b: 55).

Apesar dessa constatação e de, em entrevista concedida a António Ferro (1933: 46), Salazar ter reconhecido ser a censura uma «instituição defeituosa, injusta por vezes, sujeita ao livre-arbítrio dos censores, às variantes do seu temperamento, às consequências do seu mau humor», o facto é que ela lá continuou (e cada vez mais actuante), a pretexto da salvaguarda preventiva da «obra de reconstrução e saneamento moral» e «do mais acrisolado amor à ordem» (do preâmbulo do Decreto-Lei n.º 22 469, de 11 de Abril de 1933, regulador do regime da Censura Prévia). E sempre, e sobretudo, com o objectivo último de «defender e moldar as massas contra a *subversão*» e «pelo nacionalismo narcotizante dos conflitos sociais» (Cruz, 1978a: 49).

Desprezar a opinião pública e tentar a manipulação

Na sequência das alterações registadas a 26 de Outubro de 1968 (substituição de Salazar por Marcelo), assiste-se a um período de certa descompressão (Carvalho, 1973: 90), que, na prática, virá a revelar-se mais aparente do que real, sobretudo a partir de 1970, aquando da «involução» registada nas áreas política e sindical.

Com uma noção mais actualizada do que o seu antecessor em relação à importância dos media na sociedade (é mercê da sua acção, enquanto ministro da Presidência, que, em Março de 1957, Portugal entra na era da televisão, antes de países como a Espanha ou a Irlanda) e consciente do desprestígio a que a censura fora votada, apontada como «um dos factores impeditivos da democratização da vida política», castradora da actividade criativa e com grande dose de responsabilidade no subdesenvolvimento cultural do País (Carvalho, 1973: 92), Marcelo Caetano declara, meses depois da tomada de posse (Março de 1969), ser intenção sua fazer publicar uma lei de imprensa. Era a tentativa de, sem abdicar da proclamada evolução na continuidade, dotar o regime de «uma base de legitimação legal e não puramente carismática» (o chamado Estado de Direito), em que a censura se *combinava* com uma lei de Imprensa²⁶ (Cruz, 1978a: 49).

²⁶ Porque «nem jornalistas nem empresas editoriais, nem Governo nem público estão preparados para um regime de responsabilidade perante os tribunais», afirmou Marcelo Caetano, em entrevista ao jornal brasileiro *Estado de São Paulo* (transcrita por *A Capital*, a 14 de Março de 1969), «essa lei tem de ser muito ponderada para não se abrir, com a sua vigência, um período de conflito geral da imprensa com as autoridades e com os particulares e para não termos depois de voltar atrás». Além de que, acrescenta, «temos os melindres resultantes de nos encontrarmos a sustentar operações militares em várias frentes».

Pesem embora algumas relativas melhorias (Vasconcelos, 1972: 32) registadas na nova lei (5/71, de 5 de Novembro), de referir que a Assembleia Nacional se limitou a seguir de muito perto o texto de uma comissão de 16 deputados que, com base na proposta governamental, foi rejeitando «sucessiva e metodicamente» as propostas de alteração ou aditamentos subscritos por Pinto Balsemão, co-autor com Sá Carneiro (ambos integrando a chamada «Ala Liberal»), de um projecto de lei que, defendendo no essencial os princípios aprovados pelos jornalistas reunidos em assembleia geral do Sindicato, visava assegurar a, então, possível liberdade de imprensa.

De facto, apesar da mudança de nomes (de «Comissão de Censura» para «Exame Prévio») e da substituição dos carimbos (do «autorizado com cortes» para «autorizado parcialmente» e do «suspensão» para «demorado»...), a nova lei não provocou, na prática, qualquer alteração de fundo. Houve mesmo quem, então (AAVV, 1971: 144 e 168), a tenha considerado um retrocesso (pior e menos liberal) em relação ao Decreto-Lei 12 008, de Junho de 1926 (na prática, uma lei de imprensa), que não consagrava nem previa qualquer espécie de censura.

Recusando qualquer alteração de fundo, a nova lei limitou-se a ser mais um daqueles estratégicos capítulos da «evolução na continuidade» que nem o projecto dos deputados da «Ala Liberal» conseguiu alterar perante uma «máquina demasiado pesada e rígida a que faltava a força e a coragem para pôr fim» (Franco, 1993: 188-189). Ou seja, ainda que os parâmetros em que o regime de censura se movia tenham sofrido algumas alterações, o facto é que, como escreve Balsemão (1971: 192), os seus efeitos continuaram a ser grandemente nefastos. De tal modo que o público, descrente da informação nacional, passou a recorrer, sempre que possível, à estrangeira; os jornalistas acabaram por se «resignar» ou, pelo menos, por *entenderem* que não valia mais a pena, nem era possível, travar uma luta diária contra decisões que não aceitavam nem admitiam; e as empresas proprietárias dos jornais sofriam «prejuízos materiais avultados, não só pela necessidade de manterem serviços especialmente destinados à burocracia» censória, mas também pelas edições que se atrasavam, pelas páginas que tinham de ser reimpressas, pela composição que não era aproveitada ou pelos redactores que trabalhavam sem saber se o texto viria alguma vez a ser publicado.

Anos antes (1934), já Correia Marques, redactor de *A Voz* (jornal monárquico incondicional apoiante do Estado Novo) e amigo pessoal e político de Salazar, tinha considerado, em carta dirigida ao presidente do Conselho, não ser possível «fazer-se jornalismo desta maneira», já que parecia «não haver respeito pelo trabalho dos outros». Explicava: «Perdemos tempo e dinheiro e público, a quem somos obrigados a apresentar um jornal vergonhoso como o de hoje – sem que nos seja permitido explicar-lhe porquê» (Livro Negro, 1980: 76).

De igual modo, João Amaral, subdirector do *Diário de Notícias*, haveria (1938), de apelar à «consciência» do seu «bom e grande Amigo» Oliveira Salazar, a propósito dos danos materiais que a censura, sem razão «suficientemente grave», insistia

em impor à empresa que editava o jornal e cujo apoio ao regime era claramente evidente. Não é a primeira vez – escrevia ele – que, sem fundamento real, «se inutiliza o esforço do redactor que redige, do jornalista e dos tipógrafos que paginam, dos operários que moldam e fundem a página, perdendo-se o dinheiro que todas essas operações custam e perdendo-se muitas vezes os comboios que levam o jornal aos compradores. Pode a censura fazer isto sem motivos sérios?» (*Idem*: 95).

Curiosamente, quando ascende ao poder, uma das preocupações primeiras de Marcelo Caetano em relação aos media incide na televisão e na imprensa regional, onde, de acordo com os Serviços de Censura, existiam «vários e difíceis jornais da oposição, de tendências esquerdistas e filocomunistas, monárquicos e católicos progressistas» de influência «muito nefasta» na opinião pública. Até porque, segundo eles, muita da colaboração, assinada por «jornalistas e pseudo-intelectuais oposicionistas», era constituída por textos «de tendência política, moral e religiosa com aparência inocente», mas «acção demolidora» (*Idem*: 228). Assim, o Governo passa a prestar especial atenção a esses jornais, em simultâneo com um redobrar de vigilância sobre os cerca de 200 boletins paroquiais existentes no Continente: por causa dos chamados «católicos progressistas», mas também porque, ao abrigo da Concordata, essas publicações não tinham de ser enviadas à censura (Tengarrinha, 2006: 197). E se, no dizer dos responsáveis por esses Serviços, «nem todos eram maus», havia, no entanto, alguns que, sobretudo pela campanha desenvolvida «contra a guerra em África», eram «altamente perigosos», conseguindo mesmo agitar «as pequenas aldeias» (Livro Negro, 1980: 229).

De acordo com Braga da Cruz, ao desprezo que Salazar nutria pela opinião pública segue-se uma política destinada, «não já, nem apenas, a conter a movimentação de massas», mas antes, e principalmente, «a formar e dirigir uma opinião pública cooptante»²⁷. Enquanto Salazar se propunha a manter as pessoas informadas, mas tão-só do bastante, para que elas reconhecessem «nas aparências da propaganda a legitimidade prática-funcional do poder», Marcelo, na impossibilidade de prosseguir o «cerceamento da informação nos moldes puramente

²⁷ É claro o desprezo de Salazar pela opinião pública, quando declara, por exemplo, que as ditaduras não são governos de opinião, já que «não recebem da opinião pública a sua força ou a sua razão de ser, nem obedecem na sua evolução às variações daquelas. Mas podem e devem sê-lo no sentido de bem formá-la, de bem esclarecê-la, de bem orientá-la, de nada lhe esconder do que importa à vida colectiva e à solução dos problemas nacionais» (Salazar, 1939: 24). E esse desprezo só não é publicamente mais acentuado porque Salazar teme que um total desconhecimento ou desinformação possa conduzir a uma qualquer subversão pública. Porque, «politicamente, só existe o que o público sabe que existe» (*Idem*, 1939: 263), para a sobrevivência do regime, o importante mesmo era mostrar «o que parece», já que, «para a formação da consciência pública, para a criação de determinado ambiente, dada a ausência de espírito crítico ou dificuldade de averiguação individual, a aparência vale a realidade, ou seja, a aparência é uma realidade política» (*Idem*, 1943: 197).

restritivos até então existentes», opta por direccioná-la para a «manipulação das movimentações sociais imparáveis que no País se iam desencadeando» (Cruz, 1978a: 49-50). Como escreve Tengarrinha, poderá dizer-se que a política informativa de Marcelo, como, aliás, toda «a natureza da sua governação», jamais poderá ser «simplificadamente confundida» com o salazarismo, apesar de similares terem sido os meios institucionais de poder por ele utilizados, incluindo os de natureza repressiva (Tengarrinha, 2006: 197-198). Ou seja, embora idênticos os pressupostos ideológicos de ambos, são, no entanto, desiguais as políticas de informação adoptadas por cada um: «mais passiva e *moralizadora*» a de Salazar, «mais ofensiva e política» a de Marcelo, propondo-se este, não apenas a reprimir, mas também a «*moldar as mentalidades*» (Crato, 1992: 206-207).

Enquanto, para Salazar (1939: 197), a censura era uma «arma legítima», visando a produção de uma realidade política e social (à semelhança da propaganda, ela deve fazer com que a aparência valha a realidade, seja uma realidade política), para Marcelo, embora sem enjeitar a validade daquela função, o importante mesmo era que essa *mentalização* contasse também com o apoio da sociedade civil, concretamente, os grupos económicos, a quem, aliás, *sugere* a aquisição de jornais. Resumindo, para Salazar, a política de informação era «essencialmente repressiva, activa apenas na criação de uma moralidade conformista e conservadora», para Marcelo, os meios de comunicação social eram encarados como «instrumentos de propaganda activa, com que pretendia responder ao crescente descontentamento da população» (Crato, 1992: 207).

Conhecedor dos processos produtivos da informação («tão necessário foi sempre à minha vida intelectual a respiração pela Imprensa»)²⁸, Marcelo Caetano (1968: 14) sabe, como poucos, servir-se da comunicação social. As atitudes por ele assumidas em relação aos media, mais do que significarem uma política de abertura, terão sobretudo constituído uma estratégia de afirmação, por parte de um político que, como sublinha Ana Cabrera (2006: 60-67), sabia o quanto precisava de marcar a diferença em relação ao seu antecessor, neutralizar, «à direita, o sector ultra e, à esquerda, os diversos grupos de oposição», e, porque outros eram os tempos e desiguais os protagonistas, criar na população a sensação de «ser parte activa na definição da política», ao menos pelo seu «assentimento formal».

Neste contexto, poderá, pois, dizer-se que nada se alterou na matriz teórica de Marcelo Caetano, segundo a qual o Estado desempenha papel essencial na salvaguarda da opinião pública, pelo que, além de não aceitar a hipótese de

²⁸ Ainda estudante, Marcelo Caetano esteve ligado a revistas académicas, integrou a redacção da *Ideia Nacional*, colaborou na *Época* e foi redactor de *A Voz*, onde, segundo o próprio, terá feito «um pouco de tudo, desde a reportagem à crítica teatral» e aos «graves artigos doutrinários». Em 1931, participou «com entusiasmo» no rejuvenescimento do *Jornal do Comércio e das Colónias* e, já jurista, prolongou, na revista *O Direito*, «a experiência colhida» anteriormente (Caetano, 1968: 12-14).

os meios de informação serem independentes desse mesmo Estado, considera que só o Governo está na posse da informação que realmente interessa aos cidadãos. Assim, além de, quanto a ele, a censura ser inevitável (pelo menos em determinados momentos), «toda a acção de esclarecimento e informação» pertence primordialmente (exclusivamente?) ao Governo, funcionando os diferentes meios de comunicação social como «meros executores e transmissores, acrílicos, dessa informação» (Cabrera, 2006: 62).

Independentemente, no entanto, das diferentes estratégias de ambos, o facto é que os quase 50 anos de Estado Novo terão sido «dos mais pobres da história da nossa imprensa desde a Revolução de 1820, só comparáveis aos do miguelismo, sob a mesma perseguição da inteligência e da liberdade» (Tengarrinha, 1999: 246).

Dando, entretanto, sequência a uma apetência já antes esboçada, mas grandemente acentuada com as alterações registadas no sistema económico fechado, monopolista e quase mercantilista herdado do salazarismo, e com o choque petrolífero que, em 1972, fez subir em flecha os preços das matérias-primas e dos transportes, agravando a situação financeira das empresas proprietárias dos jornais, assiste-se a uma tentativa de concentração²⁹ e de domínio dos principais títulos, por parte de alguns dos maiores grupos económicos, designadamente a banca. De tal modo que, por ocasião da nacionalização dos bancos, na sequência do 11 de Março de 1975, foram também estatizados vários dos principais jornais» (Tengarrinha, 1999: 246).

Simultaneamente, o Governo, por aquisição directa, pela compra, «através de interpostas pessoas» ou multiplicando subsídios, ia conquistando «posição de relevo» como proprietário ou, pelo menos, como «orientador» de publicações periódicas de dimensão nacional e de âmbito regional/local. E isto apesar de boa parte desses órgãos de comunicação se encontrarem já suficientemente controlados pela ANP.

Política idêntica à do Governo era assumida por parte da hierarquia da Igreja Católica. Talvez, no entanto, com «menos intensidade» e, porventura, com «maior subtileza» (Balsemão, 1971: 100).

Intervenção não difícil e pouco morosa

Dada a importância que, por parte do regime, era atribuída aos jornais de província, enquanto «meios de propaganda nas cidades, vilas e aldeias», e onde,

²⁹ De referir, entre os principais grupos de comunicação, a Sociedade Nacional de Tipografia (*O Século, Vida Mundial, O Século Ilustrado e Modas e Bordados*), a Empresa Nacional de Publicidade (*Diário de Notícias, Mundo Desportivo, Vida Rural* e importantes ligações ao *Jornal de Notícias*), a Sociedade Industrial de Imprensa (*Diário Popular, Jornal do Comércio, Record, Rádio & Televisão* e ligações à *A Capital*) e a União Gráfica (*Novidades e Flama*).

à semelhança do registado em alguma da imprensa de âmbito nacional, pareciam continuar a subsistir uns tantos que, de acordo com anteriores denúncias de Salazar, à edificação preferiam a destruição, à educação a perversão, à moralização a bestialização e à discussão o insulto (*apud* Matos, 2003: 34), o presidente do Conselho rapidamente entendeu que, para governar, precisava dessa imprensa, mesmo daquela (sobretudo daquela?) a que, nos anos de Coimbra, jovem ainda, havia declarado *guerra*. Do mesmo modo, aliás, que dela se havia utilizado para alcançar o poder.

Tratou-se de uma *aproximação* que, a fazer fé nos relatórios «sobre o estado da imprensa de província e plano de acção para uma propaganda metódica dos princípios políticos e sociais e realização do Estado Novo», elaborados pelo Secretariado da Propaganda Nacional (SPN), não terá sido nem difícil nem morosa.

De facto, depois de, ao longo de algumas semanas, ter procedido à leitura dessa imprensa, com o objectivo de analisar as tendências políticas e sociais, o aspecto gráfico e o «valor intelectual» dos colaboradores, rapidamente aquele secretariado conseguiu agrupar os jornais por escalões de proximidade em relação às doutrinas preconizadas pelo regime: situacionistas, simpatizantes, neutros, anti-situacionistas e, ainda, «de classe». Com a curiosidade de, no curto espaço de um ano (entre Dezembro de 1933 e Dezembro de 1934, datas da elaboração do primeiro e segundo relatórios), os 101 jornais situacionistas terem passado a 148, enquanto os 69 neutros e os 81 anti-situacionistas baixavam para 56 e 43, respectivamente. «Quanto caminho andado desde Dezembro de 1933!» – escrevia-se no segundo relatório, com incontida satisfação. (Livro Negro, 1980: 56-75).

Algumas das situações consideradas mais *desconfortáveis* para o regime situavam-se no Alentejo. Concretamente, no distrito de Évora, onde era «desolador o estado da imprensa da província no referente à propaganda da situação» (apesar de não defender inteiramente «os princípios políticos e sociais do Estado Novo», o único jornal que poderia ser classificado de simpatizante era a *Folha do Sul*), e no distrito de Beja, onde, «para fazer frente a tanto jornal anti-situacionista» (em especial *O Porvir* e o *Ala Esquerda*, defensores de «ideias absurdas e anti-naturais»), apenas existia o *Notícias de Beja*, um jornal católico apontado como defensor do espírito cristão da sociedade e do Estado (*Idem*: 59).

Semelhante era a situação registada na cidade da Covilhã (distrito de Castelo Branco), que, em termos de propaganda social, era dominada por publicações católicas difíceis de «influenciar» e, politicamente, por uma imprensa anti-situacionista, de que constituía exemplo *O Raio*, um jornal cuja acção devia «ser cuidadosamente fiscalizada pela Comissão de Censura», a sua linguagem «corrigida» e «desfeitas as habilidades de que se serve». Por isso, e independentemente do aparecimento, em Castelo Branco, de um «jornal situacionista», com «bom aspecto gráfico» e «boa colaboração» (*A Vanguarda*), o autor do relatório aconselhava a pensar-se seriamente na criação de um jornal local capaz de defender «o espírito e a realização do Estado Novo junto das massas trabalhadoras da Covilhã» (*Idem*: 60).

Sugestão idêntica era avançada em relação ao distrito de Setúbal, dada a «fingida neutralidade» de *O Setubalense*, a «agressividade anti-situacionista» do *Vitória*, o domínio, em Sesimbra e Almada (aqui «duma maneira escandalosa»), da imprensa desafecta à situação e ainda pelo facto de, na cidade, não existir um único jornal de valor «francamente situacionista». Como alternativa à eventual criação de uma publicação local pró-regime sugeriu-se o aproveitamento da «boa vontade» revelada pelo *Eco de Setúbal* e por um forte reforço da acção de propaganda protagonizada pelo *Sado*. O mesmo, ou quase (a criação de um jornal «para a defesa clara e forte dos princípios do Estado Novo»), se avançava em relação à cidade de Viseu, onde, ao contrário, por exemplo, do registado em Lamego, Mangualde ou Tondela, prevalecia a imprensa anti-situacionista, a par de um jornal católico «inamovível» (*Idem*: 62-63).

A ausência de jornais afectos ao regime era referenciada nas cidades de Braga e Guimarães, enquanto, no distrito de Bragança («na cidade, não há imprensa alguma»), as atenções deviam centrar-se preferencialmente em Mirandela, onde se publicava um jornal (*Correio de Mirandela*) «mal colaborado, anti-situacionista, com as deficiências e baixezas de todos os jornais dirigidos e colaborados por pessoas incultas, na razão directa das paixões e ódios em que vivem enredados» (*Idem*: 59-60).

No distrito de Viana, onde a situação dispunha de um órgão importante – o *Notícias de Viana*, que dominava «plenamente na cidade» –, o autor do relatório considerava que, para se conseguir os objectivos, bastaria «meter na ordem» *A Voz do Minho* (Arcos de Valdevez) e *A Plebe* (Valença), «obrigando-os a servirem-se de processos mais dignos da sua função jornalística». Não muito diferente parecia ser a situação registada em Coimbra, onde, na cidade, «predominava (acidentalmente?) a imprensa da situação». Assim, a atenção deveria recair na «acção nefasta» da *Voz da Justiça* (Figueira da Foz), em simultâneo com o apoio a prestar a alguns jornais, nomeadamente *O Figueirense*, a *Comarca de Arganil*, a *Gazeta de Cantanhede* e o *Povo da Lousã* (*Idem*: 60 e 63).

Em Aveiro, em cuja capital de distrito se registava a ausência de uma publicação «declaradamente situacionista», aconselhava-se a que se aproveitasse a *disponibilidade* do *Democrata*, a revelar «fortes tendências situacionistas»; referia-se a «boa vontade» do *Defesa de Arouca*, do *Ilhavense* (Ílhavo) e do *Opinião* (Oliveira de Azeméis); e apontava-se a necessidade de se «fortalecer a posição» do *Jornal de Albergaria* e de se apoiar «intelectualmente» o *Tradição*, para «pôr em cheque» a imprensa anti-situacionista existente na Vila da Feira. Alertava-se finalmente a censura para as ameaças protagonizadas pelo «perigoso» *Ideia Livre* (Anadia) e pelo «comunista» *À Beira Mar* (Ílhavo), um jornal que pouco tempo antes havia tido a *ousadia* de apelar, «em normando», ao «amai muito, gerai pouco» (*Idem*: 59).

Perante o facto de, em alguns dos «centros mais importantes» do distrito do Porto, como Vila do Conde, Póvoa de Varzim (concelhos onde se fazia sentir a falta de «um jornal bom da situação») ou Penafiel, os jornais pró-regime se encontrarem

em condições de inferioridade perante os «adversários», o relatório considerava essencial uma maior atenção por parte da censura, fazendo com que essa imprensa utilizasse «outra linguagem mais própria da sua função de orientadores da opinião pública». O mesmo, no entanto, já não parecia ser necessário em Santo Tirso, Paredes, Marco de Canaveses, Vila Nova de Gaia ou Felgueiras, onde a imprensa afecta à situação dominava «inteiramente» o panorama informativo (*Idem*: 62).

Em relação ao distrito de Santarém, onde, apesar de não haver propriamente uma imprensa anti-situacionista (a única excepção acontecia em Abrantes), também não se publicava qualquer jornal fazendo «francamente a propaganda dos princípios do Estado Novo», sugeria-se o aproveitamento, através do envio regular de «notas de propaganda», da *boa vontade* dos vários jornais que, em Coruche, Ferreira do Zêzere e Vila Nova de Ourém, se referiam à obra da Ditadura (*Idem*: 62). No distrito de Leiria, o aspecto apresentava-se bastante favorável à situação, já que a sua imprensa dominava na cidade e a anti-situacionista, existente em alguns dos concelhos, «pouco valia».

Em Portalegre, apenas faltava um jornal da situação (talvez *A Voz de Portalegre* pudesse ser a opção) capaz de eliminar «o efeito deletério» da *Rabeca*; enquanto, na Guarda, o aspecto geral do distrito não era mau para «a imprensa defensora do espírito do Estado Novo» (*Idem*: 61). Em Vila Real, onde era grandemente favorável «o aspecto» referente à imprensa situacionista, não havendo «em nenhum concelho» qualquer jornal anti-situacionista, bastaria «intensificar a acção» do *Era Nova* e «aproveitar», se possível, o *Vilarealense*.

Para o Algarve, não se sugeria qualquer actuação especial, já que, apesar de não existir um jornal a fazer «com método e entusiasmo a propaganda das ideias nacionalistas ou corporativas», também não havia uma imprensa verdadeiramente anti-situacionista. Além de que os grandes jornais aí publicados não eram desafectos à situação, ou, pelo menos, sabiam reconhecer «a grande obra realizada» (*Idem*: 63).

No distrito de Lisboa, porque o panorama em relação à «imprensa de província» (a cidade propriamente dita não integrava o estudo) poderia ser classificado de satisfatório para a situação, sugeria-se apenas a valorização da acção do *Verdade* (Alenquer) e do *Concelho de Mafra*, juntamente com um mais interessado e cuidadoso aproveitamento das páginas do *Vida Ribatejana* (Vila Franca de Xira). Ainda de acordo com o autor do relatório, a existência de poucos jornais regionais, numa região tão populosa como o distrito de Lisboa explicava-se pela boa penetração, na área, dos jornais publicados na Capital (*Idem*: 61).

Apesar de considerar necessário fazer muito mais, até porque, na sua opinião, continuavam a existir distritos com uma imprensa situacionista de fraca qualidade e outros, onde era necessário valorizar mais a acção de alguns jornais, de modo a contrabalançar a influência de «periódicos anti-situacionistas perigosos», o redactor-chefe dos Serviços Internos do SPN congratulava-se, por ocasião da divulgação do segundo relatório (elaborado cerca de um ano depois do primeiro), com o facto de serem já raras as recusas, por parte dos directores dos jornais contactados,

em colaborarem na «consecução dos objectivos nacionalistas». De tal modo que, a partir de então, a fiscalização deveria centrar-se sobremaneira em 32 publicações, 12 das quais «com ligações maçónicas» e 10 «claramente comunistas». Cerca de metade desses jornais eram publicados nos distritos de Aveiro (oito), Porto (cinco, sendo três em Penafiel e dois em Vila do Conde) e em Setúbal (três).

Simultaneamente a esta transformação *quantitativa*, devida, no dizer do autor, não tanto à acção do secretariado, apesar de constituído por pessoas que, viviam «inteiramente a doutrina do Estado Novo» e procuravam «em tudo seguir o claro e belo exemplo de Salazar», mas, sobretudo, à «influência exercida pela magnífica política do Governo», o relatório referia uma mudança *qualitativa*, cujos resultados não eram, no entanto, passíveis de redução a meras estatísticas, porque, na sua opinião, só podiam realmente ser avaliadas pelos leitores (Livro Negro, 1980: 71-75). Ou seja, em apenas 11 meses, aqueles responsáveis consideravam ter sido possível alterar substancialmente o tom da imprensa regional, levando-a a melhor servir «os objectivos da Revolução Nacional» e tornando-a, por isso, «mais digna» do «momento histórico» que o País vivia.

Lamentando embora o facto de existirem ainda localidades sem um único jornal capaz de fazer «com método e entusiasmo a propaganda das ideias nacionalistas e corporativistas», o autor do relatório parecia, no entanto, mais preocupado com o facto de ainda subsistir, mesmo que moderadamente, uma imprensa «deletéria», «perigosa», repleta de «deficiências e baixeiras» e com «ideias absurdas e antinaturais». Para a acção desses periódicos que, no seu dizer, eram dirigidos e colaborados «por pessoas incultas» capazes de utilizar «processos de ataque que rebaixavam os leitores» e eram «fautores de desassossego público», o SPN solicitava à Comissão de Censura uma atenção (e fiscalização) mais cuidada. O que terá acontecido com significativo êxito, já que, como quase de imediato foi constatado pelos próceres do regime, rapidamente boa parte desses (poucos) *resistentes* foram «metidos na ordem», ao mesmo tempo que a «imprensa situacionista» ia ficando mais de acordo com «os objectivos superiores» que a norteavam e «mais digna do momento histórico» que Portugal atravessava (*Idem*: 72).

Controladas politicamente, eram, de facto, bastantes as publicações que prestavam «a melhor das atenções» à colaboração que, com regularidade, lhes era remetida pelo SPN. De referir, como curiosidade, que, entre os meses de Fevereiro e Dezembro de 1934, foram enviados, por aquele secretariado, 1316 artigos escritos por «colaboradores especializados» a todos os jornais situacionistas e simpatizantes; 1308 a vários outros, versando os princípios políticos e sociais advogados pelo Estado Novo e as acções levadas a cabo pela Ditadura, juntamente com uns tantos especialmente debruçados sobre temas concretos, como, por exemplo, assuntos coloniais, exaltando «o significado espiritual e a grandeza do Império» (*Idem*: 68-70).

Nem sempre, no entanto, a visão optimista sobre o estado da imprensa regional, registada nesses relatórios (1934 e 1935) se viria a confirmar nos anos subsequentes.

Ou seja, com o avançar do tempo, começou a parecer cada vez «mais longínquo o objectivo de formação de uma ampla corrente de opinião» capaz de traduzir a pretendida imagem de consenso nacional criada em redor do regime (Tengarrinha, 2006: 195). À semelhança do que, moderadamente embora, vinha acontecendo em relação a alguns dos jornais editados em Lisboa e Porto, que, de acordo com relatórios posteriores (1941 e 1943), pareciam não corresponder com a eficácia pretendida aos seus «deveres», chegando mesmo ao ponto de evitarem a solicitada «publicação das informações oficiais», o mesmo (ou quase) se começava também a verificar em relação a alguns jornais regionais. De tal modo que o regime sentiu necessidade de, «sobre as alegres tintas da persuasão», desenvolver e aperfeiçoar um «aparelho de coacção» (Ramos do Ó, 1996: 895).

Foi assim que, em acção rápida e concertada (Fevereiro de 1944), o SPN cedeu lugar ao SNI, a quem foi «entregue a gestão da peça mais delicada, isto é, a dos Serviços de Censura» (*Idem, ibidem*). Simultaneamente, Salazar reforçava o poder sobre os diferentes meios, passando a deter um «controlo pessoal» sobre a generalidade da imprensa (Tengarrinha, 2006: 195). Pretendendo embora responder aos desafios trazidos pela Segunda Guerra Mundial e pela previsível derrota do eixo nazi-fascista, essas novas vias visavam, predominantemente, insuflar um pouco de energia ao «esvaziamento da euforia dos anos de 1930», já que, na província, os órgãos do Estado Novo tinham uma audiência diminuta, em curioso contraste com a imprensa situada na «linha do republicanismo liberal», que, apesar das duras perseguições, ia mantendo, ainda que prudentemente, uma «presença e influência persistentes» (*Idem, ibidem*).

Procurando fazer uma avaliação das alterações registadas, o SNI procedeu à elaboração de dois estudos que, realizados em Outubro e Dezembro de 1945, ou seja, um mês antes e um mês depois das eleições para a Assembleia Nacional, levaram a concluir que, nesse espaço de tempo, o número das publicações «defensoras do Estado Novo» havia subido de 66 para 93, as «eventualmente defensoras do Estado Novo» tinham diminuído em 57 (de 187 para 130) e as «eventualmente hostis ao Estado Novo» haviam passado de quatro para 33, com especial incidência nos distritos de Lisboa, Porto, Aveiro e Coimbra. Enquanto 38 das publicações eventualmente favoráveis, simpatizantes ou neutras em relação ao salazarismo haviam assumido a defesa clara do regime, 44 tinham-se passado para a oposição (Livro Negro, 1979: 114-115).

Consequência, porventura, da conjugação da «euforia democrática» com a criação, em 1943, do MUNAF (Movimento de Unidade Nacional Anti-Fascista); da crescente contestação social traduzida, a partir de 1942, em movimentos grevistas; das eleições para a Assembleia Nacional com a participação da oposição; e de uma abertura política, ainda que limitada, durante a campanha eleitoral, designadamente em relação à comunicação social, o facto é que a análise dos dados permite algumas conclusões: a existência de um «perceptível realinhamento» dos jornais face ao Estado Novo, juntamente com uma «manifesta incapacidade»,

por parte do regime, «para captar a imprensa moderadamente desfavorável» ou até mesmo influenciar politicamente alguns jornais católicos e boletins paroquiais, que, embora se debruçassem especialmente sobre temas de índole religiosa local, abordavam, por vezes, questões de natureza social «incómodas para as autoridades» (Tengarrinha, 2006: 194 e 196-197).

A contestação registada nessas publicações de inspiração cristã, ainda que ocasional e geralmente moderada, buscava a sua justificação, perante a censura, no facto de o episcopado considerar que, ao abrigo da Concordata, eram os bispos que detinham a tutela sobre essas publicações. Refira-se, como curiosidade, que foi com base no texto concordatário que, em Maio de 1973, o cardeal Cerejeira, já então retirado do governo da diocese de Lisboa, pediu ao padre Moreira das Neves, chefe de redacção do *Novidades*, para exigir junto da censura o levantamento dos cortes efectuados no texto de uma entrevista dada à revista *Flama*.³⁰ «Apesar de já não ser patriarca», protestou, então, Cerejeira, «continuo a ser bispo e a poder, por isso mesmo, exigir o cumprimento desses acordos.» Ainda que tenha aceitado rever a situação, o então responsável pelos Serviços de Censura manteve, no entanto, alguns dos cortes, com o argumento de que a Concordata não era aplicável ao caso, já que o seu artigo segundo visava apenas o «livre exercício da Igreja Católica e sua livre comunicação com a Santa Sé e entre os fiéis, desde que circunscrita ao seu governo e ao seu ministério». O que, na sua opinião, não se verificava, naquele preciso momento, em relação ao antigo patriarca de Lisboa.

Da oposição (a possível) e das páginas literárias

Apesar de tudo, as mais relevantes contestações (as, então, possíveis), por parte da imprensa regional, apenas se registarão anos mais tarde, na sequência das eleições presidenciais de 1958, quando começavam já a ser visíveis os sinais de desagregação do regime. Entre os casos mais significativos, Francisco Balsemão (1971: 117-118) destaca o *Jornal do Fundão* (fundado, em 1946, por António Paulouro) e o *Comércio do Funchal* (a partir das transformações registadas, em 1966, por Vicente Jorge Silva e José Manuel Barroso, que, perante as dificuldades de registarem um novo título, alugaram aquele já existente), com bons redactores e colaboradores que, «sem nunca ignorarem os problemas locais, souberam, dentro de uma orientação

³⁰ Sob o título de «Cardeal Cerejeira: Uma Recordação do Passado», a entrevista, por mim realizada, foi publicada na edição n.º 1315, de 18 de Maio de 1973, da *Flama*. Em análise, entre outros temas, as controvérsias da Concordata, especialmente os efeitos civis do casamento católico, a importância da criação da Universidade Católica e as suas relações com Salazar, designadamente após a mudança de ambos para Lisboa. Foi sobretudo no capítulo referente ao Salazar político, que, no dizer de Cerejeira, «pouco tinha a ver com o homem», que se registaram as principais intervenções por parte da censura.

autónoma e politizada, combiná-los, na justa proporção, com questões nacionais e internacionais». Com a curiosidade de, segundo ele, se estar perante publicações de *qualidade acessível*, já que os temas tratados não interessavam apenas a uma «reduzida e intelectualizada *elite*», mas visavam o maior número possível de leitores.

Ao *Jornal do Fundão*, classificado, pelos Serviços de Censura, de «politicamente muito perigoso», com a agravante de ser dirigido por um homem que sabia «fazer vingar os ardis» em que era fértil (Livro Negro, 1979: 222), e ao *Comércio do Funchal*, outro exemplo de qualidade que da abordagem de temas regionais passou a tratar, numa perspectiva progressivamente «contestativa», de problemas mais vastos, especialmente das áreas política e cultural (Palla, 1990: 216), há ainda quem acrescente mais alguns (poucos) títulos, entre os quais o *Notícias da Amadora*, um semanário regional que alguns integram no item habitualmente designado por publicação suburbana.

Lidos um pouco por todo o País, mais como órgãos da oposição do que propriamente como publicações de índole regional/local, esses jornais distinguiam-se, de facto, da imprensa «tradicionalmente caciqueira e clientelar» (Cruz, 1978: 63). Só que, como dirá Paulouro (1978: 50), eram poucos de mais para os 500 e muitos que então se editavam. É provável que, para além deles outros houvesse, mas, se os havia, acrescentará ironicamente o director do *Jornal do Fundão*, não «davam sinal» de si.

Referência, neste contexto, para alguns dos suplementos culturais (predominantemente literários) que, sobretudo a partir dos anos 60, passaram a integrar um conjunto de jornais regionais.³¹ Maioritariamente coordenados por jovens universitários (alguns dos quais vieram a ocupar lugares de relevo no panorama literário e jornalístico do País), vários deles contaram com a colaboração de destacadas figuras da cultura, em especial escritores e ensaistas. Tratou-se, na opinião do jornalista Arsénio Mota (2002), responsável, entre 1961 e 1965, pelo «Independência Literária» (*Independência de Águeda*), de um movimento cultural *espontâneo*, que, além de ter deixado marcas, foi, «na sua palpitante vivacidade, de explicação difícil sobretudo para quantos conheceram a fêrula

³¹ De referir, entre outros, «Ao km. Zero» (*Reconquista*, Castelo Branco) «Convívio» (*Planície*, Moura), «Independência Literária» (*Independência de Águeda*), «Cidadela» (*A Nossa Terra*, Cascais), «Fragmentos» (*Notícias de Felgueiras*), «Suplemento» (*Badaladas*, Torres Vedras), «Argumentos», «Nova Literatura» e «& Etc.» (todos, em épocas diferentes, no *Jornal do Fundão*), «Seara» (*Jornal da Costa do Sol*, Cascais), «Defesa Literária» (*Defesa de Espinho*) «Artes e Letras» (*Notícias de Guimarães*), «Hoje e amanhã» (*Mar Alto*, Figueira da Foz), «Contacto» (*O Almonda*, Torres Novas), «Mosaico» (*Jornal de Cortegaça*), «Arrancada» (*A Voz do Domingo*, Leiria), «Labareda» (*O Templário*, Tomar), «Panorama» (*O Jornal da Lixa*), ou «Ângulo» (*Flor do Tâmega*, Amarante). Perante a «tendência preponderante do movimento», designadamente a partir da realização dos três primeiros encontros (Figueira da Foz, Setembro de 1963; Cascais, Junho de 1964, e Guimarães, Agosto de 1965), o regime começou a seguir com atenção redobrada a sua actividade, em especial a dos «entusiastas mais óbvios».

salazarista». Com a curiosidade acrescida de, por vezes, se terem constituído em alternativa aos suplementos semanais que, integrando a generalidade dos diários publicados nas cidades de Lisboa e Porto, eram «um tanto inacessíveis aos novos autores sem nome feito».

Pela necessidade de «iludir a censura», alguns autores de relevo considerados *perigosos* pelo regime não assinavam os textos ou, então, usavam iniciais e pseudónimos, «por vezes femininos», já que os censores «partiam do princípio de que as senhoras não podiam ser subversivas». Outras vezes ainda optavam por uma «linguagem críptica, por uma terminologia específica de que só os correligionários estavam a par: *racionalismo concreto, pensamento diamático, novo humanismo e lucrativismo* substituíam, com sucesso, materialismo dialéctico, socialismo e capitalismo» (Pires, 1999: 308-309). Só que, ao tentarem ludibriar a «incultura dos censores», os autores dos textos corriam o risco de não atingirem os objectivos pretendidos, isto é, serem entendidos pela maioria dos seus leitores.

Inicialmente – recorda Correia Tavares, coordenador do suplemento «Ao km. Zero», publicado pelo semanário diocesano de Castelo Branco, *Reconquista*, entre 1968 e 1972 –, a censura começou por ser a distrital, «depois, mais vigilante, a nacional». Curiosamente, esclarece, «a interna, em matéria política, nunca existiu» e, «no âmbito da moralidade, observância dos bons costumes, manifestou-se apenas em meia dúzia de casos», que se poderão classificar de «quase anedóticos» (Depoimento, 2006).

Independentemente das limitações atrás referidas, há, no entanto, quem, atendendo designadamente à assimetria do País, considere de «particular relevância» a publicação destes suplementos pelo contributo dado a alguma da descentralização registada no âmbito da cultura (Pires, 1999: 308-309). Além de que, apesar de «modestas» e «provincianas», aquelas páginas constituíram-se frequentemente em espaços «de muito proveitoso treino» para toda uma geração (Mota, 2002).

Um período qualitativamente novo

No final dos anos de 1960 e primeiros da década seguinte, desagregada a «fronda reformista» congregada em redor do novo chefe do Governo; revoltado o «sector ultramontano» que não perdoava as cedências em relação à proclamada autonomia progressiva e participativa das colónias; radicalizados o discurso e os métodos da luta da oposição de esquerda, perante o «luto das ilusões» anunciadas com a denominada «primavera marcelista»; multiplicadas as «iniciativas de propaganda e agitação», por parte de grupos católicos, contra a Guerra Colonial, o sistema político e social e a cumplicidade da hierarquia eclesiástica; e com alguns responsáveis da Igreja a tentarem evitar que, à semelhança do que tinha acontecido em 1910, ela tombasse «abraçada ao regime e confundida com ele» (Rosas, 2004b: 14-25), factores internos e exteriores ao mundo jornalístico e ao próprio sistema

mediático irão concorrer para que se assista a uma verdadeira transformação na estrutura da imprensa (Correia, 1998: 64). De tal modo que, perante as alterações registadas, tanto nas «formas correctas de *fabricar* a informação», como nas «concepções dos jornalistas sobre a sua profissão» ou ainda na modernização dos processos produtivos, a exigirem avultados e rápidos investimentos humanos e financeiros, Fernando Correia e Carla Baptista (2007: 70-71) não hesitam em valorizar a importância deste período na história do jornalismo caseiro.

Sendo de todo incorrecto considerar que a melhoria do jornalismo e dos jornalistas começou nos anos 60 ou que tudo aconteceu com a chegada ao poder de Marcelo Caetano (as alterações deverão ser entendidas «no contexto da situação criada pelas novas condições proporcionadas pelas transformações» registadas na década e meia anterior), importa, no entanto, dizer que, apesar de tudo, o marcelismo abriu as portas a um período «qualitativamente novo» na história da imprensa e, de algum modo, na história generalizada do jornalismo português (*Idem*: 366).

De referenciar, entre as causas para uma tal mudança, o aparecimento de novos empresários e gestores abertos à modernização,³² a par de uma progressiva alteração da composição social das redacções, onde passaram a existir mais jovens jornalistas (incluindo mulheres, ainda que muito poucas), com licenciatura ou frequência universitária, forte consciência política, despertos para a importância do jornalismo como «arma de influência social» e considerando-se a si próprios «agentes de transformações sociais» (Cabrera, 2006: 264). Foi, então, que o campo político, terreno «quase *virgem*» para a generalidade dos jornalistas portugueses, já que a cobertura desses acontecimentos se resumia quase exclusivamente à transcrição dos discursos e ao «relato laudatório dos actos oficiais» (Correia e Baptista, 2007: 322), passou a assumir alguma importância.

Para o facto, terá contribuído de modo porventura decisivo a eleição, nas legislativas de Outubro de 1969, de algumas «vozes desafiantes». Foi a «Ala Liberal», como os jornais passaram a designar um grupo de deputados que, «ao ousarem quebrar consensos» em matérias consideradas importantes, como a opção europeia, a reforma da Universidade, a revisão constitucional ou a liberdade de imprensa, levaram os jornalistas a olharem a Assembleia Nacional de modo um pouco diferente, como um «espaço preferencial de polémica fracturante, logo interessante». (*Idem*: 329-330).

A estas alterações, incluindo o moderado rejuvenescimento e a titubeante feminização das redacções, deverá juntar-se o desenvolvimento ou, até mesmo, a criação de departamentos empresariais, visando uma melhor comercialização e divulgação do «produto». O mesmo se poderá dizer em relação à angariação da publicidade, que, perante o agravamento dos custos de distribuição e produção

³² De citar, entre esses gestores, os nomes de Francisco Balsemão, no *Diário Popular*, Ruella Ramos, no *Diário de Lisboa*, e Eugénio Martins, em *O Século*.

e da necessidade de uma permanente actualização técnica dos parques gráficos e das próprias redacções, deixou de ser olhada como acessório, para passar a ser considerado factor indispensável à sobrevivência dos jornais. De tal modo que passou a constituir parte muito importante das receitas.

Foi tão súbita (e inesperada) esta alteração no carácter económico das empresas jornalísticas que houve quem tenha sentido a necessidade de sair a terreiro, alertando para o perigo que constituía colocar a imprensa na dependência das receitas publicitárias. Evocavam, para tal, o testemunho de Servan-Schreiber (1974: 36), que, perante fenómeno idêntico tempos antes registado em França, havia denunciado a desvirtualização do objectivo principal dos media, já que, em vez de fornecerem informação aos seus leitores, os jornais, através do «desvio da publicidade», estavam sobretudo a vender «leitores aos industriais em busca de clientes para os seus produtos». Além de que, sendo diferentemente distribuída e preferindo (logicamente) os órgãos de informação com maiores tiragens e audiências, a publicidade passou a constituir-se em «factor decisivo para a *concentração* dos órgãos informativos» (Crato, 1992: 176).

Independentemente da eventual justeza das reservas que lhe foram (e continuam a ser) assacadas (existem outras dependências, porventura mais determinantes), o facto é que a publicidade tornou-se absolutamente indispensável aos jornais, obrigando-os a lutarem entre si e a enfrentarem a forte concorrência da televisão, da rádio e dos *newsmagazines* que, nos últimos anos da década de 60, deram um importante salto em ordem ao jornalismo de investigação (o possível perante a censura e a polícia política) e à cobertura regular de acontecimentos nacionais e internacionais.

Sofisticadas no grafismo e «liberais na escolha e no tratamento dos conteúdos», aquelas revistas, em especial a *Flama*, *Vida Mundial* e *Século Ilustrado*, irão estar «na linha da frente da renovação do jornalismo português nos anos imediatamente anteriores a 1974» (Correia e Baptista, 2007: 318). De sublinhar, a multiplicação e valorização da reportagem, a par da *democratização* da entrevista e da consolidação e desenvolvimento «em larga escala e com maturidade jornalística e artística» do conceito de reportagem fotográfica (redactor e fotógrafo passam a ser profissionalmente equiparados), com recurso frequente à utilização da quadricromia. São criados igualmente departamentos gráficos que, integrados por profissionais do sector e *designers*, pré-progamam (através de uma maquete), juntamente com a chefia da redacção e, eventualmente, com o responsável pelo gabinete fotográfico, as diferentes páginas da revista.

Para as transformações registadas no jornalismo português, de referir igualmente o papel dos vespertinos, sobretudo a partir da década de 60, que, ao introduzirem e desenvolverem alterações, tanto a nível jornalístico e empresarial («os dois domínios não são separáveis»), como tecnológico, se constituíram em verdadeiros *motores de mudança*, influenciando, «em maior ou menor grau», a generalidade da imprensa (*Idem*: 105). Como escreve Mesquita, eles terão, na prática, desempenhado um

papel idêntico ao assumido pela imprensa semanal, especialmente o *Expresso* e *O Jornal*, na sequência do 25 de Abril (*apud* Correia e Baptista, 2007: 204).

Os últimos anos da década de 1960 serão ainda marcados pela afirmação e, em alguns casos, consolidação dos suplementos, muitos deles funcionando como cadernos temáticos, de periodicidade regular e com autonomia gráfica em relação ao corpo do jornal (Correia e Baptista, 2007: 273). O mesmo se dirá em relação a *A Bola* que, apesar do perfil editorial diferente dos outros jornais, contribuiu de modo particular para a renovação e «para a própria credibilização do jornalismo em geral» (*Idem*: 106).

Merecedor de igual referência, até porque de reflexos importantes na produção da informação, é também a organização dos jornais por secções, que, em simultâneo com a *arrumação* das redacções, ainda que, inicialmente, de modo um pouco informal e por temáticas demasiado abrangentes, haverão de conduzir a uma gradual e acentuada especialização por parte dos profissionais. Mais do que uma questão técnica ou empresarial, como, na ocasião, alguns a rotularam, tratou-se, na prática, de uma alteração de fundo na rotina do dia-a-dia do jornalista, até então frequentemente referenciado como um técnico de generalidades, uma espécie de «pau para toda a obra».

À desestruturação organizativa que as circunstâncias e o tempo foram amainando haverá que acrescentar-se a introdução do ofsete, possibilitando maior maleabilidade gráfica (Crato, 1992: 76); a multiplicação e melhoria das fotos e ilustrações; a progressiva generalização das rotativas, telefones, telexes, máquinas de escrever, gravadores e meios de transporte; a informatização (a possível) das diferentes fases de produção e uma maior flexibilidade dos métodos de gestão dos recursos humanos.

Tudo isto acontecia apesar do *fantasma* de uma censura prévia que, além de causar inibições, travar iniciativas, diminuir a aptidão dos profissionais e obrigar os jornais a uma «dependência rotineira do poder», coexistia, sobretudo nos media *controlados* pelo Governo, pela Igreja Católica ou por grupos económicos, com uma censura interna ou autocensura (Balsemão, 1971: 179). Recorde-se que só em 1972, aquando da aprovação da Lei de Imprensa, foi revogada (na teoria, que não na prática) a denominada norma da «habilitação prévia», segundo a qual os nomes dos directores dos jornais só podiam ser apresentados aos serviços competentes depois de terem sido sujeitos à aprovação directa do chefedo Governo.

Simultaneamente, assiste-se a significativas alterações na propriedade da imprensa, com alguns grupos económicos a mostrarem-se apetecidos pela aquisição dos principais títulos. Foram várias (e diversificadas) as razões que terão conduzido a esse *apetite*: a «longa tradição de contactos paralelos» entre as empresas e os jornais (as ligações eram geralmente estabelecidas através de jornalistas, frequentemente «quadros de direcção ou profissionais prestigiados», a quem se propunha uma avença, visando a publicação de notícias favoráveis); o facto de os empresários, perante a eventual queda do regime, pretenderem acautelar o

futuro, para, se necessário, «condicionar a opinião pública»; a necessidade sentida pelos responsáveis de alguns desses grupos de «criarem complementaridades» (as chamadas sinergias) com as agências de publicidade que também detinham; a estratégia de dar visibilidade aos diferentes projectos como «forma de afirmação no mercado» ou ainda, e não menos importante, a possibilidade de se constituírem em «veículo de pressão junto do poder político» (Cabrera, 2006: 89-90).

Porque boa parte destes negócios mereceram a aprovação governamental, quando não foram mesmo a consequência de uma *sugestão* sua, há quem considere ter-se tratado de uma estratégia marcelista de «controlo e instrumentalização» da comunicação social que, «apoiada ainda e sempre na censura», passaria a contar com a colaboração activa do poder económico.³³ Seria, no caso, a tentativa de substituição progressiva da censura política, oficial, prévia e hostil, por outra que, centrada no poder económico, oficiosa, regular e discreta, traria evidentes benefícios à imagem pública do Governo, tanto interna, como externamente. Só que a estratégia marcelista foi encontrando, «do outro lado da trincheira, uma pequena minoria que lhe faz frente e cesuras incontornáveis até nas próprias alianças estabelecidas» (Correia e Baptista, 2007: 368).

Entretanto, a censura, agora rotulada de Exame Prévio, continuava a «exercer a mesma intolerância e a mesma estupidez de sempre» (Lopes, 1979: 3) e, perante o modo de actuação de alguns empresários ligados ao sector, talvez fosse, então, mais correcto falar-se de feudalismo do que de capitalismo (Balsemão, 1971: 143). Enquanto isto, boa parte da opinião pública parecia alheada. Em causa, nomeadamente, algumas elites que, dizendo-se logradas em relação a parte substancial do material que lhes era fornecido, oscilavam entre «uma atitude de desconfiança ou de condescendente e paternal simpatia» e a «irresistível tendência» para a comparação com as publicações editadas no estrangeiros (*Idem*: 174).

Talvez, de facto, tenham razão os que consideram ter sido necessário esperar pelo aparecimento do *Expresso* (1973), que, além da «novidade radical» que constituiu o seu «projecto político-jornalístico», significou, em vários aspectos, uma verdadeira ruptura com o passado e o primeiro passo para a introdução, no nosso país, de uma imprensa «mais próxima dos padrões europeus dominantes», designadamente em termos de organização empresarial (Correia e Baptista, 2007: 71-72). Tratava-se, no dizer do seu fundador (Francisco Pinto Balsemão), de uma espécie de *jornal-escritório*, com toda a empresa centrada numa redacção apoiada

³³ No início dos anos 70, boa parte (a totalidade, em alguns casos mesmo) do capital social da maioria das empresas proprietárias dos jornais era, directa ou indirectamente, detido por alguns dos principais bancos existentes (Caixa Geral de Depósitos, BIP, Borges & Irmão, Espírito Santo e Comercial de Lisboa, Nacional Ultramarino, Pinto e Sotto Mayor e Crédito Predial Português) ou por alguns dos mais importantes grupos empresariais, como a CUF, Tabaqueira, SOREL, Sociedade Nacional de Sabões ou a Portugal e Colónias.

por um departamento comercial (e de publicidade) e um sector administrativo estritamente reduzido ao essencial.

De referenciar ainda o «distanciamento respeitoso e subserviente» de uma significativa quantidade dos jornalistas em relação ao poder político; a «menoridade do estatuto de uma profissão que estava longe de poder ser considerada de elite» (Correia e Baptista, 2007: 279) e, em flagrante contraste com os avanços tecnológicos, gráficos, de conteúdo e até de ética, o facto de o consumo médio de jornais rondar os oito exemplares por 100 habitantes. Além de que, exceptuando o caso das revistas, um quarto dos leitores da imprensa não diária estava concentrada nos desportivos. Dos 21 diários publicados no Continente, 10 eram editados em Lisboa, quatro no Porto, três em Évora, dois em Beja e outros tantos em Braga, absorvendo quatro deles cerca de dois terços (mais de 65 por cento) dos leitores regulares. Existiam 1093 publicações periódicas que não contavam com a colaboração regular de qualquer jornalista.

O domínio da opinião sobre a informação

Na imprensa regional/local, onde tardaram a chegar muitas das inovações tecnológicas, as mais rudimentares técnicas de grafismo, os conceitos de *marketing*, de publicidade, de comercialização e até mesmo a existência de uma redacção profissionalizada (eram raras as excepções), proliferavam as publicações sem qualquer razão de ser. «Não se compreende», escrevia Balsemão (1971: 116-117), «que, como muitas vezes sucede, numa povoação onde se justificaria, quando muito, um semanário, haja três ou quatro publicações que não têm vida financeira equilibrada, se roubam os poucos assinantes e anunciantes e, não cumprindo, por incapacidade técnica e financeira, a sua missão informativa, dependem de subsídios oficiais ou particulares ou do entusiasmo de uma família ou de um indivíduo, normalmente pouco habilitados a fazer bom jornalismo.»

A merecer referência destacada, no contexto regional, continuava o *Jornal do Fundão*, um semanário com grande capacidade de intervenção e uma tiragem da ordem dos 20 000 exemplares, parte dos quais vendidos nos grandes centros urbanos (em especial Lisboa e Coimbra) e em vários dos principais núcleos de emigrantes portugueses espalhados pelo mundo. Tinha uma redacção profissionalizada e nele colaboravam alguns dos maiores ensaístas e escritores portugueses e brasileiros de então. Foi – caso único – alvo de uma suspensão de seis meses: aconteceu em 1965, na sequência da publicação de uma notícia sobre a atribuição, pela Sociedade Portuguesa de Autores, do Grande Prémio de Novelística ao romance *Luanda*, de Luandino Vieira, a cumprir a pena de 14 anos de prisão, acusado de actividades subversivas.

Considerado «desafecto ao regime» e «grande amigo dos soldados de África»; combatente regular da situação política, mas «benquisto, em todo o caso, do regedor

e da Junta de Freguesia»; acusado de imprimir, na sua tipografia, «literatura obscena e sacrílega, mas capaz de conciliar, na hora própria, o apoio de certos católicos», o *Jornal do Fundão* foi obrigado, a partir de Dezembro de 1965, a enviar os textos, em provas de página, para a Censura, em Lisboa (Livro Negro, 1979: 202-210).

Destaque também para o *Notícias da Amadora*, um jornal que, incorporando valores das denominadas imprensas de proximidade e operária, foi capaz de questionar (sobretudo a partir dos finais da década de 1960) vários dos conceitos tradicionais da «tribuna regionalista» que, cerca de 12 anos antes (1958), serviram de matriz à sua fundação. Aconteceu, sobretudo, a partir das eleições de 1969, quando, colocando-se abertamente a favor das propostas da CDE e das reivindicações advogadas pela CGTP/Intersindical, alargou a sua área informativa a questões de âmbito nacional. Contando com a colaboração regular de prestigiados jornalistas e com uma tiragem que, por vezes, terá rondado os 15 000 exemplares, foi acusado, em Janeiro de 1971, pelo órgão da União Nacional (*Diário da Manhã*) de proceder, em relação aos leitores, a uma «autêntica lavagem ao cérebro, por parte de grupos especializados na perversão da inteligência e dos sentimentos».

Embora situado fora do âmbito deste trabalho (Portugal continental), uma nota sobre o *Comércio do Funchal*, que, editado na Madeira, contava com um número alargado de leitores fora daquele arquipélago, sobretudo em Lisboa. Abordando, numa primeira fase, questões regionais, tratados embora de maneira diferente, passou, posteriormente (porventura influenciado pelo Maio de 68), a prestar maior atenção a problemas de âmbito político e cultural, numa «perspectiva cada vez mais contestatária» (Palla, 1990: 217). Era impresso em papel cor-de-rosa e adoptava uma paginação «que lhe conferia a aparência de jornal *underground*». A sua tiragem rondava os 10 000 exemplares.

Exceptuando, no entanto, estes casos – a que importa juntar a *Voz Portucalense* (órgão da diocese do Porto, fundado, em 1970, por D. António Ferreira Gomes, após o seu regresso do exílio); o *Jornal do Centro*; *A Opinião* e alguns outros (poucos) que, a seu modo e de diferentes modos, resistiram às pressões e ameaças políticas, procuraram evoluir jornalisticamente, em termos de escrita e de grafismo, ou foram acompanhando as novas tecnologias –, poderá dizer-se que a par dos males que afectavam os jornais nacionais, a imprensa regional sofria ainda de outros, específicos.

Além de serem, em geral, mais ideológicos do que informativos e muitos deles estarem enfeudados às estruturas da ANP, o (pouco) noticiário oferecido aos leitores era «monocolor, de âmbito local e usualmente de mau recorte jornalístico» (Palla, 1990: 216). As estruturas empresariais que os suportavam eram geralmente débeis, vivendo frequentemente da «carolice» dos seus colaboradores, maioritariamente constituídos por funcionários públicos, professores primários e padres (parte significativa das denominadas «forças vivas da terra»), que, com frequência, assumiam grande ascendente sobre o jornal, seu proprietário e director,

impondo, designadamente, a localização e o destaque a dar aos textos de que eram autores ou das notícias que mais lhes interessavam.

Limitados «no espantoso da rendibilização de eventuais investimentos que permitissem a necessária renovação tecnológica» (*Idem, ibidem*), concorriam frequentemente entre si (nem sempre, no entanto, de modo transparente) na angariação dos anúncios oficiais e oficiosos. Apetecidos por tudo o que fosse subsídio, considerado indispensável à sobrevivência, eram raros (muito raros mesmo) os que contavam com a colaboração de qualquer profissional da informação (ainda que a tempo parcial) e mais raros ainda os que detinham um departamento comercial ou afim.

A par de alguns (poucos), com edições de 16 ou mais páginas, havia também os que habitualmente apenas publicavam duas. Eram impressos em máquinas planas e a composição, muitas vezes manual, ainda usava, com frequência, tituleiras de madeira. Havia os que utilizavam uma segunda cor no cabeçalho ou em alguns dos títulos considerados mais importantes, em especial na primeira e última páginas, em páginas especiais e centrais ou em ocasionais suplementos. As poucas fotografias publicadas, geralmente de fraca qualidade jornalística (uma característica, aliás, bastante comum à maioria dos jornais, incluindo os de âmbito nacional), eram frequentemente cedidas pela DGI (acompanhavam as notícias sobre a actividade governamental ou os textos de opinião, para os quais era *solicitada* «especial atenção») ou emprestadas pelos jornais nacionais. Até porque as zincogravuras, indispensáveis à sua impressão, eram dispendiosas e a sua execução morosa. Além de não abundarem as oficinas apetrechadas para o efeito, as existentes estavam maioritariamente localizadas nas grandes cidades, de difícil acesso em tempo útil por parte de uma importante fatia dos jornais regionais/locais, designadamente os sediados no interior do País.

Consequência, talvez, das características dos equipamentos tipográficos disponíveis (em geral, limitados), mas também pelo facto de os seus responsáveis não terem assumido ainda o princípio, segundo o qual a *cara* dos jornais, à semelhança do que «acontece com as pessoas, firma-se e afirma-se pela constância das particularidades estilísticas que a marcam», a palavra *maquetagem* (hoje, dita *design* ou *desenho gráfico*) era quase por inteiro ignorada. E ainda que o comum das pessoas não adquira um jornal para apreciar a sua *imagem*, mas antes para procurar a informação (Chaparro, 2000: 38), o facto é que de pouco valerá ter um jornal rico em conteúdo, se, ao olhar para ele, «o leitor o repele», antes mesmo de ler as primeiras linhas (Araújo, 1988: 175). Como sublinha Chaparro (2000: 38), «a sedução que o jornal impresso exerce sobre quem o compra e percorre é essencialmente de natureza e estética visual» ou, dito de outro modo, o papel do *design* em qualquer publicação é o de fazer com que o leitor «descubra mais facilmente, com mais verdade e prazer estético», o que lhe interessa em cada edição.

A acrescentar a tudo isto, temos ainda o facto de, até meados de 1972, os raros profissionais que trabalhavam na imprensa regional/local não serem oficialmente

considerados jornalistas. À semelhança, aliás, do que acontecia, por exemplo, com os jornais desportivos e revistas (algumas delas com boas audiências e bastante influência), com as consequências daí inerentes, incluindo a impossibilidade de sindicalização e o acesso aos benefícios da Previdência. Para tal, foi necessário aguardar pela publicação do documento regulador da Lei de Imprensa que considera profissionais da informação todos aqueles que, «por virtude de contrato de trabalho com uma empresa jornalística, fazem das actividades próprias da direcção ou da redacção da imprensa periódica ou das agências noticiosas a sua ocupação principal» (SEIT, 1972: 124).

Independentemente de algumas (importantes) alterações registadas, incluindo o grafismo, consequência, sobretudo, do apetrechamento técnico por parte de um significativo número de tipografias; e para além do aparecimento de novos títulos e do rejuvenescimento de outros, onde já se pode falar de um certo profissionalismo, o facto é que vários dos males atrás referenciados foram permanecendo ao longo dos tempos. E assim atravessaram o 25 de Abril e quase assim enfrentaram o novo século. De tal modo que, ao intervir em jornadas organizadas pelo Sindicato dos Magistrados do Ministério Público (1978), António Paulouro, ressaltando embora a existência de tentativas meritórias, algumas delas já entretanto mortas, não propriamente por «míngua de entusiasmo, dedicação e capacidade», mas sobretudo por ausência de meios materiais, chamava a atenção para o facto de boa parte dos *fazedores* das «folhas provincianas» continuar a gozar dos «benefícios da cumplicidade» que desde sempre os havia acompanhado. Ou seja, e ainda de acordo com o, então, director do *Jornal do Fundão*, a parte mais significativa («três a quatro quintos») daqueles jornais que, até 25 de Abril de 1974, «estralejavam foguetório a corpo 10 na visita dos ministros e no aniversário do chefe», que nada viam, por exemplo, sobre desempregados, doentes sem camas, ou «nocturnas prisões de gente honrada» e que *ignoravam* por inteiro a guerra, a fome, a dor e o medo, continuavam a viver «do saudosismo do Império, quando éramos uma nação onde nunca se punha o Sol» (Paulouro, 1978: 47-51).

Dez anos depois, Mário Mesquita (1988: 8) haveria de classificar de «paupérrima» a realidade da nossa imprensa regional. Apesar de, segundo ele, existirem já então alguns jornais a profissionalizarem os quadros redactoriais e a fazerem um esforço sério, visando a melhoria da qualidade informativa, na prática, no entanto, continuava a campear «o mais absoluto amadorismo», juntamente com inferiores padrões de qualidade. Ao intervir, sensivelmente na mesma ocasião, num encontro sobre a administração local e a informação, Pissarra Esteves (1988a: 64) referia a existência de uma imprensa regional/local de muito fraca qualidade, predominantemente dominada por «conteúdos débeis, um grande apatismo político e, em muitos casos, uma escassa informação sobre a vida local».

Entre as causas avançadas para a manutenção dessa situação, aquele professor universitário apontava a «continuada indefinição» em redor do termo regional; a concentração de cerca de 75 por cento dos títulos na faixa litoral do País e

de mais de metade nas áreas de Lisboa e Porto; a ausência de diversidade em relação aos temas abordados, aos conteúdos e aos géneros jornalísticos utilizados; a concentração da propriedade nas mãos da Igreja Católica («para cima de 25 por cento») e do Estado (cerca de 15 por cento, directa ou indirectamente); a quase ausência de qualquer especialização (quase todos generalistas); e as enormes carências, tanto em termos técnicos e financeiros, como de recursos humanos, regularmente ignorados, porque «difíceis de mobilizar» (exigem formação), «não trazem benefícios imediatos e podem até suportar alguns riscos...» (Esteves, 1988b: 9-10).

Mais recentemente (início de 2003), o então secretário de Estado responsável pela área, Feliciano Barreiras Duarte (2003: 20-21) revelava ter sido grandemente negativa a conclusão a que havia chegado, após um retrato («o mais rigoroso possível») feito ao sector. À semelhança, aliás, do que já anteriormente havia afirmado outro secretário de Estado da Comunicação Social, no caso Alberto Arons de Carvalho (1999: 4), ao classificar de muito débil a imprensa regional portuguesa, onde existiam leitores ganhos pela oferta de jornais, que não pela sua qualidade (muitas das pessoas que recebem em casa um jornal deitam-no «directamente para o caixote, sem o abrirem»), também Barreiras Duarte, generalizando embora, dizia estar-se perante um sector amador e proteccionista, em que parte significativa dos operadores do mercado pareciam pouco apetecidos pela organização empresarial, porque preferiam antes viver à custa da «subsídio-dependência do Estado» (Duarte, 2003: 20-21).

Pesem embora as alterações entretanto registadas, designadamente em termos de fusão empresarial; o modo diferente (e apetecido) como um ou outro desses títulos foi *olhado* por empresários da comunicação social e da constituição de alguns grupos especialmente orientados para o sector, mantém-se idêntica a situação. Até porque, mais do que nas iniciativas empresariais, raras e tímidas, a esperança, em relação às mudanças, sempre consideradas necessárias e urgentes, vão-se regularmente centrando nas reformas (as suficientes e as necessárias?) ciclicamente prometidas pelos diferentes executivos. Em causa, a potenciação da qualidade dos projectos jornalísticos e o exponencial crescimento das suas audiências; a alteração dos princípios que presidem às lógicas de distribuição e circulação e a renovação das «estratégias de gestão e de *marketing*», visando o desenvolvimento, não apenas das regiões do interior do País, mas também dos limites e periferias dos grandes centros urbanos (Cádima, 2004: 43).

Talvez venha a propósito citar McQuail (2003: 83), quando considera existir, por parte dos profissionais da informação, um desejo generalizado de agradar aos seus potenciais leitores ou, pelo menos, de não os hostilizar. Dito por outras palavras, os media «tendem a apoiar os valores, não só da sociedade como um todo, mas também de segmentos dentro dela, definidos de maneiras diferentes». Como é o caso da imprensa regional, que, se bem apetrechada em termos humanos, técnicos, financeiros, de gestão e de distribuição, pode não só contribuir para

a promoção da identidade e organização social, mas ainda apoiar valores da comunidade, juntamente com a «manutenção de uma ordem local». Ou seja, se for impedida a conversão em «anacronismos» de algumas das suas especificidades constitutivas, os media regionais podem, na prática, funcionar como «factor potencialmente indutor da dinamização de espaços públicos que devem existir a nível local e regional» (Carlos Correia, 1998: 165).

2. Depois do «momento fundador»

Independentemente das importantes (e marcantes) alterações registadas no campo dos media, na sequência do 25 de Abril de 1974, por muitos considerado o momento fundador do jornalismo actual, por ter designadamente colocado um ponto final no regime de censura prévia, a imprensa regional, que, tanto em termos redactoriais, como técnicos, empresariais e de distribuição, se encontrava bastante *atrasada* em relação à globalidade do sector, *atrasada* foi ficando.

Apesar de tudo, continuou a merecer cuidada *atenção* por parte do poder político, convencido da sua importância na formação da opinião pública local. O que faz com que melhor se *expliquem* os louvores e as cíclicas promessas de apoio por parte de sucessivos governantes (Mesquita, 1988: 8) e de muitos dos poderes locais. Houve mesmo quem tenha considerado que os jornais regionais respeitavam melhor do que os nacionais os princípios de isenção, liberdade e grau de responsabilidade, «especialmente em relação a determinados momentos».³⁴

De então para cá, de facto, boa parte da imprensa regional/local continua a prosseguir bastante da prática anterior, ignorando muita da sua especificidade. De referir, como exemplo, a limitada interacção com a opinião pública; a frequente *tabloidização* da informação; a crescente incapacidade de fornecer novidades e de entender que «a importância dada ao noticiado ontem não está nos factos, mas nos efeitos» (Chaparro, 2003b: 39); a excessiva dependência dos jornalistas em relação a «informações que lhes são fornecidas apenas por fontes oficiais com interesse directo na questão em análise» (Fidalgo, 2000: 71); e, em conexão com esta última, a «avassaladora e institucionalizada competência de produzir acontecimentos programados de grande relevância jornalística, com a característica de serem conteúdos previamente elaborados» (Chaparro, 1999b: 9).

³⁴ Como se pode ler no *Diário de Notícias*, de 13 de Janeiro de 1987, a afirmação é do primeiro-ministro de então, Cavaco Silva. Foi feita aquando do anúncio da atribuição de um subsídio à imprensa regional.

A tudo isto haverá que juntar-se a progressiva substituição (não necessariamente pior) da dependência do poder político por dependências face ao mercado, incluindo uma publicidade que, indissociável da generalidade da actividade empresarial mediática, tenta, de quando em vez, a mistura com a informação, visando uma estratégica *confusão* entre os conteúdos jornalísticos e a sua mensagem. Sabendo que o efeito da publicidade e o crédito que lhe é atribuído pelo leitor dependem grandemente do espaço ocupado pelo anúncio e da sua «proximidade» com a área redactorial, o anunciante tudo faz para, perante uma eventual passividade do jornalista e da hierarquia redactorial, determinar a «composição, organização e distribuição dos espaços» (Marshall, 2003: 74).

Distantes, de facto, parecem já os tempos em que os jornais dispunham de inteira capacidade para paginar a publicidade de acordo com princípios que, previamente estabelecidos, eram do conhecimento público. Quem pretendesse alterar as normas, «pagava para isso». Hoje, a alteração das regras da concorrência e a criação de centrais de compras, a par de uma conjuntura económica desfavorável, «inverteram as relações de forças», fazendo com que por vezes se *confunda* o que é do domínio jornalístico com o que é do domínio da publicidade. Concretamente, já não é mais o jornal a ditar as leis, porque, «carente que é da sua principal fonte de rendimentos, obedece. Respeita. Em suma: inclina-se» (Rebelo, 2003: 77).

Porque a relação da publicidade com o jornalismo constitui uma das questões importantes que, hoje, se colocam aos media, talvez valha a pena atentar na opinião de Carlos Chaparro, quando considera que o jornalismo não é melhor nem pior do que a publicidade (a discussão não deve ser colocada «no campo da moral, como se o jornalismo fosse o bem, onde vivem a virtude e os virtuosos, e a publicidade o mal, por onde circulam o pecado e os pecadores») e que, «fora das denotações e conotações moralistas, jornalismo e publicidade são apenas linguagens diferentes, para interacções sociais organizadas por expectativas diferenciadas. Convivem, complementam-se, mas não devem misturar-se, sob risco de perderem eficácia social. Quando uma se imbrica com a outra, ambas se tornam enganadoras, constroem a burla» (Chaparro, 2001: 39).

A estes factos talvez se deva acrescentar um outro, em que foi grande a *identificação* registada entre os jornais de expressão nacional e regional. Referimo-nos concretamente à invulgar criação de novos títulos, muitos dos quais, porque quase exclusivamente ditados pela dinâmica política e social dos tempos ou por razões de grupo e raramente assentes em credíveis estudos de viabilidade económico-financeira e de análises de mercado, depressa chegaram às bancas, mas mais depressa ainda começaram a partir.

De referir, designadamente, a multiplicação registada depois de 25 de Novembro de 1975, quando, segundo o sociólogo José Rebelo (1994: 94-95), se assistiu à dissolução do sonho esquerdista e à imposição da vontade «normalizadora», com a «legitimidade revolucionária» a ceder lugar à «legitimidade eleitoral». Então, socialistas e sociais-democratas passaram a alternar no poder, dominando,

ora uns ora outros, o sector público da comunicação social (a televisão, a maioria das rádios e mais de 60 por cento da imprensa diária de expansão nacional) e fazendo com que, «no campo dos media, a batalha pelo direito à informação», no seu «duplo aspecto de informar e ser informado», passasse a ser outra ou, talvez melhor, fossem outros os protagonistas. É assim, por exemplo, que, no curto espaço de sete meses (entre Dezembro de 1975 e Julho de 1976), os comunistas lançam o *diário* (Janeiro de 76); sectores da esquerda revolucionária, os semanários a *Gazeta da Semana* (Abril), *25 de Abril do Povo*, *19 Ponto-Zero-Zero* e o diário *Página Um* (todos em Junho); e a direita e a extrema-direita, «livres, enfim, de mostrarem a sua verdadeira face» e sem necessidade de recorrerem aos «álibis do *Verão quente*», o matutino *O Dia* (Dezembro de 75) e os semanários *O País* (Janeiro de 76), *O Diabo* (Fevereiro), *O Sol*, *A Rua* (ambos em Março), *O Liberal* (Abril), *Pátria* (Junho) e *A Tribuna* (Julho), entre vários outros.

Ainda que algumas mudanças tenham acontecido ao longo do tempo, elas assumiram, no entanto, especial relevância entre a segunda metade dos anos 80 e a primeira de 1990, quando, no espaço de uma década, se assistiu a uma profunda alteração do sistema mediático, designadamente a forma de os media se relacionarem com os seus leitores e influenciarem a opinião pública. De tal modo que aquilo que, a partir de então, passou a existir tinha «muito pouco a ver com o que se passava 10 anos antes» (Correia, 1998: 36). E não apenas na imprensa, mas igualmente na rádio e na televisão.

Tudo (quase tudo), afinal, uma consequência de questões «decisivas e contraditórias» registadas no sector. A começar pelo reordenamento do espaço radiofónico (a explosão, na primeira metade dos anos 80, das «rádios livres» ou «rádios piratas» e a posterior legalização das rádios locais), acabando com o *duopólio* Estado/Igreja Católica, ou seja, RDP/RR; o fim do monopólio televisivo da RTP, com o início de emissões por parte de operadores privados (a SIC, em 1992 e a TVI, em 1993), a que haverá que acrescentar-se a reorganização registada no sector da imprensa. Assim, a par do encerramento de velhos títulos que, a exemplo do *Diário de Lisboa* (1990) ou do *Diário Popular* (1991), constituem marcos de referência na história da imprensa portuguesa³⁵, desaparecem vários outros criados depois do 25 de Abril, como *A Tarde* (1986), o *Tempo* (1988), o *diário* (1991) ou *O Jornal* (1992), que, com o *Jornal Novo*, *A Luta* e o *Portugal Hoje*, terão, no dizer de Fernando Dacosta (1995), contribuído marcadamente para a mudança da Revolução.

Simultaneamente, acontecem novos projectos que vieram *revolucionar* o panorama da imprensa portuguesa», com especial destaque para o semanário *Independente* (1988), o diário *Público* (1990) e a revista *Visão* (1993); para a «modernização

³⁵ Entre os jornais desaparecidos até então, referência ainda para o *República*, que, com o *Diário de Lisboa*, constituiu «um dos bastiões da democracia» (Cádima, 1999: 27), e *O Século*, aos quais, mercê da importância assumida, haverá que juntar a *Flama*, *Vida Mundial* e *Século Ilustrado*.

técnica, formal e redactorial» dos centenários *Diário de Notícias* e *Jornal de Notícias* (Oliveira, 1995: 318), e, ainda, para o surto registado na imprensa especializada, com especial destaque para a desportiva, onde (caso irrepetível na Europa), a partir de 1995, passou a haver três diários (*A Bola*, *Record* e *O Jogo*), a económica e a feminina, sendo que, nestes dois subsectores, se partiu rapidamente da quase inexistência para uma grande concorrência.

Independentemente, no entanto, das alterações acontecidas ao longo desses anos na generalidade dos jornais ditos de âmbito nacional, algumas das quais, aliás, têm sido alvo de *aproximação/imitação*, por parte da imprensa regional/local, existem, no entanto, várias outras de importância grande. E que não podem ser ignoradas, até porque, como defende Paquete de Oliveira, algumas delas são grandemente positivas. De referir, entre outras, a transformação registada nas «estruturas produtivas e organizacionais da indústria dos media»; a modificação na qualidade do produto informativo, tanto em termos de estilo, como na forma e conteúdo, juntamente com uma «maior catalisação dos *opinion makers*»; a inovação na estratégia de captação de públicos com a prática de «novas formas de interacção com a opinião pública»; e, ainda, a adopção de estratégias comerciais agressivas, capazes de enfrentar a concorrência de mercado (Oliveira, 1999: 64-65).

Tempo de mudanças e de aventuras

Sendo embora, como escreve Mega Ferreira, o tempo de (quase) todas as mudanças, este foi também um tempo de perigos e aventuras, já que, perante a inesperada acumulação de capital, consequência do crescimento económico e da especulação bolsista e financeira, houve investidores a apostarem em sectores onde, até meia dúzia de anos antes, poucos pareciam ousar. Ou seja, numa sociedade que assistia ao desenhar do «perfil da afluência», a circulação da informação tornava-se uma necessidade e, em alguns casos mesmo, um quase vício («um *gadget* consumista»), ao mesmo tempo que o crescimento exponencial do mercado publicitário parecia precisar de novos veículos de promoção, capazes de responder, em quantidade, qualidade e diversidade, às diferentes «faixas do universo de consumo» (Ferreira, 1989: 30).

Às operações referenciadas, importará acrescentar ainda uma certa dinâmica dos grupos económicos, as movimentações dos chamados patrões da comunicação social; a enorme mobilidade registada no mercado de trabalho do sector e outras alterações que, menos visíveis embora, nem por isso devem ser olhadas como marginais ou consideradas de importância menor.

Entre essas modificações, aquele escritor e jornalista destaca, não propriamente a já referida multiplicação, mas antes «a proliferação de revistas femininas de alta qualidade gráfica», ao nível do que de melhor se fazia na Europa; a proliferação de títulos de imprensa especializada (económica, desportiva, do mundo motorizado,

de viagens, de lazer, etc.); a «quase patética concorrência entre os semanários, na corrida aos suplementos magazinescos de luxo»; a queda dos jornais de espectáculos; o súbito despertar de uma imprensa de escândalos; a disseminação do «efeito oracular da rádio pela ocupação das ondas em toda a extensão da banda»; o surgimento de um mercado editorial de luxo e, «valendo por todas», a criação do *Público*, que, tornado «mito sebástico da comunicação social portuguesa», contribuiu para a liberalização do mercado de trabalho e para o aumento do salário médio dos jornalistas, além de ter obrigado o Executivo a rever a estratégia de privatizações (Ferreira, 1989: 30). Ou seja, a partir de então, nada mais nos media ficou na mesma.

De referir igualmente as privatizações de alguns dos mais importantes órgãos de comunicação que permaneciam no Estado (*A Capital*, em 1988; o *Jornal de Notícias*, em 1990; o *Diário de Notícias*, em 1991; e a Rádio Comercial, em 1993, tendo apenas continuado no sector público a RTP, a RDP e parcelarmente a Lusa), que, a par do movimento de concentração da propriedade dos media por parte (ou com o apoio) de alguns grupos económicos e da comercialização das políticas editoriais (os projectos ditados por razões partidárias ou ideológicas vão cedendo lugar a projectos cada vez mais sujeitos às «regras do mercado»), terão estado na origem da definição de boa parte das linhas de evolução referenciadas, constituindo mesmo o núcleo fundamental das transformações registadas nessa década, classificada de decisiva para o sector (Correia, 1998: 36-41).

Para trás, começavam a ficar os pequenos grupos económicos ou familiares tradicionalmente ligados ao sector; uma imprensa vespertina e uma imprensa especializada «pobre e pouco diversificada»; jornais política e partidariamente comprometidos; centenas de pequenas rádios locais que, espalhadas pelo País, se limitavam a ser uma espécie de gira-discos; e uma televisão pública sem concorrência. Igualmente para trás, ainda que mais paulatinamente (e, em alguns casos, nunca completamente), iam ficando também algumas das situações que, tempos antes (Janeiro de 1983), haviam sido elencadas pelos jornalistas reunidos em congresso. Em causa, especialmente, a ausência de consciência profissional intimamente ligada à partidarização das redacções (os comissários políticos *armados* de carteira profissional); a existência de uma verdadeira censura prévia instalada na cabeça dos jornalistas; a «coligação dos mediócras», conduzindo à marginalização dos melhores, antes de se terem afastado ou de serem afastados; a estrutura da carreira, incluindo o sistema de atribuição das carteiras profissionais, a constituir os restos de um verdadeiro corporativismo; ou o «monótono diálogo entre ministros e *porta-microfones*, dando passagem às vaidadezinhas pessoais entre os que se acham notícia e os que supostamente a dão»³⁶.

³⁶ De referir, no volume dedicado ao Congresso (*I Congresso dos Jornalistas Portugueses*), as intervenções de Nicolau Santos (pp.: 145-148), Diana Andringa (pp.: 149-151); Fernando Alves (pp.: 177-180), Miguel Sousa Tavares e José Manuel Barata-Feyo (pp.: 153-158).

Alertando ainda para o facto de vários dos postos de chefia continuarem a ser ocupados por alguns dos que carregavam consigo os vícios de uma informação «acéfala e subserviente»; para a existência de um significativo número de jornalistas *em trânsito*, isto é, os que estavam na profissão à espera de outro qualquer posto de trabalho numa actividade diferente, desde que mais bem remunerada; ou para a aliança existente entre a deficiente formação de base e a ausência de incentivos à valorização e reciclagem, os jornalistas centraram ainda as suas denúncias na submissão da ética profissional à propaganda e, sobretudo, no facto de a informação fornecida/oferecida pelos poderes facilmente virar manipulação.

Está-se, neste caso, perante uma questão fulcral da imprensa regional/local, cujo processo informativo – além das condicionantes ditadas pelo modo de organização e realização, «seus critérios, métodos e instrumentos» (a «fabricação da informação»), e pelo processo de construção da realidade social, através do qual «cada sociedade se estrutura viva e perdura» (Alves, 1997: 229) – padece ainda de um conjunto de constrangimentos, especialmente em relação aos seus profissionais, muitos deles mal pagos, com vínculo laboral precário e com dificuldades de acesso a fontes credíveis, sentindo com frequência o «desconforto da dúvida relativamente ao que veiculam» (Barros, 1997: 243).

Em causa, questões que, do ponto de vista sociológico, conduzem à «distorção inconsciente da informação» (Wolf, 1992: 170), a par da deformação que, consequência de constrangimentos e condicionalismos, são, implícita ou explicitamente, exercidos sobre o trabalho dos jornalistas. Sobretudo em relação a uma imprensa regional dominada por fragilidades humanas, técnicas e financeiras e grandemente dependente das receitas da publicidade oficial e dos subsídios públicos, governamentais ou autárquicos. Como realmente escreve Bourdieu (1997: 10-12), também nas sociedades democráticas existe censura, ainda que invisível ou, porventura, oculta, como lhe prefere chamar Paquete de Oliveira na tese de doutoramento, a que deu o significativo título de *Formas de «Censura Oculta» na Imprensa Escrita em Portugal no pós-25 de Abril*.

Apesar de a afirmação de Bourdieu ser a conclusão de uma análise feita ao fenómeno televisivo, em que, no seu dizer, a televisão preenche o «tempo raro com o vazio, com nada ou quase nada», determina o que podemos ver e o que não podemos ver ou ignora informação importante, o facto é que essa forma censurante tem encontro marcado com todos os outros meios, ainda que adaptada à circunstância, ao lugar e ao tempo. Trata-se, na expressão curiosa de Duarte Rodrigues, das «máquinas censurantes modernas» utilizadas por um poder que, *precisado* embora de censurar para controlar, sabe, no entanto, que terá os dias contados sempre que a censura ultrapassa o limite do suportável ou forem «simplesmente desvendados os seus processos» e modos de actuação. E, porque assim é, tenta encontrar uma razão justificadora desse controlo, seja ela a chamada «utilidade social», o «serviço público», a maioria (porventura ocasional), Deus, o capital ou «qualquer outra invenção mais ou menos generosa». Em alternativa,

recorre ao «mecanismo de sedução», que, em contraponto à repressão, programa «o que alicia, o que diverte, o que distrai» (Rodrigues, 1985: 10 e 12).

À semelhança do que acontece com a objectividade, esse «mito dinâmico» (Mathien, 1992: 190), que, para além do seu valor intrínseco, está longe de ser unanimemente olhado como necessário, virtuoso ou mesmo possível de atingir (McQuail, 2003: 177), também a liberdade total de expressão e de acção, «a plena transparência da palavra e do agir» é um discurso mítico – até porque «a plenitude do dizer e do fazer equivaleria à própria negação da linguagem, à morte da palavra, ao silêncio total». Assim e ao contrário do que acontece nos regimes autocráticos, em que a censura «é una, visível no rosto severo do tirano, legitimada pela vontade despótica do soberano», em democracia, ela é plural, «difusa e amorfa, legitimada pelo rosto anónimo das maiorias, pela categoria moderna do *povo*, visível e personalizada no corpo dos seus representantes legítimos, constituídos, tanto pelo mecanismo estatístico do voto de que são objecto, como sobretudo pelo discurso sedutor de que são sujeito» (Rodrigues, 1985: 13).

Como adverte Ramonet, o facto de, em Democracia, a censura não consistir propriamente em suprimir, amputar ou proibir «um certo número de aspectos dos factos, ou até a totalidade dos factos»; de não ter por hábito suspender ou limitar a circulação de jornais e até mesmo de proibir os jornalistas de «dizerem isto ou aquilo», está longe, no entanto, de significar que não existe. Na prática, ela continua presente e actuante em muitos dos «países desenvolvidos, aparentemente democráticos», só que pôs de lado os métodos primários utilizados pelas ditaduras, ou seja, abandonou o corte, a supressão, a ocultação ou a proibição dos factos e passou a privilegiar outros critérios «mais complexos» (económicos e comerciais) ou até mesmo «inversos dos da censura autoritária». A começar pelo aumento desenfreado da informação, em que esta é programadamente «dissimulada ou truncada». E, porque «há demasiada para consumir», o leitor nem consegue aperceber-se «da que falta» (Ramonet, 1999: 48).

Citando Jacques Legris, a propósito da interrogação por ele feita sobre a finalidade da informação («informa-se para informar ou para converter?»), Vladimir Volkoff (2000: 176-177) denuncia a influência clandestina regularmente feita sobre a consciência do leitor, quando se programa, por exemplo, «de forma orientada» a selecção que ele, perante a avalanche de informação recebida, «será levado a fazer, dado que não pode tudo ler nem fixar». Além de que censurante é igualmente «o processo de redução de tudo e de todos às médias estatísticas das sondagens», ignorando o que não «se configura nos espaços das maiorias» ou que não é passível de tratamento estatístico; é a «forma estereotipada» da linguagem jornalística que, através do uso de frases feitas, «chavões prefabricados» e minutas destinadas «a servir os mais diversos usos», tende a reproduzir lugares-comuns e a construir uma «leitura maioritária» e uma escrita «conforme dos acontecimentos, da experiência, da história, proibindo que outros possíveis se expressem e se construam» (Rodrigues, 1985: 12); é ainda a selecção (e a exclusão) do que

deve (e pode) ser noticiado, consequência, no dizer de João Mendes (1985: 79), de «certos comportamentos preponderantes da hierarquia corporativista do sector». Isto é, sendo a proibição de dizer e a obrigação de dizer, censurar, mais do que proibir dizer aquilo que, em determinado momento e atentas as circunstâncias, não convém ao poder, é também (talvez, mesmo, sobretudo) dizer só o que interessa e apenas quando interessa.

Contudo, porque não basta atentar no «agente influenciador» e ignorar a anuência das «caixas de ressonância» de que fala Volkoff (2000; 176), importa, então, dizer que censurante é ainda a autocensura, que está longe de constituir uma prática exclusiva dos regimes de censura prévia. («É objectivamente com autocensura que exerço a profissão», afirmava, em Julho de 2007, um jornalista português³⁷, após a condenação de que foi alvo por se ter recusado a identificar em tribunal uma fonte que lhe pedira sigilo.)

Perante a ideia por muitos assumida de que a informação é uma mercadoria «como qualquer outra», há quem, à semelhança de Daniel Cornu (1999: 260-265) ou Rémy Rieffel (2003: 147-149), alerte para a necessidade de os jornalistas lutarem pela salvaguarda da sua autonomia, tanto em relação aos serviços comerciais, como perante as eventuais pressões dos anunciantes. Em causa, questões que assumem ainda maior acuidade no âmbito da imprensa regional/local, dado que muito disso pode envolver projectos e interesses comuns, passa-se na *porta ao lado*, acontece entre *vizinhos* ou, até eventualmente, entre amigos.

Da missão de informar e do desejo de sobrevivência

Aos riscos elencados por Rieffel (2003: 149-150), em especial as pressões dos anunciantes; os movimentos de concentração; a utilização da internet; o exponencial crescimento da comunicação e sua «miscigenação» com a informação; a informação-espectáculo; as pressões, «cada vez mais fortes», das fontes de informação; e um desenvolvimento tecnológico levando a que a «omnipotência do directo», além de não carecer de demonstração, encoraje mesmo a difusão de informações não confirmadas, Daniel Cornu junta outros não menos importantes, também eles consequência do facto de os media não poderem mais limitar-se à matéria-prima de que é feita a informação. São eles a necessidade sentida pelos meios de comunicação de terem de juntar à missão de informar o desejo de sobrevivência (questão recorrente nos media regionais); a linha editorial, que, contribuindo embora para «assegurar uma certa estabilidade ao sistema», garante a manutenção de «um grau mínimo de conformismo»; ou a dificuldade de conciliar

³⁷ A afirmação é de Manso Preto, em entrevista publicada no número 31 (Julho/Setembro de 2007) da revista *Jornalismo & Jornalistas*.

o interesse público com os interesses do público, ou seja e na prática, questões referentes ao «comércio das notícias» (Cornu, 1999: 260).

Enquanto, à partida, os jornalistas se regem pelos princípios do direito à informação, os responsáveis editoriais têm também de «responder às expectativas dos clientes, principalmente anunciantes e leitores», e *atender* aos «diferentes actores sociais» (dos grupos de pressão às fontes de informação institucionais), que, «gravitando à volta da empresa», influenciam o seu destino. Como escreve Mathien (1992: 195), ainda que a actividade do jornalista dependa do «*compromisso permanente* entre as suas convicções profissionais e o código de ética», ele não pode, no entanto, ignorar o interesse tal como é entendido (e definido) pela direcção da empresa onde trabalha.

Em causa, a incontornável questão quantitativa das audiências, referenciada por Kovack e Rosenstiel (2004: 63), quando consideram que, ao entrar nas redacções, a «responsabilidade financeira» levou consigo a «linguagem comercial», transformando leitores, ouvintes e telespectadores «em *clientes*, a compreensão dos mesmos em *marketing* e as notícias em *serviço ao cliente*». Além de que, trabalhador por conta de outrem, o jornalista sabe que a actividade do empresário jornalístico, à semelhança, aliás, do que acontece com a generalidade dos empresários, visa fundamentalmente o lucro; sabe que são eles que «seleccionam, contratam, despedem e promovem»; sabe que, directa ou por interposto mandante, são esses mesmos empresários que determinam os orçamentos, bem como «a quantidade de tempo e espaço atribuído às notícias, por oposição à publicidade» (Thom Johnson *apud* Kovack, 2004: 66); sabe ainda que o seu vencimento depende em boa parte do desempenho financeiro da empresa onde trabalha.

A situação atinge ainda dimensão maior em relação à imprensa regional que, maioritariamente assente em estruturas empresariais débeis e vivendo, muito dela, em meios dominados por relações clientelares e caciquistas, sente grandes dificuldades em controlar as «pressões políticas» e as «chantagens económicas». Sobretudo quando em causa estão carências económico-financeiras das empresas ou quando, tão-somente, se pretende «a garantia de um emprego estável» (Pascoal, 1996: 11-12). Acontece, então, que, a par do espoletamento de mecanismos limitadores e repressivos, se assiste ao desenvolvimento estratégico de omissões de factos ou «à formação de notícias que não se regem pela imparcialidade, pela objectividade». Em causa, concretamente, uma censura resultante da interacção estabelecida entre «o sistema empresarial, os sistemas dos agentes produtores da informação e o sistema de propriedade» (*Idem, ibidem*).

A estas formas mais ou menos censurantes, importa acrescentar duas outras que, embora pouco referenciadas, constituem, no entanto, um *exercício* com alguma tradição nos meios mediáticos.

A primeira diz respeito ao facto de, por vezes, o jornalista ser tentado a escrever mais para os camaradas de profissão e para as direcções e chefias do que para o público, «pois é deles que, quotidianamente, recebe as orientações e as indicações,

os elogios e as críticas, troca informações e compara notícias» (Correia, 1997: 200). É que, como lembram Rieffel (2003: 144), Neveu (2004: 72) e Rita Correia (2008: 3-4), entre outros, um reconhecimento, por parte dos seus pares, confere credibilidade ao jornalista, podendo sempre constituir-se em importante investimento no seu futuro profissional.

A segunda, que Patrick Champagne (*apud* Ramonet, 1999: 49) refere pelo nome de «censura jornalística», consiste, para qualquer jornalista apostado em vingar na profissão, em evitar criticar as práticas eventualmente criticáveis dos seus confrades. «Um problema específico», justifica aquele sociólogo, «é hoje colocado pelo desenvolvimento dos media, a saber, o afastamento crescente entre, por um lado, o poder objectivo e colectivo do grupo social constituído pelos jornalistas (o poder de dizer o que é importante e o que não o é, o poder de construir uma imagem da realidade, muitas vezes mais *real*, pelos efeitos que provoca, do que a própria realidade, etc.) e, por outro, a sua intolerância, veja-se a sua incapacidade crescente de tolerar a crítica, o debate, a discussão, de considerar todas as implicações dos problemas inevitavelmente gerados pela produção da informação». Para venderem, os media, além da boa imagem que têm de dar de si mesmos, os jornalistas necessitam, pelo menos, «de fazer acreditar na sua própria integridade e imparcialidade».

Partindo de dois casos «exemplares», distantes no tempo e de contornos desiguais, Oscar Mascarenhas (2001: 124-125) denuncia o facto de os búnqueres profissionais ou sociais poderem «ser sufocantes da liberdade e castradores de cidadania», sobretudo se eivados de unanimidades corporativas. Em causa, não tanto uma posição de defesa em relação ao exercício normal da profissão, mas antes «o resguardo egoísta desse exercício contra a intrusão crítica de estranhos invadindo a cidadela». Nuns casos, o poder corporativo revela-se «mais liberto do económico e até do ideológico, cingindo-se a uma lógica de autodefesa e de sobrevivência perante um suposto ataque»; noutros, esse poder encosta-se aos poderes políticos, económicos e ideológicos, usando a «disciplina corporativa de exclusão para silenciar as inoportunas dissonâncias».

Assim, pois, não será exagerado dizer-se que proclamar o fim de todas as censuras não passa de um objectivo antecipadamente destinado ao falhanço, até porque condenado a extinguir-se na sua própria enunciação. De citar, a propósito, Adriano Duarte Rodrigues quando considera que não existe, na prática, uma sociedade sem censura, dado que ela constitui uma das «dimensões intrínsecas de qualquer sistema de poder». A ponto de se poder afirmar que aquilo que vulgarmente consideramos o fim da censura «não é senão a passagem de um estado de sociedade dominado por uma modalidade específica de censura para outro estado dominado por outra modalidade de censura» (Rodrigues, 1995: 9). Sempre, pois, censura.

Ainda que o modo de dizer possa parecer exagerado e pessimista, sobretudo quando considera a publicidade a mais mentirosa, «ilusória, das mensagens»; classifica de perversa a «obsessão» pelo lucro, a rendibilidade e a «tirania»

das audiências que tudo parecem justificar; lastima o triunfo desordenado do divertimento («distraídos até à náusea»); denuncia a existência de uma «nova raça de excluídos», que, na euforia do audiovisual, «contemplam de longe uma sociedade que, depois de os divertir, os abandona à sua indignidade»; alerta para os desvarios originados pelo descontrolo do sistema de informação que ninguém orienta; ou, ainda, quando parece considerar menos grave a *pasmaceira* provocada pela censura oficial do que a censura invisível que continua a *povoar* alguns dos media, talvez, no entanto, Ignatio Ramonet (1992a: 180, 1992b: 224-225 e 1999: 50) tenha razão ao advogar a necessidade de se fazer um esforço de reflexão sobre os «novos mecanismos» em que essa mesma censura assenta. É que, como, a modos de conclusão, adverte aquele jornalista e investigador, a criação desta espécie de «tela opaca», talvez tenha tornado mais difícil do que nunca a procura da «informação justa», por parte do cidadão comum.

Uma «microrrealidade» exageradamente volátil

Em simultâneo, entretanto, com o desaparecimento de um conjunto de títulos da imprensa regional/local, incluindo alguns dos que tinham sobrevivido *à sombra* do Estado Novo e *por causa* do Estado Novo, começou a assistir-se à criação de muitos outros. De tal modo que, um pouco por todo o lado, jornais foram nascendo e morrendo sem que, na prática, deles se tenha dado conta.

O mesmo (ou quase) se pode dizer em relação às rádios locais, muitas das quais, nascidas sem estruturas nem audiências, rapidamente entraram em falência e foram obrigadas a fechar, até porque, ultrapassada a euforia da novidade, na sequência da *atração* que o proibido costuma arrastar, deixaram, por exemplo, de poder contar com mão-de-obra barata, quando não gratuita. Se, de facto, a realidade mediática era já por si bastante *dinâmica*, as «microrrealidades locais» e regionais eram-no ainda mais. A ponto de justamente se poder falar em situação *volátil* (Sousa, 2002: 2).

Perante estes dados, não será, pois, exagerado concluir-se que, em relação à imprensa regional, o instituto do porte pago, envolvendo importantes verbas (chegou aos quase 15 milhões de euros anuais, beneficiando mais de 600 publicações), ficou muito aquém do objectivo inicialmente proposto – a promoção da leitura e não propriamente o aumento do número de títulos, alguns dos quais *programados* para nem chegarem às bancas. Como adverte Costa Guimarães, que foi director do diário *Correio do Minho* (Braga), entre 1991 e 2007 (*apud* Ribeiro, 2005b: 731 e 735), o problema maior da imprensa regional não é o porte pago, mas, antes e sobretudo, «uma questão de vontade» por parte dos seus proprietários.

Ainda que envolvendo verbas bastante inferiores às relativas ao porte pago, não foi, no entanto, muito diferente a situação registada em relação à generalidade

dos subsídios directos, ou seja, aqueles que, como foi legalmente estabelecido, visam o apoio financeiro a projectos nas áreas da modernização tecnológica, criação de conteúdos na internet, qualificação profissional, inovação e desenvolvimento empresarial e outros considerados de interesse relevante para o sector.

Falando no V Congresso de Jornalistas do Alto Minho (Maio de 2005), J. B. César, do *Semanário Transmontano* (Chaves), denunciava o facto de as «avalanches de verbas» distribuídas pelos governos, na década anterior, terem contribuído para o aparecimento de um conjunto de jornais de qualidade menor, com a agravante de raramente ser o assinante a escolher o título, já que se limitava quase exclusivamente a ler o que lhe era remetido pelo correio (*Notícias de Viana*, 02.06.05: 5).

Esta opinião não é muito diferente da expressa, cerca de 10 anos antes, por Fernando Lopes, então director do *Jornal da Marinha Grande*, ao classificar de contraproducente o efeito dos muitos milhares concedidos a fundo perdido. É que, além de, na prática, terem contribuído para aumentar o número de títulos, serviram ainda para reduzir a sua dimensão média e criar «hábitos, vícios e comportamentos quejandos». Em carta aberta dirigida ao então secretário de Estado da Comunicação Social, aquele jornalista comparava o sistema de funcionamento do porte pago (parte do qual destinado à distribuição de «jornais que ninguém pediu e ninguém vai ler») ao do subsídio do papel, que, anos antes, havia sido atribuído de modo manifestamente perverso, dado que, «quanto maior fosse a mentira das tiragens, maior era o subsídio» (Lopes, 1996a: 6).

Sem ignorar embora o «acto de louvável tenacidade» que, com frequência, constitui a edição de um jornal numa cidade ou vila de província, sobretudo quando se tem de enfrentar (e afrontar) problemas, personalidades e questões que o tempo e os interesses foram implementando, aquele profissional da comunicação, depois de lamentar a «promiscuidade» registada entre o poder político e os media locais, alertava para a acumulação de erros que, a não serem atalhados, arrastariam para o «abismo» a imprensa regional: «nuns casos, porque a vaidade, a ambição e o empirismo desbarataram subsídios e cristalizaram mentalidades; noutros, porque a perversão de regras elementares de concorrência teve naturais efeitos negativos sobre projectos que não tiveram condições para se afirmar» (*Idem, ibidem*). Além de que, como foi afirmado no III Congresso da AIND (Maio de 1989), os subsídios até então «afectados» pelos sucessivos executivos aos media regionais/locais, visando a sua informatização, tinham encontrado (e continuavam a encontrar) parte significativa das empresas em situação de «desenvolvimento incipiente, sem estruturas físicas capazes de rentabilizar equipamentos» de custos tão elevados (Lopes, 1990: 168). De tal modo que, na prática, esses subsídios ficaram muito aquém da função social que presidiu à sua criação, ou seja, desempenhar um «papel catalisador» no desenvolvimento das diferentes publicações.

A estes dados haverá que acrescentar-se ainda o facto de o entusiasmo motivador para a aquisição desse equipamento não ter buscado a razão de ser na necessidade ou possibilidade de o utilizar, mas ter sido antes a consequência («razão simples»)

do subsídio ser quase igual ao custo. A ponto de, passado largo tempo, parte desse material («quantidade porventura grande») continuar por utilizar, outra parte estar a ser subutilizada e outra ainda permanecer encaixotada. E porque não é fácil rentabilizar um equipamento novo com «métodos, mentalidades e estruturas velhas», os subsídios, além de não substituírem esses métodos, essas mentalidades e essas estruturas, estavam antes a contribuir para a sua perpetuação, distorcendo mesmo o «sentido da concorrência sadia» (*Idem, ibidem*).

O repensar do processo comunicativo

O que realmente se passa é que, ao contrário do registado em outros mercados europeus, incluindo os de dimensão idêntica ao nosso, a imprensa regional está, salvo «honrosas exceções», associada a «atitudes e comportamentos empresariais amadores, sem *know how* e recursos que lhes dêem outra relevância social e comercial». Ora, se as empresas jornalísticas regionais pretendem mesmo ser competitivas e gerar a riqueza que lhes permita cumprir, de forma independente, «a sua função cultural, formativa e informativa», terão de se assumir de uma vez por todas como «empresas inseridas num contexto de mercado e não apenas dependentes de atitudes paternalistas e de apoio do Estado» (AIND, 2000: 197).

Como defende Barreiras Duarte (2005: 134), em vez de constituírem um prémio ao «imobilismo técnico, ao conservadorismo jornalístico e à deficiente gestão», os apoios estatais terão sobretudo de contribuir para a concepção e dinamização de medidas estruturantes capazes de fazerem com que a imprensa regional seja, não apenas um suporte de informação e cultura na região, mas igualmente uma «actividade empresarial geradora de riqueza». Só assim, de facto, conseguirá ultrapassar os comportamentos «empresariais amadores e individualistas» que, ainda de acordo com a AIND (2000: 197), dominam parte significativa das empresas a operar na área. É que, na prática, o subdesenvolvimento registado nessa imprensa deve-se, não tanto ao modo de funcionamento do mercado, mas sobretudo a razões relativas à sua incapacidade técnica e financeira para «gerir o negócio e comercializar o produto».

Na prática, não será, pois, exagerado dizer-se que, mercê do modo (discutível) da atribuição e deficiente utilização dos subsídios estatais, muitos dos jornais regionais permanecem sem espírito empresarial e capacidade dinamizadora. Ou seja, e à semelhança do registado em outros sectores, os problemas não se resolvem «deitando dinheiro para cima deles» (Ferreira, 2005b: 859), até porque como, a propósito, afirmava o então director do *Diário do Minho*, cónego Aguiar Campos, o «Estado-providência torna-nos muitas vezes imprevidentes no nosso comportamento» (*apud* Ribeiro, 2005b: 735).

Perante os desafios («de grande melindre e de grande dificuldade») colocados à comunicação social regional, em especial a diversidade e a concorrência, já,

em Abril de 1999, Arons de Carvalho considerava que iriam ter dificuldades em sobreviver todos os que, sem profissionalismo e espírito empresarial aguçado, tentassem viver à custa dos subsídios do Estado.

Apesar de classificar de inquestionável o incentivo destinado à modernização dos equipamentos, aquele membro do executivo considerava, no entanto, difícil admitir o facto de, na maioria dos concelhos do País (talvez entre 70 a 80 por cento), se encontrarem nas bancas todas ou quase todas as publicações editadas em Lisboa e Porto (diários, semanários, revistas especializadas, etc.) e nenhum jornal «feito no próprio concelho». Tal facto – acrescentava – significa que quase toda a imprensa regional é distribuída «apenas através do correio», abdicando os seus responsáveis de um sistema de distribuição próprio, da procura de leitores e até da capacidade de, pelo «seu dinamismo» e «profissionalismo», conquistarem e fidelizarem um público (AAVV, 1999a: 20-22).

Apesar de se ter-lhe deparado um sector com «muita gente acomodada» e sem «visão empresarial» e de, desde o início (1995, ano em que assumiu o cargo de secretário de Estado da Comunicação Social), ter confirmado a ideia de que o porte pago a 100 por cento, além de contribuir para uma «fraude generalizada», permitia a existência de muitos jornais com uma tiragem «ditada pela relação com os anunciantes e não pela relação com os leitores», Arons de Carvalho (*apud* Ferreira, 2005a: 168-169) sentiu, no entanto, grandes dificuldades para alterar as regras do jogo, no caso, a diminuição dos valores percentuais do subsídio. Além de ter posto contra si a esmagadora maioria dos jornais; dos protestos vindos da generalidade das associações do sector; da oposição quase total dos partidos com representação parlamentar (além do PS, a outra excepção foi o Bloco de Esquerda), Arons teve ainda de «gerir e ultrapassar os temores» do próprio Governo, onde «imensos colegas» o terão alertado para o «sarilho em que se estava a meter e, sobretudo, para as consequências que daí podiam advir para o Executivo» (*Idem*: 169-170).

Atendendo à situação, acrescida do facto de se estar perante um subsector considerado estratégico e capaz de mobilizar as atenções dos poderes públicos, a ponto de ter sido transformado em destinatário privilegiado dos apoios estatais, o então presidente do ICS, Assis Ferreira, dirigindo-se aos participantes no I Congresso da Imprensa (Outubro de 1998), lamentava que os incentivos nem sempre tivessem encorajado como deviam o apetrechamento técnico e a profissionalização das empresas, impedindo que ao «reino da abundância» vivida correspondesse uma «expressão qualitativa idêntica». Ou seja e «genericamente falando», o sector empresarial continuava sem «dimensão, capacidade produtiva, competitividade» (Ferreira, 1999d: 191). De referir que, então, apenas 23 por cento das empresas do sector possuíam contabilidade organizada.

Exceptuando algumas transformações entretanto registadas no ecossistema informativo, reforçando o papel reservado à imprensa regional; a constituição de grupos empresariais orientados para o subsector; a atenção interessada, sobretudo

em relação a títulos emblemáticos, por parte de projectos mediáticos ditos *universalistas*; ou a criação de redes com o objectivo de promover o intercâmbio de conteúdos e a rentabilização de recursos humanos, o facto é que a situação permanece quase inalterada, designadamente em termos empresariais. Com a curiosidade de haver mesmo quem, perante a lógica da *empresariação* subjacente na atribuição da generalidade dos subsídios e confrontado com a afirmação dos que defendem a urgente necessidade de ser dada uma dimensão empresarial à imprensa regional, repudie tal facto, com base no argumento de que essa transformação se limita a ser uma cópia menor dos modelos utilizados pelos grandes meios de comunicação. Como advoga, por exemplo, Guedes de Oliveira (*Correio de Lagos*), «é altura de dizer basta a essa tal *empresariação*, a menos que se pretenda «desvirtuar e adulterar» a imprensa regional (*apud* Amaral, 2005: 190).

Temos, assim, de um lado, a assunção do profissionalismo, por muitos considerado urgente e inevitável, e, do outro, a manutenção de comportamentos amadores, confortavelmente apostados na dependência «da atitude paternalista e dos apoios do Estado» (Amaral, 2005: 191). De tal modo, que permanece actual a afirmação de Arons de Carvalho (2002: 16), quando alerta para o facto de continuarem a subsistir jornais com uma organização ultrapassada, porventura mesmo «familiar e artesanal», pouco ou nada tendo a ver com a dinâmica actual, incluindo a revolução tecnológica.

Pertinente parece igualmente ser a admiração de Nobre-Correia, ao constatar a ausência de empresários decididos a implementar a profissionalização destes meios, tanto informativa, como técnica e comercialmente. Sobretudo quando «os pontos tradicionais de encontro, de sociabilidade, de convivialidade», vão perdendo importância e as pessoas, «cada vez mais fechadas nos seus universos familiares e profissionais», parecem realmente precisar de media regionais para melhor integrarem «a comunidade de que fazem imediata e naturalmente parte» (Nobre-Correia, 2000: 34).

Só que, porque raras são ainda as excepções, a imprensa regional parece continuar em boa parte refém do dilema (uma espécie de círculo vicioso) de que fala Bento Barbosa Leão (Depoimento, 2008), que, entre Novembro de 1997 e Maio de 2007, foi director do semanário *O Almonda*, de Torres Novas. Em causa, na sua opinião, a ausência de capacidade financeira para se investir em recursos humanos, jornalísticos e comerciais, indispensáveis ao travar do agravamento da situação económica do sector.

Neste contexto, pois, uma questão crucial: a de se saber se a qualidade se consegue pela *injecção* de verbas inscritas no Orçamento de Estado ou se, pelo contrário, através de uma «vitalidade empresarial independente», capaz de fazer com que a imprensa regional, sem abdicar da sua especificidade (produto informativo de proximidade), «se afirme no seu *habitat* e muito para lá dele» (Amaral, 2005: 187 e 193).

Sector estruturalmente débil e de conceitualização difícil

Consequência, porventura, do modo de atribuição dos subsídios, permitindo que, frequentemente, a sobrevivência fique refém desse apoio, a ponto de haver quem considere que, na prática, o Estado é o verdadeiro *dono* de uma parte significativa dos jornais regionais (Ferreira, 2005a: 176); com interesses pessoais ou de grupo a sobreporem-se aos do próprio sector (Lopes, 1996b: 4); na ausência de uma política capaz de lutar contra a desertificação humana e a pobreza, com a agravante de, entre nós, o poder ser por tradição centralizador (Sousa, 1994: 2); e vítima ainda das «más decisões e, sobretudo, das não-decisões que sobre ela os vários governos têm tomado» (Ferreira, 2005a: 153), talvez se possa dizer que a questão central desses media, mais do que económico-financeira, é antes de mentalidade.

Felizmente que, aqui e além, existem exemplos de bons jornais. Só que, na prática, não passam de excepções, já que a generalidade da imprensa regional/local portuguesa, além de empresarialmente frágil, tem enormes dificuldades em chegar aos leitores, é «muito pouco atractiva e ainda menos arrojada» (Ferreira, 2005a: 159). Assim, qualquer alteração que se pretenda eficaz, exige, designadamente, que a actual situação, dominada por um exagerado número de títulos, por uma limitada dimensão empresarial e por uma vincada «disputa de reduzidas áreas de influências locais», ceda lugar a uma mudança das regras do jogo, em que qualquer apoio terá, à partida, de se subordinar a princípios de qualidade e recusar o «empirismo e o paternalismo desresponsabilizante» que vão marcando as relações entre os poderes e essas publicações (Lopes, 1996b: 3-4).

A imprensa regional – afirma Reis Ribeiro – continua a alargar-se por um excessivo número de títulos, alguns dos quais concorrendo na mesma área concelhia e, mais ainda, regional. Independentemente, pois, das melhorias registadas, tanto na apresentação, como até mesmo («um pouco») nos conteúdos, continua a registar-se uma disseminação que, conduzindo «à dispersão e pressão laboral» sobre os que nela trabalham («nem sempre tecnicamente qualificados»), afecta a sua qualidade. Ou seja, e de acordo com o antigo director do *Notícias de Viana*, para poder «rasgar um espaço na comunicação e desenvolver um trabalho» de qualidade junto das populações, «construindo mais espírito de solidariedade» e uma alargada participação, a imprensa regional, além de bem «equipada tecnicamente e com trabalhadores cada vez mais qualificados», terá igualmente de estar «financeiramente equilibrada e justamente dimensionada». E ainda que, eventualmente, se possa contar com a dedicação de pessoas prontas a colaborar de modo mais ou menos gratuito, é natural (porventura inevitável) que o número de títulos venha a reduzir-se significativamente, quanto mais não seja, até por razões económicas (Ribeiro, 2008).

Posição idêntica foi assumida por vários dos participantes no encontro nacional, promovido pela AIND, em Maio de 2003. Curiosamente significativo é, aliás,

o título («Imprensa Regional: Reduzir para Crescer») dado à reportagem que, sobre o encontro, foi publicada na revista *Meios* (Junho de 2003), órgão oficial daquela associação.

De referir, entre outras, a intervenção de Catarina Pessanha, directora do *Póvoa Semanário* (Póvoa de Varzim), que, depois de apontar a necessidade de se fazer convergir os meios para a rentabilização do negócio que os media regionais/locais também são, acrescentou a modos de conclusão: «O objectivo é unir para vencer», seja essa união («tanto faz») através da fusão, da concentração, da cooperação ou da colaboração (*Meios*, Junho de 2003: 31). Semelhante foi a opinião defendida por Fernando Abreu, director do *Notícias de Viseu*, e Francisco Santos, director do *Região de Leiria*, para quem um dos problemas maiores da imprensa regional reside no facto de, na província, os jornais nascerem «como cogumelos», fazendo com que sobre em títulos o que escasseia em dimensão. De tal modo que é possível conviverem no mesmo sector «uma grande riqueza de intenções» e uma enorme pobreza «em eficácia e competitividade» (*apud* Azinheira, 2003: 42-43).

Estas afirmações coincidem, no essencial, com as de Barreiras Duarte (2003b: 4-5), ao considerar que Portugal não tem extensão geográfica, dimensão populacional e dinamismo económico para suportar tantos títulos (apesar do fraco índice de leitura, somos dos países do mundo com mais publicações registadas); e têm também bastante a ver com a opinião do presidente da AIND, João Palmeiro, quando defende que a solução passa pela cooperação, já que, para enfrentarem a competitividade do mercado, os pequenos meios terão mesmo de ganhar dimensão (Azinheira, 2003: 42). De recordar, a propósito, um estudo elaborado, em 2001, pelo Obercom, onde, em resposta ao desafio lançado («crescer ou morrer»), se considera a concentração como uma das soluções para o desenvolvimento do sector (*Público*, 12.11.01).

Falando no Congresso promovido, em Maio de 2008, pela Associação de Jornalistas e Homens de Letras do Alto Minho, Paulo Gomes, director do *Notícias de Viana*, depois de sublinhar a importância de a imprensa regional se credibilizar por aquilo que produz, até porque é muito o que se produz e pouco o que realmente tem qualidade, apontou a concentração de títulos e a junção de redacções como «inevitável». Com a vantagem de, «se calhar», ser possível fazê-lo sem nenhum dos títulos perder a identidade (*Notícias de Viana*, 02.06.05) e longe de tal facto significar que esses jornais irão necessariamente ser engolidos «pelos tubarões» (Palmeiro *apud* Azinheira, 2003: 42).

Temos, pois, que, perante as limitadas capacidades técnicas e financeiras da maioria e diante da ausência, em relação a muitos, de «um espírito empresarial e empreendedor capaz de dinamizar o negócio e comercializar o produto», pouco mais restará ao sector do que alterar a postura tradicional, visando, designadamente, a fusão de empresas ou a associação a parceiros capazes de darem valor acrescentado ao negócio (AIND, 2000: 197-198) e fornecerem *know how* a um sector onde

foram realmente poucos os que conseguiram acompanhar a evolução e souberam bem gerir os subsídios.

Em causa, para além das restrições colocadas por alguns, que alertam, designadamente, para «a diminuição da diversidade» e para o eventual «retirar da identidade» (Ferraz, 2008), a questão da concentração. Trata-se concretamente de uma tendência que, longe de ser um exclusivo português e muito menos da imprensa regional/local, constitui, no dizer de Pedro Sousa, uma oportunidade e, simultaneamente, uma ameaça: uma ameaça, porque, ao fazer com que os jornais passem a depender do «grande poder económico», poderá pôr em causa o pluralismo e dificultar a «autonomização de conteúdos» face às políticas editoriais desses grupos, de consequências inevitáveis junto das populações; uma oportunidade, porque pode constituir solução para o saneamento dos problemas financeiros das publicações, «promover a qualidade do jornalismo praticado, permitir o aproveitamento de sinergias entre empresas do mesmo grupo (nomeadamente no que respeita à produção de conteúdos de qualidade) e solidificar a independência face aos poderes políticos e religiosos locais» (Sousa, 2002: 18).

O desafio da construção de novas «unidades»

Para além das polémicas e da evolução registada, o facto é que, como alertava Manuela Ventura, do *Diário de Aveiro*, no I Congresso da Imprensa, promovido pela AIND e AID (1998), a imprensa regional terá mesmo de passar a apostar no investimento, em detrimento dos subsídios. Isto é, terá de «marcar o valor da diferença», deixar de «brincar aos jornais e jornalistas» e ultrapassar o «estádio nubloso, onde há de tudo e cabe tudo, para se assumir com outra postura, com outra seriedade, com outro dinamismo, com outro profissionalismo». É que, sob a mesma capa (aquele «enorme *saco*» do regional onde parece haver sempre lugar para mais um título), continuam a existir publicações de carácter doutrinário, opinativo, em que é difícil vislumbrar qualquer informação, no fundo, «a *razão de ser* dos jornalistas» (AAVV, 1999: 19).

Nesse encontro, em que, uma vez mais, as questões mais tratadas foram as mesmas *verdades*, os mesmos lamentos e os mesmos apelos aos apoios, houve, no entanto, quem, à semelhança daquela jornalista, tenha fugido aos temas recorrentes. Foi o caso, por exemplo, de Henrique Teixeira, de *A Comarca* (Figueiró dos Vinhos), que lamentou o facto de o debate ignorar questões prementes como a distinção entre imprensa regional e local, a perda de «influência nas fontes de receita», a limitada visão empresarial por parte de muitos responsáveis do sector ou a necessidade de encontrar alternativas que recusem «subsídios perversos e indiscriminados» e distingam quem «produz e tem um trabalho de qualidade» (AAVV, 1999: 30-31). Semelhante foi a posição assumida por Paulo Ribeiro, do *Área Oeste* (Bombarral), ao defender uma imprensa regional/local mais profissio-

nalizada, com mais apoios, capaz de criar postos de trabalho e de pagar impostos, que, em resumo, deixe de ser olhada com o «olhar enternecido do passado, mas como modernidade em relação ao futuro» (*Idem*: 37).

De referir, neste contexto, um inquérito realizado, entre 2004 e 2005, pelo semanário diocesano de Leiria, *A Voz do Domingo*,³⁸ junto de jornalistas, comentadores políticos, professores e especialistas em comunicação, tendo-se registado uma quase unanimidade em redor do reconhecimento da importância da imprensa regional: não, no entanto, a totalidade (nem, porventura, a maioria) da editada, mas em relação àquela que, ao realizar o espaço de intervenção que continua por preencher, consegue cumprir o «papel insubstituível de proximidade com os cidadãos e os seus problemas reais» (Olga Almeida); preservar os espaços da identidade cultural; «redescobrir e afirmar» a importância da vida local, das «comunidades infra-estaduais, da proximidade e da vizinhança, que dão humanidade à relação entre as pessoas» (Marcelo Rebelo de Sousa); e ser porta-voz das populações, espelhando o que «vai pela rua e pela vida das pessoas, das empresas e das instituições» (Pacheco de Andrade).

Para tal, no entanto – advertem os inquiridos –, essa imprensa terá de optar por «um grafismo que a refresque»; contar com profissionais capazes; recusar o enfeudamento a interesses políticos e comerciais; evitar a dependência de subsídios e da angariação de espaços publicitários; e fugir do «agrillamento» à ocasional «boa vontade» por parte de autarquias e empresas (Olga Almeida). Simultaneamente, os seus responsáveis terão de entender que não podem continuar a subsistir à custa de apoios estatais que, com frequência, servem de base a estratégias pouco transparentes, a começar pelo empolamento artificial de tiragens; que é indispensável (e urgente) o desaparecimento de um conjunto de «títulos parasitários» e a concentração de outros tantos só «artificialmente» concorrentes entre si; e que, acima de tudo, precisam de «evitar que a mão estendida seja o preço da dignidade e da independência» (Acácio Barradas).

Vem a propósito citar Paulo Faustino, quando defende que a imprensa regional, enquanto actividade económica, deve ter duas funções essenciais: «Servir e interagir com a comunidade envolvente, sendo um agente cultural e social» e, simultaneamente, gerar riqueza, criar emprego e contribuir activamente para o desenvolvimento da região. Dito por outras palavras, para o reforço competitivo das empresas, ainda que pequenas, os media regionais não poderão depender apenas de profissionais da informação, já que, tão importante como ter bons jornalistas, é ter bons gestores, bons financeiros, bons comerciais, bons *marketeers*, etc. Caso contrário, muitos deles arriscam-se a «desaparecer por força da dinâmica

³⁸ Cf. a secção «Arrancada» das edições de *A Voz do Domingo* de 1 de Fevereiro de 2004 (p.: 6), 28 de Março de 2004 (p.: 9), 25 de Julho de 2004 (p.: 9) e 9 de Janeiro de 2005 (p.: 6).

e exigência do mercado» (AAVV, 1999a: 38-39). Só, de facto, com profissionais «cada vez mais qualificados» e atitudes empresariais proactivas será possível responder ao desafio que Reis Ribeiro (2008) define como a construção de «novas *unidades*», sacrificando-se, se necessário, títulos e procurando-se definir «espaços mais envolventes das várias diversidades da região».

Como defende Daniel Bounoux (2002: 276), porventura desafiando «conivências fatais», a informação terá de ser olhada como um mercado que comanda outros mercados e, por isso mesmo, uma componente cada vez mais importante da indústria e da economia. Dito por outras palavras, a partir do momento em que se torna uma mercadoria que procura a rentabilidade através da multiplicação dos seus produtos, a informação, para subsistir com um mínimo de qualidade, não poderá alhear-se das regras desse mercado, tendo, inclusive, de «jogar o seu jogo».

Isto se diz, no entanto, sem se poder ignorar que, como adverte López Garcia (1995: 3), em relação à generalidade dos media regionais/locais, o leitor, mais do que desafiado enquanto consumidor (que o é também), é sobretudo interpelado como cidadão.

A estas importantes questões haverá que juntar outras, todas elas consequência da proximidade existente na imprensa regional entre o jornalista e o poder, seja ele o político, o económico ou qualquer outro. É que, como lembra Silva Araújo (1998: 161), a proximidade costuma criar dificuldades «a quem se pronuncia, discordando (se for a aprovar não há problemas, bem pelo contrário...), sobre comportamentos e decisões», a ponto de, na opinião do antigo director do *Diário do Minho* (arquidiocese de Braga), quem critica passa «a ser visto, muitas vezes, como inimigo», podendo mesmo haver lugar a represálias, sobretudo quando em causa está gente do poder.

Além de que, como refere Joaquim Duarte (Depoimento, 2007), director do semanário *O Ribatejo* (Santarém), na imprensa regional/local assume acuidade grande a questão das fontes, nem sempre de relações fáceis, até porque, sobretudo na província, «as assessorias de imprensa são geralmente fraquinhas», todos se conhecem demasiado bem, se cruzam quase diariamente e convivem com razoável frequência.

Aos condicionalismos mais ou menos comuns à generalidade dos media, designadamente a importância do acontecimento assente na valoração atribuída ao nível hierárquico das pessoas e instituições envolvidas; à acessibilidade ao acontecimento e a sua adequação aos meios disponíveis em cada momento; aos aspectos intersubjectivos que sempre determinam o discurso informativo; ou às necessidades e exigências do público, mesmo quando, na prática, o jornalista desconhece os interesses e apetites dos seus destinatários reais, Aníbal Alves (1997: 237) acrescenta um outro: a «fragilidade estrutural» e a «consequente dependência» desses órgãos de informação, a contrastar «com a alta missão que para si reclamam de defensores dos interesses dos públicos».

Características comuns e constrangimentos peculiares

Apesar das alterações registadas, tanto no conteúdo como no aspecto técnico e gráfico; de uma maior aposta no profissionalismo, visando os diferentes sectores (redactorial, comercial e de *marketing*); do encerramento de títulos cuja publicação parecia motivada por outros interesses que não propriamente os da informação; e de alguma dinâmica trazida ao sector por parte de empresas com *know how* e uma capacidade mínima de investimento, o facto é que muita da imprensa regional/local permanece dominada por um conjunto de factores, internos e exteriores, que, de acordo com Victor Amaral (2005: 188), «desembocam em constrangimentos raramente ultrapassáveis e que significam uma debilidade congénita de gestão estratégica financeira e de recursos». De referir, concretamente, «a fragilidade empresarial, a fraca taxa de profissionalização, o aumento de custos de edição, o escasso crescimento da difusão e, dependendo de uma conjuntura externa, o mercado publicitário deficitário» (*Idem*: 182).

Assim, enquanto uns continuam a não responder aos pressupostos apontados por Mathien (1983: 32), isto é, serem canais de transmissão de mensagens capazes de desempenhar papel activo na «*fabricação de ideias* no interior da comunidade» onde se criou e cresce a cultura pessoal de cada um, outros nem tão-pouco conseguem cumprir a tarefa própria e insubstituível que, segundo Pissarra Esteves (1990: 4), consiste no incentivo ao envolvimento do cidadão comum nos processos de decisão, através da «promoção do conhecimento», discussão e defesa dos desiguais pontos de vista das populações.

Em causa, questões consideradas essenciais, já que, no dizer do director do *Jornal do Fundão*, Fernando Paulouro Neves (Depoimento, 2007), a importância da imprensa regional radica sobretudo na «atenção solidária» aos problemas locais, à promoção cultural, a uma informação que seja «menos o típico e o Portugal dos pequeninos e mais a voz autónoma e reivindicativa das grandes causas regionais». Ou seja, e em síntese, é da sua essência fazer «a crónica da região à escala do país». E mais ainda quando a imprensa dita nacional está a passar ao lado do país real.

Tomando por base os dados disponíveis (e acessíveis), poderá, pois, dizer-se que a imprensa regional portuguesa tem características que, além de próprias, são, porventura mesmo, irrepetíveis. Assim:

- É lida ou folheada por cerca de 50 por cento da população, com 15 anos ou mais, acontecendo que, em distritos como Leiria, Castelo Branco, Santarém e Coimbra, essa percentagem se aproxima dos dois terços. Com a curiosidade de quase metade dos leitores ter menos de 45 anos, integrem as chamadas classes alta, média-alta e média-média e ser idêntica a percentagem entre homens e mulheres.
- Conta com uma forte opinião valorativa sobre o seu potencial, havendo mesmo uma maioria da população a considerar que a sua importância tende a aumentar.
- Beneficia de uma imagem positiva em relação à capacidade de promover a dinamização da região onde se insere, como factor de coesão e agente

promotor das diferentes identidades, em simultâneo com um alargado índice de confiança (próximo, por vezes, da unanimidade) em relação ao papel informativo sobre os acontecimentos locais.

- Conta com um forte envolvimento e uma ligação privilegiada às audiências que, a par de um posicionamento geográfico razoavelmente definido e da interactividade e fidelização dos leitores, fazem com que a sua mensagem possa ter alguma eficácia social.
- Dispõe de uma significativa expressão junto das comunidades portuguesas no estrangeiro, constituindo, por vezes, um dos raros (porventura mesmo únicos) elos de ligação dessas gentes à terra de origem.
- É, pelos poderes políticos, frequentemente considerada como um subsector de importância estratégica, tendo em conta, designadamente, a coesão social e o desenvolvimento económico do País e das regiões, em particular.
- Soma uma grande quantidade de títulos, fazendo com que, proporcionalmente à população, Portugal seja o país da União Europeia com o maior número de publicações, registando simultaneamente o menor número de cópias por habitante (da ordem dos 75 exemplares por 1000) e a segunda mais baixa taxa de compra regular de jornais.
- A dimensão das empresas proprietárias dos títulos é maioritariamente dominada por «modelos amadores e proteccionistas», designadamente em relação aos meios produtivos (há muitas redacções que não contam com a colaboração de qualquer jornalista), como ainda sobre a capacidade técnica, financeira, organizativa, de *marketing* e distribuição (apenas uns 15 por cento da tiragem é vendida nas bancas).
- A propriedade de mais de metade dos títulos é detida pela Igreja Católica, directamente ou através de instituições, organismos e associações dela dependentes ou a ela ligados. É a chamada imprensa de inspiração cristã.
- A multiplicação de títulos a disputar os mesmos mercados limita a sua dimensão, fazendo com que seja grande a oferta em quantidade, mas fraca em qualidade.
- Tem uma tiragem média da ordem dos 4000 exemplares (apenas uns oito por cento publicam mais de 10 000), fazendo com que a sua audiência, expansão e dimensão seja predominantemente local e não regional, mesmo quando por regional se entende a área correspondente a um distrito.
- Quase metade dos títulos tem uma periodicidade mensal, a significativa distância dos semanários (cerca de um terço) e dos quinzenários. (É inferior a 30 o número de diários existentes no País, incluindo os Açores e a Madeira).
- A par da subsidi dependência em relação aos dinheiros públicos (um *vício* herdado do passado), aceita, com frequência, o enfeudamento a interesses locais e nacionais (alguns dos quais cruzados com o meio político), bem como a eventuais «engajamentos panfletários» à região.
- É frágil em termos de conteúdo, havendo mesmo jornais que se limitam ao recorte de notícias dos media nacionais ou, então, a notícias de importância

menor, sem o recurso a critérios e técnicas jornalísticas. *Ignora*, assim, uma das suas características essenciais, a complementariedade.

- A assunção de uma atitude de reverência em relação ao poder (uma *herança* antiga) faz com que, por vezes, sinta grandes dificuldades em passar da «crítica de café» para a análise objectiva e fundamentada que pressupõe o chamado jornalismo de investigação.
- Cultiva uma «relação forte» com as elites locais, fazendo com que, por vezes, a informação ceda lugar ao artigo de opinião (ao que realmente *convém*) e à colaboração externa.
- A cumplicidade com o processo de desenvolvimento da comunidade, tanto por parte dos jornais, como dos jornalistas, estimula, por vezes, a tentação do falso consenso e, conseqüentemente, a marginalização de opiniões *não alinhadas*.

A valoração da discursividade alternativa

Inscrita numa lógica de interpretação da realidade distinta da generalidade dos media, o potencial de crescimento da imprensa regional, sendo embora grande, está, no entanto, dependente da valoração da discursividade alternativa que constitui a sua diferença, bem como da capacidade (e vontade) dos seus responsáveis em redefinir estratégias e em procurar ultrapassar as debilidades. Ou seja, ao contrário do que alguns advogam, a solução não passa pela utilização de fórmulas copiadas dos media nacionais, como a «virtualização dos públicos», a «massificação» ou a «cedência crescente à informação espectáculo» (Carlos Correia, 1998b: 4), mas numa aposta firme e coerente no aprofundamento de um conjunto de especificidades, que constituem simultaneamente a sua força e a sua fraqueza.

Entre as especificidades próprias do jornalismo regional, Carlos Correia (1998b: 5) refere a limitada relação com a publicidade, que, apontada como o reflexo de «uma menor dependência dos critérios economicistas» habitualmente presentes nas grandes empresas jornalísticas, pode, no entanto, conduzir a outras sujeições, como, por exemplo, a «subordinação conjuntural» aos poderes estabelecidos (alguns dos quais apetecidos pelo controlo desses órgãos de comunicação social), «nomeadamente pela necessidade de conseguir apoios económicos».

A esta relação importará juntar a presença de notícias «que prolongam formas de sociabilidade» em que «ecoam a ideia de vizinhança e que asseguram/reflectem a continuidade dos grandes consensos sociais»; a «conexão com os intelectuais locais», fazendo com que esses jornais se constituam em «espaços privilegiados de produção e luta simbólica» em torno dos problemas concretos da região onde se inserem (a presença desses colaboradores não pode, no entanto, funcionar como *alibi* à profissionalização das redacções, nem comprometer a independência editorial); e, por último, uma dimensão regionalista, de presença preponderante nos critérios que determinam a «elaboração das notícias», a selecção dos factos e a orientação dos próprios editoriais (*Idem*: 5-7).

Para tal, no entanto, esses media terão de cultivar a sua identidade, apetrechar-se humana e tecnicamente, serem financeiramente auto-suficientes e não desperdiçarem qualquer oportunidade de inovação. Em causa, concretamente, o «apelo a um novo jornalismo regional», implicando profissionais capazes de conciliar a prática de uma informação «de qualidade com a sensibilidade para com as especificidades referidas»; uma «reordenação económica» da qual o Estado também não se poderá demitir; e uma «cultura de intervenção regional» que, não descurando a «identidade nacional, só pode ser conseguida com o empenhamento dos agentes culturais existentes no terreno» (*Idem*: 7). Só assim será realmente possível responder ao desafio lançado por Mathien (1983: 32), segundo o qual esses media deverão ser um canal de transmissão de mensagens capazes «de desempenhar um papel na *fabricação de ideias*» no interior de uma comunidade em cujo «seio cresceu a nossa cultura pessoal».

Perspectivando o futuro, López Garcia considera que as respostas aos desafios colocados à imprensa regional/local passam, designadamente, por aquilo que classifica de «ruptura inteligente» com o passado. Concretamente, a eliminação das causas que estão na origem do «descrédito profissional e da falta de credibilidade de muitos produtos informativos», através, designadamente, da potenciação da criatividade, do estímulo ao talento e da revisão das velhas estratégias e das rotinas que, com frequência, têm conduzido ao empobrecimento do jornalismo, quando não mesmo à sua morte. Simultaneamente, aponta como urgente a mudança de um cenário, cuja profundidade passa pelo estabelecimento de regras ajustadas ao momento, capazes de situar os meios de comunicação no contexto dos novos deveres («informação sobre accionistas, participação em alianças locais e globais, campanhas que apoie, fontes de financiamento, linha editorial...») e dos novos direitos («uso das redes públicas, meios para cumprir os seus fins...») e, sobretudo, pela reconversão das redacções «em centros geradores de ideias, de documentação, de temas, de construção de textos mediante fórmulas diversas e de preparação de produtos de qualidade em todos os suportes» (Garcia, 2002: 204).

Para a concretização desse objectivo, visando a reinvenção de um jornalismo que, em alguns casos, continua a ser produzido com ferramentas que «ficaram desfasadas», aquele professor espanhol avança com cinco pontos que classifica de prioritários. Concretamente: a criação de redacções «preparadas para todos os suportes»; a atenção ao leitor, sua opinião e considerações sobre o modo como cada *estória* lhe é narrada; o cabal aproveitamento das novas tecnologias e suas potencialidades em relação ao modo de informar; a colaboração activa na construção de uma sociedade mais plural e mais diversificada, «a partir de uma defesa da interculturalidade», isto é, construída «nos cenários locais e projectada na globalidade»; e a atenção prestada ao «consumo crítico da informação», ajudando o leitor/consumidor a melhor entender «o funcionamento do mercado informativo» (*Idem*: 205).

III
DAS PUBLICAÇÕES DA IGREJA
e da importância atribuída aos novos areópagos

(...) ao lado do discurso laico e racional, coabitam, sem terem de se justificar perante ele, discursos de carácter estético, religioso, espiritual... portadores de outros valores e de outras representações.

DOMINIQUE WOLTON

Deus não tem de se adorar onde se está, mas tem de se transmitir por toda a parte onde o homem possa ir.

RÉGIS DEBRAY

Não é por ser do âmbito religioso que um assunto é jornalisticamente melhor ou pior. É por ser jornalisticamente relevante.

MANUEL PINTO

A desconfiança com que a hierarquia eclesiástica encarou o invento de Gutenberg marcou cinco séculos de história da Igreja.

ANTÓNIO REGO

A Igreja olha os meios de comunicação social com estima porque depende deles para se difundir, e com desconfiança porque já não controla os seus efeitos.

JOSÉ AUGUSTO MOURÃO

1. A Igreja e a sociedade da informação

A pesar de possuir um dos mais antigos jornais do mundo (*L'Osservatore Romano*, fundado em 1861), de dispor, desde 1929, de uma potente estação de rádio, a Rádio Vaticano; e de, «na sua origem trinitária, na sua dimensão histórica, na sua expressividade comunitária e na sua missão evangelizadora», ter algo a comunicar que considera importante (a *boa nova*, a *boa notícia*), o facto é que, exceptuando talvez a encíclica *Miranda Prorsus* (1950),³⁹ onde Pio XII se debruça sobre a opinião pública e sua função social, foram inúmeras as reticências colocadas, por parte da hierarquia, em relação à função mediatizadora dos media. A ponto de haver ocasiões em que, perante as suspeitas levantadas, se multiplicaram as atitudes de rejeição (Osório, 1992: 90, Brás, 1992: 6, e Pinho, 1992b: 70).

Assim, pois, não será exagerado dizer-se que, na prática, a verdadeira *abertura* da Igreja à questão mediática apenas aconteceu por ocasião do Concílio Vaticano II (Vaticano II, 1972a: 237-240), com a promulgação do primeiro decreto conciliar, *Inter Mirifica* (IM, 1964), onde os meios de comunicação social são referenciados como «maravilhosos inventos da técnica», que o «engenho humano extraiu, com a ajuda de Deus, das coisas criadas» (n.º 1), dispondo de enormes capacidades para prestarem, se rectamente utilizados, uma valiosa ajuda à humanidade (n.º 2). Ou seja, independentemente das reticências colocadas pelos padres conciliares a eventuais perversões por parte desses meios e à «maternal angústia» sentida a propósito dos «danos que, com o seu mau uso, se têm infligido, com demasiada frequência, à sociedade humana» (n.º 2), o tom geral do documento é dominado por uma linguagem razoavelmente positiva.

Centrado especialmente no emissor e pouco no destinatário, aquele decreto, além de reivindicar para a Igreja o direito natural de usar e possuir tais instrumentos (n.º 3), consagra, simultaneamente, o direito à informação como objectivo de servir o bem comum e de contribuir para o «maior progresso» da sociedade humana

³⁹ A *Miranda Prorsus* é, por alguns, considerada a primeira *carta magna* do jornalista a reconhecer a função social da opinião pública.

(n.º 5). Como Urbano Duarte (1967: 12), talvez se possa dizer que, para os meios de comunicação social, o Vaticano II funcionou, na prática, como o abrir de um «brônzeo e pesado portão» que havia permanecido «cautelosamente fechado» durante séculos. Dito por outras palavras: foi o limiar de uma espécie de revisão de vida por parte da Igreja, designadamente no modo de se olhar a si própria e na nova maneira de ver o mundo.

Citando o jornalista sul-americano Revollo Bravo (então, dirigente da União Católica Internacional de Imprensa) a propósito da mudança radical registada entre a primeira sessão conciliar e as restantes, em que a imprensa passou a ter acesso aos trabalhos, acrescenta aquele padre, que foi director do *Correio de Coimbra*, entre 1951 e 1979: em 1962, ano de abertura do Concílio,⁴⁰ «imperava o segredo tradicional, para encobrir determinadas actividades eclesíásticas; não havia acesso directo ao acontecimento, ninguém podia abeirar-se das fontes. O jornalista recebia a notícia filtrada, a conta-gotas, desconjuntada, como parte de um enigma de almanaque, desvitalizada intencionalmente pelo critério do intermediário. Era a negação de toda a técnica jornalística!». A partir da segunda sessão, quase tudo mudou: os jornalistas puderam entrar na aula conciliar; os seus comentários passaram «a basear-se em dados autênticos e completos; finalmente conheciam o conteúdo das intervenções, o ponto e os motivos de divergência, assim como os seus autores; viram como, mantendo a unidade e o amor à Igreja, se aceita e pratica a liberdade de opinião sobre problemas de carácter complexo e concreto» (Duarte, 1967: 12-13).

Ainda de acordo com aquele padre, tratou-se da abertura de uma porta «para o reconhecimento e a confiança e que antes só infundia temor». De tal modo que, perante o crescer da responsabilidade, o jornalista passou a sentir-se mais obrigado a uma «informação séria, respeitadora e objectiva». Ou seja, o novo pentecostes anunciado por João XXIII «estava a tomar forma» também sobre os meios de comunicação social». Era um pentecostes original, porque, graças aos media, a sua influência não se repercutia apenas «nos confins do mundo, na massa humana, mas regressava, actuando sobre os padres conciliares, obrigando-os a reflectirem sobre os problemas dos homens» (*Idem*: 13). A ponto de muitos crerem – e, porventura, justamente – que sem a presença da comunicação social o Vaticano II jamais teria sido o que foi.

Para os que, na ocasião, lamentaram o facto de o Concílio ter passado a reconhecer, na prática, a velha tese do «carácter público» da Igreja, chorando por ela ter *descido* às páginas dos jornais, aos microfones das rádios ou às imagens das televisões, aquele padre classificava tais afirmações de «mágoas nascidas da

⁴⁰ A primeira sessão, presidida por João XXIII, decorreu entre os dias 11 de Outubro e 8 de Dezembro de 1962. A segunda foi inaugurada por Paulo VI, no dia 29 de Setembro de 1963.

ignorância» e os seus lamentos «de raiz imaginária» (Duarte, 1967: 13-14). Que se foram, no entanto, atenuando, a partir do momento em que a Igreja, perante uns media «novos e continuamente aperfeiçoados», capazes de favorecer «o conhecimento dos acontecimentos» e a difusão «rápida e universal das ideias e dos sentimentos» (*Lumen Gentium*, n.º 9), começou a olhar a comunicação social como um meio indispensável à sua missão evangelizadora (Vaticano II, 1972: 21-22).

Idêntica é a perspectiva vertida na *Communio et Progressio*, que, publicada em 1971, no cumprimento de um mandato conciliar, abre com um esboço de reflexão doutrinal sobre os media, considerando-os verdadeiros «dons de Deus» (n.º 2) inseridos na obra da criação (n.º 7) e repletos de enormes virtualidades, visando a promoção do «progresso humano» (n.º 21).

E ainda que, na opinião de Nuno Brás, este modo de apresentar uma teologia da comunicação possa conter limitações, já que, segundo ele, subvaloriza o papel do receptor (olhado como mero «*recipiente* da informação»), reduz a comunicação a uma «transmissão mecânica de conteúdos» e presta pouca atenção aos media enquanto criadores de cultura, o facto, no entanto, é que aquela instrução pastoral não ignora aspectos considerados essenciais. É assim, por exemplo, que, a par do sublinhar da «centralidade humana em todo o processo comunicativo», faz uma especial chamada de atenção para a «bondade intrínseca» da comunicação, enquanto «fonte de comunhão e progresso do género humano» (Brás, 1992: 7).

Sem diminuir a oportunidade destes documentos que, além do mais, significaram um corte com o passado, tendo em atenção o modo diferente de olhar os media, a liberdade de expressão, o direito à informação, as condições exigíveis ao exercício da profissão e até mesmo a importância da opinião pública, o facto é que, como escreve António Rego (1992: 39), terá sido com a encíclica *Redemptoris Missio* (RM, 1990), de João Paulo II, que a Igreja proferiu «o discurso mais arrojado» sobre a comunicação social.

Ao afirmar que o mundo das comunicações é «o primeiro areópago dos tempos modernos» ou ao proclamar «pela primeira vez» e «de uma forma oficial o que disse McLuhan»: que, «pelos media a humanidade é unificada e transformada em aldeia global»; que, pela tamanha importância alcançada, os meios de comunicação social «são, para muitos, o principal instrumento de informação e formação, de guia e inspiração de comportamentos individuais, familiares e sociais» e ainda que, sobretudo as novas gerações, «crescem num mundo condicionado pelos *mass media*» (RM, n.º 37).

Ainda de acordo com Rego, coexistiam, então, no interior da Igreja, duas grandes tendências: uma, olhando os meios de comunicação como «uma boa carrinha» («tanto comprada, como de aluguer») para «transportar bíblias e folhas paroquiais e espalhá-las aos quatro ventos», e uma segunda que, partindo de pressupostos diferentes, os considerava um espaço onde se joga a cultura do

nosso tempo. Enquanto, no primeiro caso, se trata de oferecer «uma *boleia* à evangelização», em causa, no segundo, está a aceitação do princípio de que os media são um «lugar cultural que inspira uma acção pastoral, quer numa presença eclesial, eclesiástica, leiga, directa ou indirectamente evangelizadora», quer ainda na perspectiva com que a Igreja se relaciona com o mundo.

É, aliás, no contexto desta última leitura que, na sua opinião, deverão ser entendidas as palavras que, na *RM*, João Paulo II dedica ao mundo das comunicações sociais: e não apenas pelo modo diferente de entender os media e sua importância «num mundo condicionado pelos *mass media*», mas também pelas consequências de uma reflexão que, seriamente aprofundada, conduzirá a uma inevitável «revisão de muitos projectos pastorais que parecem nada ter a ver com o mundo da comunicação» (Rego, 1992: 38-39).

A ideia de areópago aplicada aos media, enquanto local de debate público e de confronto de ideias, em simultâneo com o honesto funcionamento da justiça, haverá, aliás, de constituir tema recorrente em alguns dos mais importantes documentos emanados de Roma: na instrução pastoral do Conselho Pontifício para as Comunicações Sociais, *Aetatis Novae* (1992); em várias mensagens pontifícias, por ocasião dos dias mundiais dedicados à comunicação social ou na carta apostólica, *O Rápido Desenvolvimento* (*RD*, 2005), de João Paulo II.

Perante esta realidade e diante da importância assumida pelos meios de comunicação, à Igreja – diz o Papa –, não lhe basta a sua mera utilização. Terá, sobretudo, de «integrar a mensagem» na «*nova cultura*» criada e amplificada por esses «poderosos instrumentos», sem ignorar igualmente que essa cultura «nasce menos dos conteúdos» do que do facto de existirem «novos modos de comunicar, com técnicas e linguagens inéditas» (*RM*, n.os 2 e 3). Terá igualmente de entender que, subjacente a todo esse progresso supostamente técnico, existe o valor e a importância de uma comunicação que, à partida, implica o diálogo com «os agentes do conteúdo e das imagens» que preenchem os media. Se a Igreja ignorar tal facto, esses órgãos, incluindo os seus, «serão meios talvez de influência, nalguns casos, de conflito, quiçá de cumplicidade, mas não serão nunca meios de comunicação entre a Igreja e os media, menos ainda de comunhão» (Gonçalves, 2005: 1).

Com esta carta pastoral, João Paulo II, além de reafirmar a necessidade de a Igreja redescobrir um novo modo de relacionamento com a comunicação social, parece também ter pretendido arrumar definitivamente as visões dos que persistem em olhar os media como «instrumentos degradantes». A ponto de classificar de verdadeiro «sinal de progresso» o desenvolvimento das tecnologias no campo dos media, designadamente uma internet que, além de proporcionar «recursos para uma maior informação», ainda tem a vantagem de habituar as pessoas «a uma comunicação interactiva». E que deve ser utilizada a par dos «novos *mass media*» e verificadas que sejam «todas as possíveis valorizações de instrumentos tradicionais» (*RD*, n.º 9).

A utilização e a «evangelização» dos media

Em Portugal, desde cedo que os media se têm constituído em presença regular nos documentos da Conferência Episcopal (CEP). Frequentemente, no entanto, de modo redutor, com resistente desconfiança, alguma dose de suspeita e utilizando uma linguagem exageradamente paternalista. Como aconteceu logo nos primeiros documentos (Abril de 1969), cerca de dois anos depois do seu estabelecimento estatutário.⁴¹ Então, sublinhando embora a necessidade de uma maior e melhor utilização da comunicação social na missão evangelizadora da Igreja, os bispos portugueses denunciavam o facto de inúmeras vezes, ela «invadir e profanar» o «santuário familiar», através de ideias, sons e imagens que constituem «reprovável atentado contra a dignidade» (CEP, 1978: 69).

Anos mais tarde, por ocasião da assembleia geral realizada em Outubro de 1981, alguns deles viriam mesmo a ser acusados de estarem na origem e de serem o reflexo da «continuada degradação dos costumes e agressão aos valores fundamentais da família» (CEP, 1984: 264).

De denúncia foram também algumas das afirmações expressas no documento evocativo (Maio de 1983) da visita de João Paulo II a Portugal, onde a Conferência Episcopal se debruça sobre a evolução da sociedade a partir das mensagens deixadas pelo Papa. Então, para os bispos portugueses, a mobilidade (geográfica, social e psicológica); a oferta crescente e concorrencial de oportunidades de escolha em «todos os campos de interesse»; e o novo estilo de vida pessoal, familiar e social imposto pela sociedade moderna, juntamente com «a nova forma de conhecer e valorar as realidades humanas e sociais», por parte dos meios de comunicação, geravam alterações nas formas de pensar, sentir, estar e viver das populações, contrárias, em último caso, ao espírito e tradições do catolicismo (CEP, 1991: 11-13).

Considerando que a comunicação social constitui uma «autêntica mais-valia» para o cumprimento da sua missão evangelizadora (Rocha, 1994: 28); que integra o quotidiano dos cidadãos, não havendo «nenhum segmento da vida» que não se «entrecruze com ela» e partindo do princípio de que «sem ela não há cristianismo» (Rego, Ag. Ecclesia, 30.10.09), o episcopado português dizia-se disponível a tudo fazer para que tais meios, «longe de destruírem os valores cristãos na alma e na vida dos Portugueses, favoreçam a difusão do Evangelho e do seu espírito» (CEP, 1991: 23). Idêntica opinião é manifestada, cerca de um ano depois, na *Carta Pastoral sobre a Renovação da Igreja em Portugal*, onde é defendida a utilização das importantes virtualidades daqueles meios, «para predispor as populações mais

⁴¹ Ainda que das mais antigas conferências mundiais (anos 30), só, no entanto, em Maio de 1967, a assembleia plenária dos bispos portugueses foi estatutariamente constituída, no seguimento de uma sugestão avançada pelo Vaticano II.

arredias» da prática religiosa «a bem acolherem a mensagem de Jesus Cristo e da sua Igreja, e até para serem desta mensagem adequados transmissores» (*Idem*: 58).

Os prelados portugueses terão deste modo dado cumprimento ao mandato recebido de João Paulo II que, aquando da visita *ad limina* (1987), os aconselhou a não perderem de vista vários campos de acção pastoral, incluindo os meios de comunicação (*Idem*: 112), que constituem «poderosos instrumentos de cultura e de mentalização de massas», reflectindo a cultura ambiente, veiculando a novidade «a que são particularmente sensíveis», interpretando os acontecimentos e conduzindo a opinião. Com a importância acrescida de, no dizer daqueles membros da hierarquia, se estar perante «areópagos da História presente», que, enquanto «entidades seculares, não costumam privilegiar a visão cristã das coisas, e apenas reflectem a perspectiva da Igreja, «na medida em que se torna acontecimento relevante» (*Idem*: 233).

Perante tais convicções e visando, porventura, inverter a situação, a Igreja retoma a ideia da criação de novos meios de comunicação, preferencialmente pertencentes a «cristãos leigos, profissionais da informação», associados na construção dessa «maneira de estar na informação, ao serviço da Igreja e da sociedade». De tal modo que, como recorda Paulo Rocha (1994: 31-32), director da Agência Ecclesia, o tema passou a ser recorrente nas diligências dos membros da hierarquia, culminando, no início da década de 1990, com a declaração pública de interesse por uma televisão de inspiração cristã, que lhe viria, aliás, a ser atribuída a 6 de Fevereiro de 1992, na sequência de um processo que, de acordo com a edição do *Público* do dia seguinte (07.02.92), «levantou intrigas e ciúmes em número suficiente para manter o *suspense* até ao fim». Era a TVI.

Apresentado como um projecto inovador, não apenas a nível europeu, mas em todo o mundo, e prometendo a oferta de um serviço alternativo capaz de irradiar «uma clara matriz de valores humanistas e uma concepção cristã da vida, bem enraizadas na cultura do povo português» (de um comunicado da direcção), rapidamente, no entanto (menos de um ano depois do início regular das emissões, em Fevereiro de 1993), os «entusiastas da primeira hora», confrontados com os resultados, sentiram necessidade de denunciar o produto que tinham ajudado a gerar. E ainda nem sabiam que, aquando da primeira emissão, a TVI já não tinha dinheiro para pagar os salários (Rego, 2000: 375).

Então, as instituições religiosas accionistas diziam-se descontentes com os níveis de audiência e o lugar secundário para que fora relegada a programação religiosa; o núcleo duro de fundadores, constituído por cerca de 600 organizações, paróquias e congregações, criticava a pouca atenção dada às questões educativas e culturais; a maioria dos accionistas lamentava o esforço financeiro feito em prol de um projecto que deixaram de considerar seu, porque distante do que lhes fora prometido; a Conferência dos Institutos Religiosos Masculinos (CNIR) alertava para a quase total ausência, na programação, das realidades sociais e culturais e para o facto de o lúdico se resumir quase só a telenovelas e a concursos; e a líder

da Federação dos Institutos Religiosos Femininos (FNIRF), perante uma televisão que, segundo ela, parecia destinada a ser «um lugar de desgaste para gente válida», interrogava a Igreja porque não fazia um esforço para conseguir antes um espaço num dos canais da RTP, como, aliás, se encontrava legalmente determinado (*Expresso*, 24.12.94).

«O que tenho visto na TVI nos últimos tempos não é a TVI com que sonhei», afirmava, em entrevista ao *Público* (27.03.97), D. José Policarpo, aquando da tomada de posse como arcebispo coadjutor do patriarca de Lisboa, D. António Ribeiro. Considerando que os investidores individuais tinham toda a legitimidade para se sentirem prejudicados, na medida em que haviam perdido dinheiro com a desvalorização das acções, ao mesmo tempo que se dizia desiludido por o projecto não ter sido «aquilo que nós todos procurávamos», acrescentava o futuro cardeal que, então, bispo auxiliar de Lisboa e reitor da Universidade Católica, havia liderado o processo de candidatura: «As grandes dificuldades da TVI foram financeiras, mas foi também muito a falta de capacidade das pessoas que se puseram lá.»

Posição idêntica era assumida pelo padre Vítor Melícias, que, na qualidade de presidente da União das Misericórdias, uma das investidoras, lamentava o facto de as instituições que participaram no capital da TVI terem sido apenas «pagadoras» e não «produtoras e participantes». E acrescentava: Os seus dirigentes, além de não terem «claramente capacidade» para conduzir o projecto, viram-se ainda e desde logo confrontados com «a pressão das audiências e os vícios dos profissionais».

Como defende Luís Marinho, que foi director-adjunto de informação durante o primeiro ano de vida daquele estação, além de o projecto ter sido dominado por «demasiado amadorismo», a Igreja tardou a perceber a sua falta de vocação para fazer televisão, que é algo «altamente profissionalizado». Ou seja, a Igreja Católica «andou uma década a querer um canal e não a preparar um canal» (*Público*, 20.02.03).

A TVI – escreveu na ocasião António Barreto (*Público*, 23.03.97) – «foi o pecado de orgulho da hierarquia católica. Foi a ilusão do *mediático* como sucedâneo do apostolado. Foi a cedência à moda». Então, perante «este santo negócio» inquinado desde o início, aquele sociólogo interpelava o Governo que aprovou a candidatura, considerando-a «credível, sólida e viável»; as misericórdias que se haviam metido naquela «aventura inútil, nela perdendo dinheiro e prestígio»; os bispos e párocos que, «por esse País fora, do púlpito e da sacristia, levaram milhares de fiéis, a pretexto de apostolado, a dispor das suas economias e alimentar uma vaidade»; e, finalmente, os responsáveis da TVI que, «sem autocrítica, construíram este fiasco».

Idêntica denúncia foi feita, anos mais tarde, pelo padre Salvador dos Santos, presidente da AIC e director de *A Defesa* (Évora). Em texto publicado na edição de 7 de Setembro de 2005 daquele semanário diocesano, além de sugerir um pedido de desculpa, *por* parte dos antigos responsáveis, a todos os que haviam sido desafiados a integrar o projecto, designadamente institutos religiosos, paróquias, RR e «muitos anónimos generosos», Salvador dos Santos acusava os mais directos responsáveis

governamentais⁴² pela decisão de, perante a força da Igreja, ter cometido a «grande injustiça» de privilegiar a TVI, em detrimento de um outro concorrente⁴³ «que tinha legalmente o direito de posse». Já, então, o capital social do Canal 4 havia passado de mão em mão e dado azo a vários jogos de interesse.

Entre meios próprios e não confessionais

Toda a polémica que envolveu o processo TVI – da candidatura à atribuição do canal e à não concretização do projecto anunciado como inovador – veio trazer de novo à colação uma questão que tem merecido alguma divergência no interior da Igreja: a necessidade de ela dispor de «púlpitos próprios» para transmitir a sua mensagem ou se, como, por exemplo, foi defendido pelo então presidente da CNIR, padre Jorge Fernandes (*Expresso*, 24.12.94), deve antes tudo fazer para estar no lugar onde se faz opinião, isto é, nos meios de comunicação laicos. Ou seja, e como advoga Rui Osório (*Público*, 25.09.02), bem mais importante do que a Igreja possuir órgãos de comunicação social é a presença de católicos em meios não confessionais.

As afirmações deste padre, que é também jornalista, aconteceram tempos depois de o então presidente da Comissão Episcopal para as Comunicações Sociais, D. João Alves, ter defendido a necessidade de um órgão de comunicação, diário ou semanário, a quem «empresários, políticos, a sociedade em geral» possa recorrer, para ter um «conhecimento seguro daquilo que a Igreja pensa sobre os problemas do mundo» (*Lusa*, 24.09.02). Idêntica é a opinião de outros membros da hierarquia, como, por exemplo, a do antigo arcebispo de Évora, D. Maurílio Gouveia (Ag. *Ecclesia*, 10.01.08), quando insiste na necessidade («o ideal mesmo») de a Igreja possuir um jornal de âmbito nacional: um diário preferencialmente, ainda que, quanto a si, as dificuldades, sobretudo económicas, pudessem aconselhar a alternativa de um semanário.

Sublinhando embora a importância («tomara que aconteça muito mais») de haver, na comunicação social, pessoas que, cristãs, são no local de trabalho «testemunhas de uma vida aberta ao religioso», também o bispo do Porto, D. Manuel Clemente (2008: 42-43), advoga a existência simultânea de um diário, capaz de dar uma visão católica das questões e dos problemas. E que só não terá acontecido ainda por razões meramente financeiras («é uma coisa muitíssimo cara»).

Talvez venha a propósito recordar o lamento de Sousa Franco sobre a ausência de um «acordo mais alargado» no interior da Conferência Episcopal em relação

⁴² Luís Marques Mendes é o nome especialmente visado.

⁴³ Salvador dos Santos referia-se ao projecto TV1, então liderado pelo advogado e antigo presidente da RTP, Daniel Proença de Carvalho.

à resolução de alguns dos problemas, designadamente à «inexistência, a partir de 1976, de um grande jornal católico nacional». Até porque – acrescentava – o que temos, hoje, «é uma abundante imprensa católica regional» a par de outra que «tenta ocupar» o seu lugar, «com óbvia distorção e falta de pluralismo» (Franco, 1989: 423).

Mais, de facto, do que uma opinião pessoal e avulsa, a necessidade da existência de um jornal católico de dimensão nacional, diário ou semanário, de acordo com a disponibilidade financeira, constitui questão antiga da CEP, pública e ciclicamente defendida por vários dos seus membros, integrando mesmo com alguma frequência a agenda dos acontecimentos eclesiais. Servem de exemplo, entre outras iniciativas, as Jornadas da Comunicação Social realizadas em Fátima (Setembro de 2004), onde, perante a constatação do facto de a Igreja não ter ainda ganho por inteiro a causa da comunicação social, se concluiu pela necessidade de se criar um jornal católico, designadamente um semanário de actualidade religiosa. E que, perante as hipóteses aventadas, poderia passar pela transformação do boletim semanal da Agência Ecclesia num órgão nacional de «divulgação da vida e do pensamento da Igreja» (Ag. Ecclesia, 24.09.04). Algo de semelhante aconteceu igualmente nas Jornadas Teológicas de Braga (Março de 2007), no decurso das quais foi avançada a hipótese de uma reactivação, «para breve», do título *Novidades*, de periodicidade semanal e em simultâneo com uma edição electrónica (Ag. Ecclesia, 30.03.07).

Independentemente da eventual concretização desse projecto e apesar de dispor da estação radiofónica de maior audiência (a RR), de uma agência de informação (a Ecclesia) «com ligação regular às organizações internacionais» e de uma significativa presença na internet, incluindo a ligação informática entre as suas instâncias nacionais, diocesanas e outras, juntamente com o facto de «manter bons programas» em canais generalistas de televisão e ainda de, nos últimos 100 anos, ter adquirido uma «posição de relevo» no campo da imprensa católica ou de inspiração cristã, quer regional, quer especializada (cultural, missionária, etc.), a Igreja considera que não lhe basta dispor apenas de órgãos de comunicação próprios. Como se constata, aliás, através da leitura da carta pastoral *Na Era da Comunicação Social*, de 11 de Abril de 2002 (CEP, 2002a).

Nesse documento dedicado aos media, os bispos portugueses, depois de sublinharem os «frutos admiráveis» da comunicação social, ainda que, segundo eles, fortemente diminuída pelos «atentados, conscientes ou inconscientes, contra a verdade e o bem moral de muitas das mensagens por ela difundidas» e de alertarem para as responsabilidades inerentes aos diversos agentes (jornalistas, programadores, realizadores, etc.), aos públicos, ao Estado, à própria Igreja e aos leigos católicos, consideram de todo o interesse marcar «presença em órgãos de comunicação que não sejam seus»: através da oferta de matéria capaz de interessar os diferentes públicos e da colaboração de pessoas capazes de associarem a «uma boa formação cristã a reconhecida competência nos diversos saberes» (*Idem*: n.os 10 e 32). Ou seja, e como escreve Manuel Vilas-Boas (2002: 8), «ainda que tardiamente»,

olhando o facto como *uma ousadia* e colocando a Igreja «fora do mundo histórico dos privilégios», quando «este deveria ser, aliás, o lugar privilegiado da Igreja», os bispos assumem como válida e útil a presença de profissionais católicos nos media laicos.

Tal presença, no entanto, jamais poderá significar a hipótese de a Igreja prescindir de meios próprios, sejam eles livros, revistas, jornais, rádio, televisão ou internet, dos quais, aliás, a hierarquia considera necessário tirar o «melhor rendimento» possível, através, não apenas da dotação de «pessoal competente e dedicado», mas também estimulando a colaboração entre eles ou fazendo um esforço de coordenação capaz de os associar «na defesa e na promoção dos seus interesses» (*Idem*: n.º 31).

De referenciar ainda, nesta carta pastoral, o apelo dos bispos em relação à necessidade das instituições da Igreja procederem a um mais franco relacionamento com a comunicação social, abrindo, designadamente, canais de regular «informação e diálogo», privilegiando a figura «do *porta-voz* de cada uma das principais instâncias eclesiais», sejam elas a Santa Sé, a Conferência Episcopal, as dioceses, os institutos religiosos ou outras (*Idem*: n.º 32).

A modos de quase conclusão, talvez se possa dizer, como João Pinheiro de Almeida, que se está perante um texto que, «demasiado generalista», constituído em quase dois terços por «recapitulações doutrinárias» e pautado por «longas referências essencialmente catequéticas» sobre a comunicação social e a responsabilidade dos comunicadores, deixou de fora «análises profundas da situação e propostas concretas de solução». A proporcionar um sentimento de «decepção» (Almeida, 2002: 9).

Idêntica é a opinião de Vilas-Boas (2002: 8), ao lamentar o facto de o documento tratar os meios de comunicação como «autênticas maravilhas saídas do género humano» e, simultaneamente, ser tão aligeirado e se vestir «de uma roupagem envelhecida, a tocar, no estilo, os mais rançosos compêndios moralistas que serviram o ensino modelador do pensamento tradicional da Igreja».

Vários preconceitos e algumas desconfianças

Apesar dos passos dados (não, ainda, os necessários nem, porventura, os suficientes), não será exagerado dizer-se que o relacionamento da Igreja com a comunicação social está ainda longe de ser o desejável. Concretamente e no dizer de Paulo Agostinho, media e Igreja parecem conversar em «idiomas diferentes» e sem «tradução simultânea suficiente» para que ambos se entendam. De tal modo que, segundo aquele jornalista, trabalhar, como ele o faz, na área do religioso num órgão laico significa, por vezes, «estar no fio da navalha» de uma relação difícil, já que esses profissionais, mais do que desejados, são apenas tolerados pela própria Igreja. A ponto de a cultura da fonte anónima (a denominada *fonte próxima...*)

constituir por vezes «a solução encontrada para contar as estórias mediáticas da Igreja » (Agostinho, 2008: 70).

Como igualmente escreve o professor e padre dominicano José Augusto Mourão, são quase sempre tensas as relações entre os media e os cristãos. É que, a par das acusações mútuas (da «mania do segredo» à «deformação da prática e da fé cristã»), existe o fenómeno da *violência*: por parte da Igreja, «que se julga acima de toda a crítica, desconfiada como o são todos os proprietários», e por parte dos media, que tendem a olhar a Igreja através do «filtro do sexo-dinheiro-poder» (Mourão, 2005: 161).

Ainda que as razões para um tal *divórcio* se possam buscar nas características dos media, a cuja rapidez e eficácia a Igreja, com «honrosas excepções», tem dificuldades em corresponder, elas têm, no entanto, outras origens. Assim, por exemplo, o conflito existente (à semelhança, aliás, do registado em relação à totalidade das epistemologias) entre o discurso «absoluto e dogmático» da fé católica e o constante relativismo do jornalismo obrigado a tudo e a todos questionar; a linguagem do «discurso do altar», de descodificação difícil por parte do profissional da informação, confrontado com a necessidade (e obrigação) de o *traduzir* para o leitor; e, questão de fundo, o facto de a Igreja continuar a preferir o «púlpito dos órgãos confessionais» em detrimento da comunicação social laica (Agostinho, 2008: 70).

Opinião idêntica tem Borges de Pinho, ao considerar que, de um modo geral, as pessoas que exercem cargos de maior responsabilidade na Igreja «lidam mal» com a comunicação social: das palavras usadas «ao modo de relacionamento» e da «tendência a pôr-se à defesa à atitude de suspeita», dificultando o trabalho de quem quer informar sobre as realidades eclesiais. E ainda que tal atitude possa, aqui e além, ser a consequência de desapontamentos pelo modo como algumas notícias são dadas («por ignorância, por desvalorização do fenómeno religioso ou, eventualmente até, por alguma má-fé»), a verdade é que esses responsáveis tendem a esquecer que a pouca transparência afecta frequentemente a possibilidade de uma «informação atempada e adequada» (Pinho, 2005b: 1). Além de que a generalidade da opinião pública, incluindo os próprios crentes, não é constituída por teólogos e, em comunicação, o erro «é sempre do emissor e nunca do receptor ou, dito por outras palavras, se «existe alguma anomalia, é porque quem fala não se fez compreender». O que, aliás, parece acontecer com frequência em relação ao discurso religioso (Agostinho, 2007).

Para o agravar dessa relação, que por vezes «parece mais um conflito», contribuem a ausência de conjugação entre a dinâmica dos discursos religioso e jornalístico («a solução não pode ser a adaptação dos media àquilo que a Igreja considera ser importante»); o limitado número de especialistas em questões religiosas a trabalhar nas redacções; a escolha, por parte da hierarquia, de protagonistas pouco ou nada sintonizados com a linguagem comunicacional; ou a dificuldade sentida pelos profissionais da informação de conseguirem contactos em tempo útil com

os responsáveis religiosos pelos diferentes pelouros, em especial os que abordam temas considerados relevantes para a sociedade.

Temos, na prática, que, à limitada estratégia por parte da hierarquia em relação à opinião pública, haverá que juntar-se uma generalizada lentidão nas respostas dadas (quando dadas) sobre questões da actualidade; alguma incapacidade para entender as consequências do que foi dito, e a ausência de gabinetes de comunicação constituídos por profissionais capazes de fornecer informações atempadas e «suficientemente *digeridas*». É que, pela sua extensão e linguagem, os documentos oficiais da Igreja são «geralmente intragáveis» para «o homem comum» (Amaral, 1992: 35).

Porque, no «campeonato diário da informação», é difícil, se não mesmo impossível, haver vitórias em todas as jornadas, a Igreja, como, aliás, qualquer outra entidade, terá de estar convenientemente preparada «para alguns jogos difíceis, em que até os árbitros podem ser desfavoráveis» (Agostinho, 2007). O que não parece realmente acontecer sobretudo quando se constata que as iniciativas entretanto concretizadas estão longe de ser as suficientes e as capazes para a formação de uma consciência crítica em relação aos media. Dito por outras palavras, a questão das comunicações continua longe de constituir preocupação cimeira da pastoral da Igreja.

Talvez tão ou mais importante do que foi a institucionalização, em meados dos anos 60, de uma disciplina de oratória em cursos de Teologia de alguns seminários, com o objectivo de ensinar os futuros padres a enfrentarem o púlpito, será, hoje, preparar os responsáveis e porta-vozes para o modo de lidar com os media. Para que, na opinião de Vilas-Boas (2008: 75), a ausência de preparação profissional de agentes da pastoral da comunicação deixe de constituir «o pecado capital» da Igreja portuguesa, que continua a preferir «formação exaustiva» em Direito Canónico e Teologia Dogmática, em detrimento, por exemplo, da formação em Comunicação Social e Audiovisual ou até mesmo bíblica, para já não referir os saberes da Psicologia e da Sociologia.

Parece, no caso, partir-se do princípio de que se pode estar na comunicação social com gente ignorante da linguagem jornalística, sem capacidade para «comentar, debater, intervir e estar ao lado do mundo laico nas questões religiosas», não integrada no todo que é a comunicação e, acima de tudo, incapaz de entender que essa mesma comunicação faz parte do quotidiano, não sendo mais um elemento que «vem de vez em quando para nos incomodar» (Rego, Ag. Ecclesia, 29.10.09). Mais do que possuir órgãos próprios, a Igreja deveria antes privilegiar a presença de profissionais no interior dos media laicos e abandonar o amadorismo, «essa pecha tão frequente nos meios religiosos» que não se compadece com o rigor exigido nessas áreas (Vilas-Boas, 2008: 75). Dito por outras palavras, a missão deverá ser entregue a «quem dela sabe» e os responsáveis jamais poderão temer o que é novo, fugindo (Rego, 2004: 1).

Como escreve Sarsfield Cabral (2008: 59), apesar dos progressos feitos na *abertura* aos media, a hierarquia tem, ainda, um longo caminho a percorrer,

até porque, à semelhança do registado em outras instituições, como as Forças Armadas ou os tribunais, continua a manifestar «algum desconforto» face à presença de jornalistas. A ponto de ignorar que é do seu interesse ajudar esses profissionais «a elaborarem notícias correctas».

Opinião idêntica é defendida por António Marujo (2008: 65), quando denuncia o facto de o profissional que trabalha a informação religiosa ter de enfrentar algum preconceito das redacções em relação ao fenómeno religioso, a par da desconfiança de muitos hierarcas em relação à profissão de jornalista («somos encarados» como alguém «interessado em dizer mal, porque sim, em só procurar o escândalo»), ao tempo útil dos media e à sua linguagem, incluindo os desafios colocados pelas alterações tecnológicas.

Trata-se, no caso, de um equívoco com alguma gravidade, já que, como alertava aquele jornalista, aquando da entrega do Prémio Templeton (2005),⁴⁴ ainda abundam agentes religiosos a olhar os media como um «instrumento para a comunicação unidireccional e assimétrica», uma espécie de «púlpito de formas modernas». Dito por outras palavras, muitos dos membros da Igreja, além de persistirem em falar do «púlpito para baixo», parecem ainda pouco preocupados em atender aos sinais «de quem lhes quer falar de fora para dentro» (Marujo, 2006: 18, e 2008: 65).

Só que falar do púlpito é muito diferente de falar à comunicação social. Enquanto no púlpito a única questão, ainda que importante, diz respeito «à atitude activa do receptor da mensagem», a utilização dos media, sem poder embora ignorar tal facto, terá sobretudo de ter presente que «o meio trabalha a mensagem no quadro da actualidade», isto é, coloca-a «em relação com outras mensagens, subordina-a ao seu perfil próprio, enquadra-a no *contrato* que mantém permanentemente com o seu público». É porque «nada disto é redutível à simples consciência de que a comunicação social tem uma linguagem própria», temos, então, que se está perante o reconhecimento por parte da Igreja da «função mediatizadora dos media» (Wemans, 1992: 67).

Este reconhecimento, podendo embora significar a aceitação da atitude crítica dos jornalistas e dos próprios media, incluindo o gosto de «se confrontar com a opinião pública que esses jornalistas procuram representar», pressupõe, no entanto, uma radical alteração na mentalidade de alguns membros da hierarquia, em especial aqueles que tendem a considerar a comunicação social um mero «veículo de transmissão da verdade perene» proclamada pela Igreja e pretendem reduzir o profissional da informação a um «simples carteiro» que, recebida a mensagem, deverá entregá-la aos seus leitores, ouvintes ou telespectadores, «tal qual, sem tirar nem pôr» (*Idem*: 66).

⁴⁴ Instituído pela Conferência das Igrejas Europeias e pela Fundação Templeton, o prémio destina-se a distinguir jornalistas que trabalham temas religiosos na imprensa não-confessional.

Em causa, concretamente, a questão da opinião pública na Igreja de que fala Borges de Pinho, ao considerar que o êxito de uma comunicação para o exterior está dependente «da qualidade e da vitalidade da comunicação interna», ou seja, a opinião pública interna constitui questão essencial à credibilidade externa. A ponto de se poder dizer que a imagem global da Igreja será «tanto mais credível e interpeladora» quanto ela conseguir aparecer junto dos media com «um aberto e comunicativo comportamento» favorável ao debate interno, «transparente à opinião pública em geral», sensível aos problemas reais das pessoas, «coerente consigo própria e nítida no que quer dizer, pronta para reflectir com serenidade, capacidade crítica e inspiração profética sobre os acontecimentos» (Pinho, 1992b: 76-77).

Tal facto exige, à partida, uma redobrada atenção sobre o modo de funcionamento dos órgãos de comunicação interna da Igreja, bem como uma substancial alteração comportamental por parte da hierarquia que, perante uma opinião pública «predominantemente *medial*», não poderá mais olhar o relacionamento com os meios de comunicação como questão menor e de âmbito individual, mas como «algo que envolve a credibilidade eclesial no seu conjunto». Para o cardeal Walter Kasper, citado por aquele jornalista e professor da Universidade Católica, é, de facto, chegado o tempo de a Igreja afastar definitivamente (já deviam «pertencer ao passado») os «elementos estruturais» de tipo «patriarcal, monárquico e feudal, entre outros». Dito de outro modo: apesar do reconhecimento teórico da importância de uma opinião pública no interior da Igreja, na prática, no entanto, a sua existência continua a sofrer de bastantes limitações (*Idem, ibidem*). Com a agravante de muitos dos cristãos não estarem preparados para a aceitar e, menos ainda, para nela participarem activamente.

Como explicita Manuel Pinto, o tipo de comunicação predominante na cultura eclesial filia-se num modelo «unidireccional e transferencial» («falar para os outros, dizer-lhes o que devem fazer») e é «pobre do ponto de vista da atitude de reciprocidade e da interactividade», capaz de a todos colocar como «caminhantes da mesma estrada e da mesma busca». Ora, e ainda de acordo com aquele investigador, o desejável será a existência de uma atitude de escuta e de partilha, de interrogação e de humildade (o contrário de «timidez ou jogo à defesa»), em simultâneo com a utilização de uma linguagem acessível, no conteúdo e na forma, ao comum dos mortais, que, entre outras coisas, recuse a utilização de frases feitas, evite «entoações afectadas», argumente e abra espaço para que «o que diz seja argumento», ao mesmo tempo que é capaz de proporcionar «uma conversa tu-cá-tu-lá» (Pinto, 2008a: 5).

Sendo certo que uma boa informação sobre a Igreja exige da parte do jornalista um «mínimo de percepção da realidade eclesial», capacidade de leitura dos acontecimentos, ultrapassagem de ancestrais preconceitos, rigor e distância crítica, também não é menos verdade que, para tal, a hierarquia terá de se habituar a olhar os media «com normalidade», recusar «ideias feitas generalizadas», não ter medo «de correr alguns riscos» e «de *abrir as janelas*», dizendo claramente o que

pensa e o que pretende fazer em relação «a tudo o que importa ao viver humano» (Pinho, 2005a: 1). Dito de outro modo: uma atenção cuidada, por parte dos media, em relação às questões eclesiais, é dificilmente conciliável com a gestão de uma presença que oscila, com frequência, entre a «mediatização excessiva», o «intimismo desajustado» e uma linguagem hermética. Como a modos de resumo escreve Wemans (2004: 2), em geral, a Igreja não parece gerir da melhor maneira a sua presença mediática, revelando pouca profundidade na análise que faz da questão dos media, da importância destes no quotidiano das pessoas e no papel que ela própria «quer desempenhar neste campo».

Tem realmente razão Augusto Mourão (1998: 160), quando considera que a Igreja olha com estima a comunicação social, porque depende dela «para se difundir», e com desconfiança, porque já não consegue controlar os seus efeitos. E para que não subsistam dúvidas sobre o facto, aquele padre dominicano cita o documento *Ética da Publicidade*, onde, de acordo com o Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais, os media «transportam uma imagem (do Ocidente cristão) que não é a melhor», até porque insistem em ignorar «o papel vital da religião» na vida das pessoas (*Idem*: 112).

Os jornais católicos e a causa da «boa imprensa»

Porque, «com o cristianismo, a propaganda é a condição e o motor da doutrina» (Mourão, 1998: 159), já que *medium is message*, ou seja, e na versão de Debray (1992: 98), Deus «não tem de ser adorado onde se está, mas tem de se transmitir por todo o lado onde o homem possa ir», e ainda porque, à semelhança do registado com a maioria das instituições, também a Igreja Católica acredita na utopia da comunicação (Breton, *apud* Mourão, 1998: 160), os jornais de inspiração cristã foram acompanhando o crescimento e a dinâmica da generalidade da imprensa laica. Ainda que, como adverte Paulo Fontes (1999: 247), a especificação de «católica» atribuída à imprensa apenas tenha adquirido sentido na época contemporânea, por ocasião da denominada «secularização da sociedade e laicização das instituições».

Iniciada, de certo modo, aquando da crise de 70, dominada pela Comuna de Paris e pela «questão romana», com Pio IX a apelar à actividade conjunta dos católicos, a sua dinamização acentuou-se a partir de 1882, na sequência da *Carta* de Leão XIII sobre a imprensa católica. Então e de acordo com a hierarquia eclesiástica, registava-se uma tentativa de apropriação de jornais por parte de «forças contrárias à religião», com o objectivo de promover a «perturbação da ordem social» e a «paganização» da sociedade configuradas «no ateísmo, no agnosticismo e no socialismo» (Santos, 2005a: 30).

Em resposta ao apelo pontifício, assiste-se a uma mobilização da elite católica, visando, designadamente, a restituição do «primado da religião na vida social»

e um combate mais activo aos chamados erros «da descrença e da modernidade anti-religiosa» (Ferreira, 2002: 41-42). Fomenta-se, para o efeito, o aparecimento de jornalistas e publicistas católicos, incluindo padres, ao mesmo tempo que se promove o apostolado da *boa imprensa* (em oposição à outra, a *má*), através da criação de comissões diocesanas, integradas por activistas, convictos de que os jornais, sendo embora um modo de luta contra o erro, são sobretudo «o meio mais universal, mais fácil e mais eficaz de educação, expansão comunicativa e sociabilidade» (Da *Cruzada a Favor da Boa Imprensa*, apud Neto, 1998: 450). Simultaneamente, organizam-se congressos, assembleias e encontros de escritores, oradores e jornalistas⁴⁵.

Assim, a influentes diários, como *A Nação* (1847-1915) ou *A Palavra* (1872-1913); a semanários, como o *Atalaia Católica* (1854-1864), o *Domingo* (1855-1857), a quem sucederá o *Bem Público*⁴⁶ (1857-1877), *A Ordem* (1878-1904) ou *A Propaganda Catholica* (1878-1899); a publicações mais preocupadas com a instrução religiosa e moral do que com a notícia; a boletins (os *annaes*) ligados a associações de fiéis, congregações religiosas e obras católicas; ou a títulos de *maior durabilidade*, como os *almanaques*, se juntarão novos jornais. De referir especialmente *O Petardo* (1902-1910), vocacionado para a promoção e organização de «uma cruzada em favor da boa imprensa», o vespertino *Correio Nacional* (1893-1906),⁴⁷ *O Grito do Povo* (1899-1907), *A Democracia Christã* (1903-1907), *A Associação Operária* (1905-1910); o *Portugal* (1907-1910) ou *A Liberdade* (1908-1910). Legitimistas ou nacionalistas, uns; constitucionalistas, outros; e democrata-cristãos, ainda outros, foi através de muitos destes jornais que, em Portugal, se definiram e confrontaram as correntes político-religiosas do catolicismo (Fontes, 2000: 424).

Ultrapassados que foram, entretanto, alguns dos principais obstáculos que, a nível de hierarquia, vinham dificultando ou até mesmo impedindo o aparecimento de publicações diocesanas próprias, assiste-se, no último quartel do século XIX,

⁴⁵ De citar, entre outros, os congressos dos Escritores e Oradores Católicos, que, realizado no Porto, nos últimos dias de 1871 e primeiros de 1872, esteve na origem do diário *A Palavra* (1872-1913); o dos Jornalistas Católicos Portugueses (Lisboa, 1905), responsável pela criação das comissões diocesanas da Liga da Boa Imprensa e o Internacional de Lisboa (1895), que, realizado por ocasião do oitavo centenário antoniano, coincidiu com o início da publicação da revista dos franciscanos de Montariol (Braga), *Voz de Santo António*. Acusada de modernismo, a revista foi suspensa por Roma, em 1910, na sequência de acesa polémica com a revista dos Jesuítas, *Novo Mensageiro do Coração de Jesus* (1881-1910).

⁴⁶ De acordo com o padre Miguel de Oliveira (1941: 133), que cita Fortunato de Almeida, o *Bem Público* foi talvez o mais famoso de todos os jornais religiosos editados em Portugal até aos princípios do século XX, enquanto o *Domingo* terá sido a primeira «folha católica» publicada em Lisboa.

⁴⁷ Fundado sob os auspícios do episcopado e o apoio do núncio apostólico, monsenhor Jacobini, o *Correio Nacional* foi o primeiro diário católico editado em Lisboa.

à criação de vários desses órgãos, de que se citam como exemplo o *Boletim do Governo Ecclesiastico da Diocese dos Açores* (1872-?), o *Boletim Ecclesiastico da Diocese d'Elvas* (1877-1878), o *Boletim Mensal do Governo Ecclesiastico da Diocese de Coimbra* (1893-1905), a *Revista Ecclesiastica de Lamego* (1889-1990), a *Voz da Verdade* (Braga, 1894-1915) ou o *Boletim Diocesano* (Viseu, 1897-1900).

Em estudo elaborado por Manuel Frutuoso da Fonseca, a solicitação do bispo do Porto, que correspondia assim ao desejo da Santa Sé em conhecer a situação do jornalismo católico em vários países, constata-se que, entre os anos de 1840 e 1895, foram editados, em Portugal, 66 jornais católicos.

Ainda que várias dessas publicações tenham tido existência efémera, não se poderá, no entanto, deixar de considerar que se trata de um número significativo, até porque, além de jornais de âmbito nacional, a Igreja possuía ainda um conjunto alargado de periódicos regionais e locais espalhados pelo País. A ponto de se poder falar da existência de uma imprensa de inspiração cristã, com alguma dimensão e significado. É isto apesar de sobre ela pairar uma espécie de excomunhão; de serem poucos os membros do clero a entenderem as suas vantagens (Santos, 1906: 41-43); da resistência mais ou menos declarada que lhe era movida ou ainda das restrições colocadas à sua distribuição, maioritariamente ditadas pelo facto de ela tender a ignorar ostensivamente tudo o que respeitava à *coisa política* (Rego, 2000: 333). Bastava, na ocasião, que uma publicação fosse rotulada de católica «para logo ser repudiada e ninguém a difundir na rua» (Clemente, 2002: 101).

O grande dinamismo acontecerá, no entanto, um pouco mais tarde, mercê da militância de jornalistas como Artur Gomes dos Santos, Artur Bivar e Álvaro Zuzarte de Mendonça, entre outros, ou através da utilização de uma estratégia concertada, de que constitui exemplo maior o semanário *A Guarda* (1905-1910). Ao desdobrar-se, a partir de 1907, em mais de uma dezena de títulos com alguma qualidade gráfica e (sobretudo) com um nível de texto acima da média, deu origem a uma verdadeira cadeia de jornais regionais/locais, ao mesmo tempo que antecipou a ideia de um diário de âmbito nacional.

Mantendo inalterada a primeira página, maioritariamente (quando não exclusivamente) dominada por questões religiosas e temas de actualidade, o jornal mudava as restantes e o próprio nome, sempre que as circunstâncias o aconselhavam. Assim, sob as denominações de *Associação Operária*, *Boletim da Cruzada* (ambos editados em Lisboa), *União Nacional* (Braga), *União* (Santarém), *Deus e a Pátria* (Barcelos), *Sul da Beira* (Castelo Branco), *Avante* (Póvoa de Varzim), *Jornal de Lousada* (distrito do Porto), *O Arouquense* (Arouca), *Ecos do Liz* (Leiria), *Estrela Polar* (Lamego) e *Alerta* (Bragança), o semanário *A Guarda*, além de pioneiro na criação dessa cadeia, funcionava, na prática, como um semanário nacional, cobrindo boa parte do País.

Na sequência da implantação da República (1910), enquanto a Veritas interrompia a actividade editorial, mais tarde retomada, *A Guarda* foi mudando de terra e de nome (*Velha Guarda*, *Guarda Avançada*, etc.), de acordo com a estratégia,

as possibilidades e as necessidades locais. Como recorda Paulo Fontes (2002: 144), o modo de criação e difusão da imprensa católica passou a precisar de algum engenho, incluindo o aprofundamento de experiências anteriores: ou era o jornal que mudava de nome, para mais facilmente ser *aceite* junto das populações ou, sob o mesmo título, era publicado em localidades diferentes, de acordo com as capacidades técnicas disponíveis e atendendo às «dificuldades resultantes do exercício da liberdade de expressão». Simultaneamente, assiste-se à multiplicação de boletins diocesanos e paroquiais, como expressão da procura de ritmo novo na vida interna da Igreja e «de afirmação da sua autonomia relativamente ao Estado». De destacar, entre outros, o *Boletim do Algarve* (1910), o *Boletim da Diocese do Porto* (1914-1936), a *Acção Católica* (Braga, 1915), a *Vida Católica* (Lisboa, 1915-1936) ou o *Boletim da Diocese da Guarda* (1915-1936).

Da «recristianização» e da imprensa de apostolado

Perante o clima adverso registado nas primeiras décadas do século e a aposta feita na «renovação», sobretudo a partir da realização do Concílio Plenário Português (24 de Novembro a 3 de Dezembro de 1926), onde se advogou o início de uma nova era de relacionamento da Igreja com a sociedade civil, alguns dos responsáveis começaram a considerar importante a criação e dinamização de uma imprensa «autónoma» de cariz religioso e social (Fontes, 1999: 247 e 2000: 424).

Merecem referência, neste contexto, os títulos editados, em Coimbra, pelo Centro Académico da Democracia Cristã (CADC), concretamente, *Estudos Sociais* (1905-1911), *O Imparcial* (1912-1919) e, em especial, *Estudos* (1922-1970), uma revista onde, sobretudo a partir das presidenciais de 1958, se começa a notar uma «atitude política católica, ainda equívoca (é certo), mas tendente à afirmação de uma posição democrática» (Torgal, 2009: 456). Apesar da sua frontal oposição ao comunismo ou ao laicismo da Primeira República e sem apoiar os candidatos da oposição, a revista dá, no entanto, «liberdade de escolha» aos estudantes católicos e tece, ainda que muito moderadamente, críticas ao regime, ou, como se dizia de forma eufemística, à «situação actual do País». Igualmente significativo é o trajecto do jornal *A União* (1920-1932), órgão do Centro Católico Português, que contribuiu activamente para a desactivação desse mesmo Centro e posterior (1933) criação da Acção Católica Portuguesa (ACP), referenciada como um muito importante projecto de «mobilização dos católicos». (Ferreira, 1987: 282, e Rezola, 1996b: 12).

De referir que, ao lado de profissionais oriundos dos mais variados sectores da vida social do País, passam a militar na Acção Católica jornalistas e publicistas, alguns dos quais ocupando cargos de responsabilidade em importantes órgãos de comunicação social, incluindo as redacções. Ou seja, para melhor «influir na organização da sociedade», a Igreja define prioridades, entre as quais «a importância

acordada à opinião pública» e a atenção dada à comunicação social, «em particular à imprensa». A ponto de ter criado *estruturas próprias* para o efeito (Fontes, 2000: 424). De referir a constituição, no final dos anos 30, do Secretariado da Imprensa, Cultura e Propaganda e do Secretariado do Cinema e da Rádio, ambos no âmbito da AC, e, em 1967, a criação da Comissão Episcopal dos Meios de Comunicação Social (actual Comissão Episcopal da Cultura, Bens Culturais e Comunicações Sociais) e respectivo Secretariado Nacional, na dependência directa da Conferência Episcopal.

Mercê, entretanto, do desenvolvimento e diversificação das organizações católicas, com os leigos a assumirem acrescido protagonismo e influência sociocultural, assiste-se, também (sobretudo a partir dos anos 50), a um desenvolvimento da chamada imprensa de apostolado, por alguns definida como «imprensa de penetração nos diversos meios» (*Idem*: 427-428). Com especial relevo para as publicações da AC e suas *organizações*: 57, de acordo com a edição de 1957 do *Anuário Católico*, isto é, mais do dobro do número registado quatro anos antes (22 títulos, com uma tiragem anual da ordem do milhão e meio de exemplares).

Além do *Boletim Oficial da ACP*, publicado ininterruptamente entre 1934 e 1973 e considerado fonte importante para o estudo da história da Igreja Católica em Portugal, de citar a revista cultural para médicos, *Ação Médica*; a *Flama*, publicação para alunos do ensino secundário que, fundada em 1937, viria a estar na origem de um importante magazine de actualidades; *Arado* (1939-1963), um jornal vocacionado para questões rurais, tendo começado por ser órgão da Juventude Agrária Católica (JAC), para passar a porta-voz do conjunto dos organismos agrários da Igreja; uma publicação destinada a estudantes universitários (*Estudos*) e uma outra (*Universitárias*) orientada para alunas das universidades; o *Juventude Operária*, criado em 1945, para ser a voz da Juventude Operária Católica (JOC); e *O Trabalhador*, que a si mesmo se definia como «órgão de defesa dos operários» e arauto da doutrina social da Igreja. Fundado em 1934, pelo padre Abel Varzim, com o objectivo de ser porta-voz da JOC e da LOC, aquele «semanário do povo» foi, em 1948, definitivamente suspenso pelo poder político, acusado de «utilizar o melhor estilo marxista» (Rezola, 1996c: 903-904). Eram os tempos do reactivamento da repressão política do Estado Novo, na sequência da falsa «primavera salazarista» do pós-guerra (Torgal, 2009: 444).

A esta lista importa acrescentar ainda o *Encontro*, que, lançado pela Juventude Universitária Católica (JUC), em Janeiro de 1956, se publicou até 1969, com uma segunda (e curta) série entre 1974 e 1975. Além de se tratar de uma publicação que, no dizer de João Bénard da Costa (*Público/Magazine*, 31.01.94), possuía um conteúdo completamente diferente de qualquer outra, tendo mesmo ensaiado posturas e estilos de intervenção, anos mais tarde (a partir de 1963) concretizados com êxito na revista *O Tempo e o Modo*, o *Encontro* publicou ainda, ao longo da sua existência, textos assinados por jovens que, cedo, vieram a ocupar lugar de relevo

na vida política, cultural e social do país.⁴⁸ Quase todos já se encontravam, então, afastados do regime e muitos deles não tardariam também a afastar-se da Igreja.

Simultaneamente, assiste-se a um crescimento exponencial da imprensa mariológica, onde os temas tratados e a terminologia utilizada parecem confirmar a tese dos que advogam que o marianismo tem funcionado como uma espécie de *compensação* em relação ao celibato. Incremento idêntico se registou na imprensa fatimológica, ainda que, aqui, alguns dos títulos se revistam de dimensão mais alargada. Destacam-se, no primeiro caso, *Rosário* (1907-1936), *Magnificat* (1924), *Ecos do Sameiro* (1926), *Stella* (1937), *Rosário de Maria* (1944), *Miriam* (1953) e *Legião de Maria* (1961), enquanto, em relação às publicações de índole fatimológica, merecem referência a *Voz da Fátima* (1922), *Mensagem de Fátima* (1958) e *Videntes de Fátima* (1963).

Outro sector a merecer destaque, sobretudo a partir de finais do século XIX, é a imprensa de âmbito cultural, onde, além das já citadas publicações, importa referir as revistas *Brotéria* (1902), da Companhia de Jesus (Jesuítas); *Itinerarium* (1955), dos Franciscanos, e o *Boletim Cinematográfico*, editado, entre 1951 e 1998, pelo Secretariado do Cinema e da Rádio.

De citar igualmente vários títulos da responsabilidade de alunos de seminários maiores diocesanos – *Novellae Ollivarum* (Lisboa, 1943), *Cenáculo* (Braga, 1945), *Vita Pena* (Guarda, 1946-1964) e *Ensaio* (Porto, 1963-1964) – ou ainda revistas de carácter científico editadas no âmbito da Universidade Católica, como a *Revista Portuguesa de Filosofia* (Braga, 1945), a *Theologica* (Braga, 1954), a *Lusitania Sacra* (Lisboa, 1956-1978/1989), a *Didaskalia* (Lisboa, 1971) ou a *Humanística e Teologia* (Porto, 1980).

Referência ainda, entre as publicações de cariz universitário, para a edição portuguesa da revista trimestral *Communio*, editada em 14 línguas e publicada em mais de dezena e meia de países. A revista é programada pelas redacções de cada país que permutam entre si o material proposto, tendo sempre presente, no entanto, «a fisionomia cultural e nacional de cada povo» e o «apontar de soluções» aos problemas específicos das diferentes regiões e culturas. Foi fundada em 1972 (ano em que começou a publicar-se na Alemanha e em Itália), datando

⁴⁸ Além de João Salgueiro, seu primeiro director, foram directores, chefes de redacção, redactores e colaboradores do *Encontro*, João Bénard da Costa, Nuno Bragança, Maria de Lourdes Pintasilgo, Sousa Franco, Pedro Tamen, Magalhães Mota, Nuno Portas, Vítor Constâncio, Manuel de Lucena, Mário Murteira, Jorge Miranda, Rui Machete, Alfredo de Sousa, Luís Salgado de Matos, Francisco Sarsfield Cabral, Pedro Roseta, M. S. Lourenço, Rogério Martins, Sidónio Pais, Vítor Wengorovius, João Lobo Antunes, António Damásio, José Carlos Megre, José Pinto Correia, Sérgio Mota, Miguel Bastos, Joaquim da Silva Pinto, António Barbedo de Magalhães, José Escada, João Pais, Beja Santos e Cristóvão Pavia, entre outros. A ficha técnica incluía ainda, como especialistas, os nomes de Sedas Nunes (questões sociais), Pereira de Moura (economia) e Luís Árcher (ciências).

a edição portuguesa de 1984. Ainda que sediada na Universidade Católica, em Lisboa, e com uma redacção maioritariamente constituída por elementos daquela escola, a *Communio* é propriedade da Associação de Teologia e Cultura Cristá, entre cujos fundadores se encontram os nomes de D. António Ribeiro e de D. António Ferreira Gomes.

Com o retorno ou a instalação de novas congregações e institutos religiosos e, sobretudo, a partir da assinatura da Concordata e do Acordo Missionário entre Portugal e a Santa Sé (1940), assiste-se a um incremento das publicações de índole missionária.

De citar, entre outras, a *Boa Nova* (1924) e a *Cruzada Missionária* (1932), ambas da Sociedade Missionária da Boa Nova; o *Eco das Missões* (1933), das Irmãs Missionárias de São Pedro Claver; as *Missões Franciscanas* (1937), dos Frades Menores (Franciscanos); a *Ação Missionária* (1939), dos Espiritanos; a *Fátima Missionária* (1955), do Instituto Missionário da Consolata, e *Além Mar* (1933), dos Combonianos, que, a partir de 1966, passaram também a editar uma revista para jovens, a *Audácia*⁴⁹.

A par destas publicações vocacionadas para a actividade missionária, as congregações e institutos religiosos passaram também a editar títulos informativos, a par de outros de natureza mais espiritual e formativa. De citar, como exemplo, a *Cruzada* (1930), dos Jesuítas, que, a partir de 1945, passaram a publicar também *O Clarim* e, desde 1951, a já citada *Magnificat*; a *Hospitalidade* (1936), dos Irmãos de São João de Deus; o *Juvenil* (1952), dos Salesianos, a que juntaram, em 1960, o *Cavaleiro da Imaculada*; a *Família Cristã*⁵⁰ (1956), dos Paulistas; a *Bíblica* (1955), dos Franciscanos Capuchinhos; a *Cooperadores Missionários Dehonianos* (1964) e *A Folha dos Valentos* (1977), ambas dos Padres Dehonianos.

De sublinhar que todos estes títulos se continuam a publicar com razoável regularidade. E ainda que alguns deles, de carácter interno ou destinados à animação pastoral, sejam trimestrais, quadrimestrais, semestrais ou até anuais e as suas tiragens quase residuais (entre os 250 e os 500 exemplares), a periodicidade da maioria é, no entanto, mensal e a média do número de assinantes ultrapassa a dezena de milhar. A tiragem de muitas destas publicações oscila entre os 12 000 e os mais de 50 000 exemplares, havendo mesmo dois ou três casos em que esses números ultrapassam os 100 mil.

⁴⁹ As revistas *Audácia* e *Além Mar* foram distinguidas, *ex-aequo*, com o Prémio de Jornalismo 2000-Comandante José Manuel Cabral, destinado a assinalar os 50 anos da Declaração Universal dos Direitos do Homem e a Década das Nações Unidas para a Educação dos Direitos Humanos. O prémio destaca de modo especial o conjunto de textos publicados no ano de 2000, a maioria dos quais escritos por missionários a viverem em situações de risco, sobretudo em África e na América Latina.

⁵⁰ A *Famiglia Cristiana* foi originariamente (1931) publicada em Itália. Seguiram-se-lhe as edições espanhola, mexicana, argentina, brasileira e portuguesa.

Os oficiais, os oficiosos e os independentes

Apesar de não existir um «levantamento histórico sistemático» nem tão-pouco um estudo que possibilite a avaliação da importância da imprensa católica no contexto do sector, pode-se, no entanto, adiantar que, no início dos anos 40, por ocasião da primeira exposição nacional dedicada ao tema (Lisboa, Dezembro de 1943), era já possível referenciar a existência de mais de uma centena de títulos, propriedade da Igreja ou a ela directamente ligados: cinco eram jornais diários, quatro publicações da União Novelista, 32 de «piedade ou de fomento de associações piedosas», 17 da AC, 15 missionárias, 32 semanários regionais/locais, sete revistas culturais, uma «infantil ilustrada», quatro editadas por alunos de seminários e quatro «diversas».

Exceptuando alguma concentração registada em Lisboa e de algum modo em Braga, todas essas publicações se encontravam razoavelmente distribuídas pelo País. Além da presença de cerca de uma dezena de publicações editadas nas dioceses insulares e ultramarinas (fora, pois, do âmbito definido para este trabalho) e da elencagem poder pecar por defeito, a mostra incluía a imprensa «católica oficial», a «católica oficiosa» e a «católica independente», de acordo com a tipologia na ocasião avançada pelo cardeal Cerejeira (1961: 348-351).

Defendendo o princípio de que a imprensa católica era toda aquela que se conformava «com os preceitos, orientação e conselhos da Igreja» e como tal era «reconhecida pela respectivo bispo», que, na sua diocese e sob a dependência do Papa, é «a voz autêntica da Igreja», o cardeal-patriarca fazia a distinção entre a *oficial*, a *oficiosa* e a *independente*. Enquanto a *oficial* (representada pela *Lumen* «e pouco mais») se apresentava como «órgão da autoridade eclesiástica» e a *oficiosa*, em linguagem corrente e por antonomásia geralmente referenciada por imprensa católica, se propunha «orientar a consciência pública à luz da doutrina católica, sob a exclusiva dependência da Igreja e sem qualquer sujeição pessoal ou partidária», a *independente* era a que, embora «fiel à hierarquia» em tudo o que respeitava «à doutrina e disciplina», não tinha, nem pretendia, «a representação de órgão de católicos como tais». Ou seja, a *independente*, ainda que pudesse significar presença de católicos, jamais, no entanto, significava a presença da Igreja (*Idem, ibidem*).

Porque se tratava de uma exposição quase exclusivamente dominada pela «imprensa oficiosa», o patriarca de Lisboa, além de sublinhar a sua importância para a Igreja, aproveitou a ocasião para recusar liminarmente a opinião dos que a acusavam de se situar à direita: «Não está ela nem na direita nem na esquerda: está acima. E estando acima, vê tudo na relatividade das soluções concretas e tudo ilumina na luz das verdades absolutas. Constitui o centro de reunião de todos os católicos dispersos e divididos no terreno movediço do temporal» (Cerejeira, 1961: 352-354).

Entre os jornais representados, o destaque foi para o *Novidades*: não especialmente pelo seu 20.º aniversário, mas por, na opinião do bispo de Lisboa,

se tratar de «um belo e brilhante jornal», ocupando «lugar de distinção entre toda a imprensa portuguesa». Insistindo, embora, na ideia de que aquele diário ainda não havia realizado por inteiro o ideal do jornal católico que, então, a Igreja dizia desejar e precisar, Cerejeira não hesitou, no entanto, em lamentar o facto de nem sempre ter sido respeitada a «dignidade sacerdotal» de padres que nele trabalhavam. Classificou ainda «de insolente» qualquer ataque feito ao jornal, já que tal facto significava, quanto a ele, alguém arrogar-se de uma qualidade que era pertença da Igreja, «única juíza competente e autorizada para definir os interesses religiosos». Ou seja, para o patriarca de Lisboa, atacar o *Novidades*, mesmo que oficioso, era «coisa equivalente a atacar a própria Igreja» (*Idem*: 356-359).

De recordar que a ideia de fundar um diário católico de âmbito nacional, tendo por objectivo «guiar os fiéis num momento em que os outros jornais eram tendenciosos» (Robinson, 1999: 208), constituía um projecto larga e longamente acalentado. Apesar de tudo, a ideia só veio a concretizar-se no dia 15 de Dezembro de 1923. Da missão se encarregou o cônego Pais Figueiredo, da Veritas (Guarda), que, para o efeito, recuperou um título fundado em 1885, mas com a publicação suspensa desde 1913, na sequência das perseguições advindas com a implantação da República. Como, aliás, aconteceu com a generalidade dos jornais católicos, em especial os que se arvoravam em defensores da «religião tradicional portuguesa» (Tengarrinha, 1996: 620).

Apesar de Cerejeira insistir na ideia de que se tratava tão-somente de um jornal «oficiosamente católico», em relação ao qual o episcopado não assumia a responsabilidade do que nele se publicava, «como se fora seu órgão oficial», o facto é que o *Novidades* sempre foi olhado como porta-voz da hierarquia, com a União Gráfica, sua proprietária, a funcionar como a editora oficial da Igreja. Como, em carta dirigida aos restantes bispos, escrevia D. António Ferreira Gomes (23 de Maio de 1959), tratava-se, na prática, de um diário que tinha «a responsabilidade, decerto inconveniente mas não desmentida, de ser, perante o público, o órgão do episcopado» (Gomes, 2008: 196).

Publicado inicialmente sem director, o cargo foi ocupado, a partir de 1929, pelo cônego Pais de Figueiredo e, posteriormente (1943-1974), por monsenhor Avelino Gonçalves, antigo secretário-geral da AC. A personalidade mais marcante da sua história terá sido, no entanto, o padre e poeta Moreira das Neves (1984: 30), que, como o recorda em entrevista ao *Diário de Notícias*, foi convidado, em Abril de 1934, a substituir, na chefia da redacção, monsenhor Lopes da Cruz, na ocasião, inteiramente dedicado aos trabalhos da criação e instalação da Rádio Renascença.

Além de *ignorar*, por hábito, as posições assumidas pelos chamados «católicos progressistas» e até as de membros da hierarquia (padres e bispos), quando críticos do salazarismo, o *Novidades* também costumava prestar pouca atenção aos textos e declarações emanados da Santa Sé, se «malquistos do regime» (Tengarrinha, 1999: 620). Estava-se, na prática, perante um jornal que detinha uma «forte marca de

comprometimento e concordância» com o Estado Novo (Cabrera, 2006: 84), Concretamente, e na opinião de D. Domingos de Pinho Brandão (1974: 34-39), para lá das limitações «impostas pelas circunstâncias», o jornal não tinha «qualquer interesse», constituindo mesmo para muitos «um contratestemunho», inclusive, «por não ser testemunho».

Entre os exemplos desse *alinhamento*, merece referência o tratamento dado à campanha eleitoral para as presidenciais de 1958, em que, no dizer de João Miguel Almeida (2008: 54), enquanto Delgado «arrebata» multidões ao longo do País, o *Novidades* comprometia-se com a candidatura de Tomás. De tal modo que um grupo de 28 personalidades ligadas à Igreja, incluindo destacados dirigentes da JUC e da JOC, sentiu a necessidade de, sob a forma de carta dirigida ao director (19 de Maio de 1958), lamentar o facto do jornal, «depositário da importantíssima missão de esclarecer a consciência católica nacional», não ter sabido «manter-se acima do debate eleitoral».

Mais grave ainda foi o modo como foram noticiados acontecimentos relevantes da Igreja, de que constitui exemplo significativo o *silêncio* registado em relação a algumas das implicações sociais contidas na encíclica de João XXIII, *Pacem in Terris* (Abril de 1963). *Esquecimento* idêntico aconteceu em relação à participação de Paulo VI no Congresso Eucarístico de Bombaim (Dezembro de 1964), três anos depois da invasão e anexação de Goa (então, sob administração portuguesa) pela União Indiana⁵¹; ou a propósito do discurso por ele proferido nas Nações Unidas (4 de Outubro de 1965), onde apelou à paz e ao desarmamento e denunciou o colonialismo.

De referir igualmente o modo como aquele diário tratou o «caso do bispo do Porto»: desde o momento em que foi conhecido o teor da carta, por D. António Ferreira Gomes dirigida a Salazar, até ao seu exílio e regresso à diocese, era chefe do Governo Marcelo Caetano. Como escreve Pacheco de Andrade (2002: 138 e 204), além de com o seu silêncio ter colaborado no programado estabelecimento do «vácuo à volta de D. António», evitando, assim, que qualquer palavra sua pudesse «abrandar os efeitos» que o seu pró-memória tivera «sobre aqueles que se mantinham fiéis ao regime», o modo como aquele jornal (não) noticiou o seu regresso do exílio só pode ser classificado de «peça inclassificável». De tal modo que, em entrevista ao *Jornal de Notícias* (apud Andrade, 2002: 204), D. António Ferreira Gomes sentiu a necessidade de dizer que «mais importante do que uma imprensa católica», o que o povo português precisava realmente era de uma imprensa livre. Até porque, segundo ele, a imprensa «não precisa de ser católica para ser séria».

⁵¹ Este caso assume dimensão curiosa, já que a proibição de dar a notícia, bem como a admoestação de que o jornal foi alvo, por ter publicado uma nota sobre o «desgosto» do Vaticano em relação à posição assumida pelo Governo português, indignou de tal modo o chefe de redacção, Moreira das Neves, que só se terá «acalmado» após uma intervenção de Cerejeira (Rego, 2000: 335, e Pimentel, 2002: 171).

Desde o início, de facto, que, na opinião de Teixeira Fernandes, (2000: 133), a campanha de desacreditação do bispo do Porto no interior da Igreja contou com a colaboração activa do *Novidades*.⁵²

Mercê da sintonia registada entre a direcção do jornal e o regime (a não ser, porventura e pontualmente, sobre questões religiosas), nunca, ou quase nunca, o poder político terá sentido necessidade de exercer qualquer espécie de pressão sobre os seus responsáveis. O mesmo, aliás – acrescenta Albertino Antunes (Depoimento, 2008), que aí exerceu a profissão de jornalista entre 1969 e 1974 –, se poderá dizer em relação à existência, por parte da direcção ou chefia, de uma pressão formal e directa sobre os profissionais que trabalhavam na redacção. Até porque os jornalistas, conhecedores da situação, «aceitavam tacitamente» um conjunto de regras perfeitamente articuladas com o tipo de informação praticada: «Do corte e cola dos vespertinos da véspera e de informações providas das agências oficiosas do regime».

Assim, os textos a publicar não necessitavam de ir à Censura e a hierarquia do jornal não precisava de se preocupar muito com eles. Os problemas, a existirem, eram pontuais e, em geral, facilmente ultrapassáveis, tanto em relação às peças informativas propriamente ditas, como a propósito dos textos de opinião versando temas religiosos, cujos autores, da inteira confiança da direcção, garantiam inteira «fidelidade ao pensamento oficial» da hierarquia. Além de que a cobertura noticiosa de eventos, sobretudo debates ou outras realizações promovidas por pessoas conotadas com os sectores mais progressistas da Igreja, era geralmente marcada aos mesmos. E porque assim era, «nem valia a pena propor», por exemplo, a realização de uma entrevista ou outro qualquer trabalho jornalístico com personalidades como o bispo do Porto, D. António Ferreira Gomes, D. Hélder da Câmara, bispo de Olinda e Recife (Brasil), ou o escritor e editor António Alçada Baptista (Antunes, 2008).

Além da ausência de liberdade de imprensa, comum a todas as publicações, uma das questões maiores do jornal colocava-se em relação à sua dimensão: o *Novidades* tinha uma estrutura pequena e mal remunerada, sobretudo quando comparada com a generalidade de outros matutinos, como o *Diário de Notícias*, *O Século*, o *Jornal de Notícias*, *O Comércio do Porto* ou *O Primeiro de Janeiro*.

⁵² Apesar de, por mais de uma vez, ter manifestado, junto da direcção, o desejo de que o *Novidades* evitasse comprometer-se com o poder político e tivesse sempre «a coragem de dizer a verdade e criticar» (Freire, 1976: 232), o facto é que, de acordo com Manuel Silva Costa (1980: 30-31) antigo jornalista daquele matutino, Cerejeira parecia aceitar sem grande constrangimento uma certa limitação da liberdade de imprensa. Testemunho idêntico é dado pelo reitor do Seminário dos Olivais (1966-1968), cónego Abílio Cardoso, que, ao informar o patriarca de Lisboa sobre o procedimento da censura relativamente à campanha eleitoral de Delgado, obteve como resposta a recusa de ouvir falar do tema e, simultaneamente, teve de escutar um discurso sobre as vantagens, para a Igreja, de não haver uma imprensa a dar guarida a toda a espécie de ataques. (Pimentel, 2002: 156).

Próximo do *Novidades*, em termos de dimensão e estrutura, estavam apenas *A Voz*⁵³, monárquico de inspiração católica, e o *Diário da Manhã*, jornal oficial do regime. Com dificuldades de adequação à primeira fase do Governo de Marcelo Caetano, quando este tenta «dar a aparência de uma renovação do regime e, como tal, desincentiva alguns dos mais obsoletos apoios do salazarismo» (Tengarrinha, 2000: 604), estes dois diários desaparecem, tendo vários dos seus profissionais transitado para o novo *A Época*. Durante os últimos anos da sua existência (1969-1974), a redacção do *Novidades*, incluindo a chefia, tinha entre nove e 10 jornalistas, quase todos trabalhando simultaneamente em outro local e cumprindo um horário diário de cinco horas seguidas. A reter ainda como curiosidade que nunca, pelo menos nesse tempo, qualquer profissional terá sido questionado sobre a sua formação (católica ou não) ou prática religiosa (Antunes, 2008).

Mais «por falta de espaço e de leitores» do que propriamente «por qualquer oposição» (Cristóvão, 1999: 9), o *Novidades* interrompeu a publicação no dia 4 de Maio de 1974. Para a sua extinção, ocorrida cerca de 10 meses depois (1 de Março de 1975), foi apresentada como justificação, por parte da administração, a existência «de dificuldades invencíveis» que, de acordo com Moreira das Neves, deverão ser consideradas, na prática, como decisões ditadas pelo medo de que as instalações pudessem vir a ser assaltadas. Explicita: «Perante a ameaça a qualquer resistência de consequências imprevisíveis, preferiu-se a prudência de uma decisão que não matasse a esperança de um regresso à normalidade», ou seja, o retomar, em momento considerado oportuno, a publicação do *Novidades*. O que, afinal, não veio a acontecer por várias razões, designadamente «a carência insuperável de fundos económicos da empresa editora», que, tanto quanto lhe era dado saber, havia esgotado «todos os esforços no sentido de relançar o jornal que tantos sacrifícios já tinha custado à Igreja» (Neves, 1984: 31).

Ao contrário, pois, do que alguns então defendiam, incluindo destacadas figuras da hierarquia, Moreira das Neves considerava inviável, pelo menos no curto prazo, um diário católico, até porque, a concretizar-se, teria de ser, segundo ele, «um jornal moderno, de rosto lavado, ideologicamente fiel aos seus princípios e esteticamente atractivo». Justifica: «Sou um homem de esperança, mas não sou irrealista.» (*Idem, ibidem*).

⁵³ De referir que, no «caso do bispo do Porto», bem mais hostil que o *Novidades*, exímio na gestão dos silêncios, foi *A Voz*, um jornal que tinha sido criado «para defender as ideias de Deus e Sua Igreja, de Pátria e de Ordem Social, cujo fundamento é a Família» (do editorial do seu último número, em 31 de Janeiro de 1971). José Barreto (1999: 185) recorda, a propósito, a campanha que, com o «assentimento da censura (logo, de Salazar)», foi lançada por aquele matutino, acusando D. António de «infringir gravemente a Concordata e de servir de *caudilho* e *bandeira* à oposição, particularmente aos comunistas». Posição idêntica foi assumida pelo semanário católico *A Ordem*, que, profundamente identificado com o regime, continua a editar-se no Porto (Andrade, 2002: 177; Fernandes, 2000: 107, e Rego, 2000: 336).

Entre a renovação e alguns atrevimentos

Além do *Novidades*, a União Gráfica possuía ainda uma tipografia, uma livraria e uma editora especialmente orientada para a edição de obras sobre temas religiosos, incluindo a renovação pastoral e a liturgia, e novas ciências humanas, como a Psicologia e a Pedagogia. Editou também estudos e ensaios literários, sobretudo no início da década de 70, aquando de uma fugaz passagem do poeta Ruy Belo pela sua direcção editorial. Era ainda responsável pela impressão e distribuição da *Lumen*, revista mensal que, criada pelo episcopado, em 1937, continua a editar-se.

Estava-se, no caso, perante uma publicação que, no dizer do cardeal Cerejeira, era «a primeira batalha ganha na obra da elevação cultural do clero», tendo em atenção o facto de ser bastante baixo «o nível comum dos sacerdotes», mais por culpa alheia do que própria. É que, quanto a ele, para reconstruir as estruturas das «duas espoliações» sofridas pela Igreja portuguesa em menos de um século, tinha sido necessário «enterrar nos alicerces muitos sacerdotes esperançosos». Assim, mesmo sem ter, então, atingido ainda a categoria que podia e devia, «nem infelizmente na estima dos interessados» (Cerejeira, 1964: 344), e de ter contribuído para o desaparecimento de muitos boletins diocesanos, a *Lumen* terá desempenhado um importante papel na centralização da informação e na formação doutrinária do clero (Fontes, 2002: 175-176).

Também propriedade da União Gráfica era a *Flama*, que, tendo sido «a experiência mais positiva da Igreja em relação à aceitação do público» (Rego, 2000: 335), é considerada uma das revistas mais marcantes do jornalismo português do século XX, em especial da segunda metade dos anos 60 e primeiros de 70. Foi fundada, em Fevereiro de 1937, como quinzenário, para ser porta-voz da Juventude Escolar Católica (JEC), tendo interrompido a publicação em Janeiro de 1942. Reapareceu, cerca de dois anos depois (Maio de 1944), no formato de revista e definindo-se como uma publicação «católica activa», com interesses alargados a actividades, como o desporto, o teatro, o cinema ou a literatura e cultivando a reportagem fotográfica. A aquisição, pela União Gráfica, em 1948, foi decisiva para o seu futuro, sobretudo a partir da fusão com as revistas *Renascença* (da RR) e *Papagaio* («infantil ilustrada») e a passagem (Março de 1949) a publicação semanal dirigida «a todas as pessoas de bom gosto», independentemente da fé ou condição social (do editorial de 22 de Abril de 1949).

A sua transformação numa «revista semanal de actualidades» apenas acontecerá, no entanto, nos primeiros anos da década de 1960, sob a direcção de Manuel da Silva Costa, que, além de ter convidado Pedro Tamen para o cargo de director-adjunto, se rodeou de uma equipa de jovens jornalistas, procedeu ao seu arejamento gráfico e alargou o espaço destinado às questões sociais e políticas, tanto nacionais como internacionais. Só que, como recorda Tamen, estava-se numa época de «muito conservadorismo e linhas estreitas», talvez mesmo «o período mais conservador da Igreja e do Estado Novo», a ponto de chefes políticos e

hierarcas pareceram surpresos pelo *atreuimento* de uma publicação que pretendiam (e julgavam) controlada. Assim, enquanto os censores se compraziam em retalhar prosas, a hierarquia exercia pressão sobre os seus responsáveis, através da União Gráfica (*Meios*, Junho de 2001: 28-29).

A Silva Costa sucedeu (1962) António dos Reis, um antigo seminarista e jornalista do *Novidades* que, em Roma, tinha frequentado um curso de jornalismo na Universidade Internacional Pro Deo. Além de sensibilizar a administração e o próprio Patriarcado para a importância do aspecto gráfico, deu continuidade ao trabalho do seu antecessor, através, designadamente, da multiplicação de reportagens que, na medida do permitido pela censura (eram muitos e regulares os cortes), pretendiam retratar o País real.

A partir, sobretudo, da nomeação de Manuel Beça Múrias para a chefia, a revista instituiu a regular deslocação de enviados especiais ao estrangeiro e passou a privilegiar o tratamento de assuntos da actualidade política, económica e social, em simultâneo com a realização de entrevistas a figuras da cultura, artes, espectáculo e desporto, muitas delas malquistas pelo regime.

De referir ainda, a par da criação de um dos primeiros departamentos publicitários da imprensa portuguesa, a institucionalização regular de reuniões (uma novidade para o tempo), em que director, jornalistas, gráficos e responsável comercial debatiam o conteúdo de cada edição. Além de que a utilização da quadricromia, a opção pelo sistema de impressão em rotogravura e ofsete, a criação de um departamento pioneiro (a par do *Século Ilustrado*) na área do fotojornalismo, juntamente com um grafismo arrojado para o tempo, fizeram com que, por vezes, a revista tenha atingido uma dimensão de nível internacional. A ponto de haver quem considere que capas suas conseguiram igualar, «em qualidade e beleza técnica», publicações como a norte-americana *Life* ou a francesa *Paris-Match* (Fonseca, 2007: 52 e 62).

A tudo isto haverá que acrescentar-se o facto de, na opinião de Adelino Gomes (2006: 22), ter sido neste semanário que aprenderam a profissão ou se revelaram vários «nomes de peso» do jornalismo português.⁵⁴

Como escrevem Correia e Baptista, está-se, de facto, perante uma revista que, dentro dos condicionalismos da época, praticava um jornalismo «aberto,

⁵⁴ Além dos jornalistas referidos por Adelino Gomes – M. Beça Múrias, Afonso Praça, Cáceres Monteiro, Edite Soeiro, Silva Pinto, Daniel Ricardo, Carlos Gil (repórter fotográfico), Fernando Cascais e Alexandre Manuel – passaram ainda pela redacção da *Flama*, entre os anos 60 e a sua venda, pela Igreja, em 1972, outros nomes importantes do jornalismo. Assim, por exemplo, João Gomes, Joaquim Letria, Fernando Dacosta, Luís Almeida Martins, Manuela Alves, Cesário Borga, Renato Boaventura (que assinava com o pseudónimo de Simeão Ramires), Herculano Carreira, Antónia de Sousa, António Amorim, Albertino Antunes ou Joaquim Lobo e António Xavier, estes dois no âmbito da fotografia. De citar, ainda, o nome de António Costa, destacado dirigente da AC, que era, ao tempo, o gestor financeiro da revista.

independente e de reconhecida qualidade». A ponto de se poder dizer que, com a *Vida Mundial* e *Século Ilustrado*, a *Flama* «está na linha da frente de renovação do jornalismo português nos anos imediatamente anteriores a 1974, praticando o conceito de *reportagem fotográfica* em larga escala e com maturidade jornalística e artística». Além de que, à semelhança do registado nas duas outras publicações, a maioria dos jornalistas, bastante jovens, pertencia já a uma terceira geração, «ainda não filha, mas porventura irmã mais nova de duas outras gerações», que, tendo-se cruzado nos jornais durante os anos 60, foram decisivos em questões importantes, como o processo de «revalorização da reportagem»; a atenção dada a áreas até aí tratadas de modo rotineiro, como o internacional; e a cobertura de «temas arredados dos jornais, por ausência de interlocutor e desinteresse ou desconhecimento das chefias», como as «manifestações culturais menos académicas» e os contributos das ciências sociais, a lutarem pela sua afirmação na Universidade (Correia e Baptista, 2007: 318-319).

Apesar de muito disto (talvez antes por causa de muito disto...), em 1972, a *Flama* voltou a mudar de dono. Foi adquirida por uma empresa constituída para o efeito (a Sefla), pelo Crédito Predial Português, Família Bulhosa e Livraria Internacional.

Eram os tempos da estratégia marcelista, que tentava, através do poder económico, controlar atempada e discretamente os «comportamentos desviantes» de alguma imprensa e de uns certos jornalistas (Cabrera, 2006: 258-260). No caso da *Flama*, foi, no entanto, decisivo o desejo da hierarquia eclesiástica se *libertar* de uma publicação cujos «ímpetus inconformistas» lhe vinham causando dissabores com o regime.

Assim, e ao contrário do que se pretendeu fazer crer na altura, mais do que questões económicas foram sobretudo razões políticas que ditaram a sua venda. «Naquela ocasião, a *Flama* era completamente rentável», defende Homero Cardoso (2008), que, detido duas vezes pela PIDE, foi chefe de publicidade da revista, entre 1968 e 1973. E acrescenta: «Quando decidi vendê-la, a Igreja sabia que qualquer tentativa para recuperar o seu controlo (eram permanentes os conflitos entre a redacção e a censura) lhe iria causar enormes problemas.» Além de que, também então, se tinham agravado os conflitos com a União Gráfica, sobretudo a partir do momento em que direcção, administração, departamento comercial e redacção se uniram para recusar, por razões de qualidade, que ela passasse a ser impressa numa rotativa comprada para o efeito. Assim, a venda apareceu como a solução mais fácil: «A Igreja libertava-se de um problema e ainda recebia algum dinheiro em troca...» (Cardoso, 2008)⁵⁵

⁵⁵ Apesar das alterações introduzidas pelos novos proprietários, a *Flama* manteve-se independente até Abril de 1974. Encerrou no dia 2 de Setembro de 1976.

Jornais regionais e outros «de (alguns) católicos»

Consequência da importância atribuída à opinião pública e da atenção dada aos meios de comunicação social, de que o lançamento do *Novidades* constituiu exemplo, a Igreja promove também o incremento da imprensa regional: através da revitalização de títulos já existentes e da criação de outros, muitos dos quais continuam a publicar-se e a deter significativa importância local.

Assim, aos já existentes *O Distrito de Portalegre* (diocese de Portalegre-Castelo Branco, 1884), *A União* (Angra, Açores, 1893), *A Guarda* (1904), *Notícias da Covilhã* (da diocese da Guarda, mas do distrito de Castelo Branco, 1919), *O Mensageiro* (Leiria, 1914), *Folha do Domingo* (Faro, diocese do Algarve, 1914), *Diário do Minho* (Braga, 1919), *A Voz do Pastor* (Porto, 1921-1970), *Jornal da Beira* (Viseu, 1921), *Correio de Coimbra* (1929) ou *A Defesa* (Évora, 1923), entre outros, juntaram-se alguns mais, como o *Notícias de Beja* (1928), o *Correio do Vouga* (Aveiro, 1930), *A Voz de Lamego* (1930), o *Jornal da Madeira* (Funchal, 1932), *A Voz do Domingo* (Leiria, 1933), o *Mensageiro de Bragança* (Bragança-Miranda, 1940), *Mensageiro Notícias*, a *Reconquista* (Portalegre-Castelo Branco, 1945), *A Voz de Trás-os-Montes* (Vila Real, 1947) ou ainda a *Voz Portucalense*, fundado por D. António Ferreira Gomes, para ser, nas suas próprias palavras, em editorial publicado no primeiro número (13 de Janeiro de 1970), «não propriamente outro semanário, mas um semanário *outro*»⁵⁶.

Fenómeno idêntico de desenvolvimento aconteceu em relação aos boletins paroquiais que, surgidos maioritariamente após a Segunda Guerra Mundial, se multiplicaram a partir do Vaticano II. «O boletim vale pelo menos um outro pároco», afirmou, em conferência pronunciada no Seminário Maior do Porto (5 de Abril de 1966), Manuel da Silva Martins (1965: 4-5), então pároco de Cedofeita (Porto) e futuro bispo de Setúbal. É que, segundo ele, além de fazer com que «não esqueça quem ouviu e de levar a ouvir quem não esteve presente», o boletim, se feito «como deve ser», funciona como o grande orador «que toda a gente ouve e ouve quando mais e melhor lhe apetece».⁵⁷

⁵⁶ Independentemente da sua dimensão, não se referem aqui jornais, como *O Amigo do Povo* (Coimbra, 1916), o *Amigo da Verdade* (Guarda, 1927) ou *A Voz da Verdade* (Lisboa, 1932), porque, segundo o antigo bispo da Guarda, D. José Alves Matoso (*apud* S/A, 1983: 30), se trata de jornais não propriamente regionais, mas catequéticos ou de divulgação religiosa.

⁵⁷ Consciente da importância dos media, designadamente a imprensa regional, a hierarquia começou, em meados dos anos 60, a promover, ainda que timidamente, o interesse pelo jornalismo junto dos alunos de alguns seminários. Assim aconteceu, por exemplo, no Seminário Maior do Porto, onde, a partir de 1964, funcionou um Círculo de Jornalismo, que, com o apoio de profissionais, promovia colóquios, conferências, debates e exposições, juntamente com a organização de cursos de iniciação. Membros do Círculo criaram suplementos culturais na imprensa regional, com destaque para «Defesa Literária», no *Defesa de Espinho*, e «Fragmentos» (1964-1968), no extinto *Notícias de Felgueiras*.

Além de a fraca qualidade técnica e redactorial da maioria dessas folhas paroquiais ter limitado os objectivos que presidiram à sua criação, merece referência o facto de, em geral, nunca terem criado qualquer problema ao regime (Rego, 2000: 335).

Acrescente-se ainda que, para o aumento exponencial do seu número, terá contribuído decisivamente a evolução tecnológica registada no sector, que, a par das facilidades criadas (incluindo as económicas) em relação à composição e impressão, ajudou a alterar «o modo de compreensão e exercício da própria autoridade eclesiástica, nomeadamente por via do recurso ou não ao *imprimatur*» (Fontes, 2000: 425).

Na sequência, entretanto, da institucionalização da Conferência Episcopal (1967) e consequente criação de comissões, serviços e secretariados, assiste-se a um crescimento, em quantidade e qualidade, das publicações oficiais da Igreja, especialmente no âmbito da pastoral. É assim, por exemplo, que ao *BIP – Boletim de Informação Pastoral*, fundado, em 1959, pelo Secretariado de Informação Religiosa, com o objectivo «de fundamentar a acção pastoral», tomando por base as situações, as tendências e as forças em jogo «que definem em concreto a vida das comunidades humanas» (do decreto da sua criação, publicado no primeiro número), se juntam, a partir da segunda metade dos anos 70, outras publicações, como o *Boletim de Pastoral Litúrgico*, criado, em 1976, pelo Secretariado Nacional da Liturgia; a *Laikos* (1976-1985), do Secretariado Nacional de Apostolado dos Leigos; a *Documentação Católica* (1978-1991), vocacionada para a divulgação de documentos do magistério da Igreja, ou a *Caritas – Revista de Acção Social da Igreja*, editada pela Caritas desde 1981.

Aos órgãos próprios e directamente tutelados pela Igreja, a ela responsabilizando institucionalmente, enquanto sua voz oficial ou oficiosa, foram-se juntado outros «de (alguns) católicos», isto é, publicações que, de «acordo com a sua índole vária», testemunham a «condição católica» dos seus responsáveis.

Apesar de antigo, o fenómeno atinge dimensão maior na segunda metade do século XX, consequência de factores tão diversos, como as «clivagens ideológicas» registadas internacionalmente (a Guerra Fria), o clima interno de «oscilação do regime» e a «contraproposta sensibilização» aos novos desafios colocados à Igreja e à consciência individual dos católicos pela problemática social (Pereira, 2000b: 114-115).

Inscvem-se nesta categoria, ampla e diversificada, publicações com orientações ideológicas e culturais diferentes; publicações que se situam «fora do campo religioso, privilegiando uma orientação política específica»; e publicações (algumas clandestinas) da responsabilidade de sectores «da resistência católica ao regime», em especial na década de 60 e primeiros anos de 70 (Fontes, 1999: 251). De citar, entre outras, a *Aventura* (de Rui Cinatti, 1942-1944), *Cidade Nova* (1949-1961), *Rumo* (1957-1971), *Igreja em Diálogo* (Gaal 1963-1976), *Direito à Informação* (1963-1969), *Cadernos GEDOC* (1969-1970) ou *BAC – Boletim Anti-Colonial* (1972-1973).

Igualmente iniciativa de católicos ou de instituições maioritariamente constituídas por católicos atentos às consequências das mudanças sociais e políticas trazidas pela «Revolução de Abril» (1974), merecem referência *Libertar* (1974-1991), editada por um grupo de cristãos de base, militantes do Movimento Justiça e Paz; *Actos. Cristãos na Sociedade Nova* (1976-1977), dirigida por João Gomes, jornalista e antigo presidente da JOC; *Reflexão Cristã*, publicada, a partir de 1976, por militantes unidos pela importância da Teologia, que, segundo eles, não é monopólio de ninguém, porque «cultura do povo cristão», e ainda *Leigos para o Desenvolvimento* (1989) ou *Oikos* (1992), ambas integradas em organizações não governamentais (ONG).

Referência destacada para a revista *O Tempo e o Modo* que, fundada, em 1963, na sequência do espírito do Vaticano II, constitui «caso paradigmático da passagem de uma postura confessional para uma postura de diálogo com o mundo e de autonomia da acção individual dos católicos» (Fontes, 2000: 428).

Inspirada na revista francesa *Esprit* (fundada nos anos 30 por Emmanuel Mounier) e em Theilhard de Chardin, Nuno Teotónio Pereira (2000a: 509) destaca-lhe a linha de inspiração cristã, ainda que largamente aberta a outras correntes; Crabee Rocha (1996: 839) lembra-a como uma das mais importantes revistas de «tendência ideológica» dos anos 60 e António Reis (1996: 973) refere-a como uma publicação afim dos princípios advogados pelo personalismo cristão e pelo socialismo humanista.

Em apoio desta tese, Reis evoca o editorial do primeiro número, onde os seus fundadores anunciam o propósito de, com ela e através dela, buscarem respostas para os problemas que afectavam aquele «tempo particular», à luz de «uma concepção libertadora e progressiva da História e da pessoa humana», capaz de acentuar o «primado desta sobre as necessidades materiais e técnicas colectivas em que se baseia o seu desenvolvimento».

Além de pioneira no modo de polarizar o equacionar de «novas perspectivas eclesiológicas, marcadas pela valorização da cultura e da política como espaço de experiência da Fé Cristã», os princípios advogados pelos seus responsáveis, em relação ao «humanismo interventor» e ao diálogo, levaram-na igualmente a questionar questões consideradas fundamentais, como o «catolicismo burguês», o modelo de evangelização proposto pela AC ou «os limites do *aggiornamento* conciliar» (Pereira, 2000b: 119).

Propriedade da Moraes Editora, o seu primeiro director foi António Alçada Baptista, que conseguiu reunir à volta do projecto católicos oriundos da JUC, cidadãos comprometidos com a oposição democrática não comunista, jovens que tinham participado nas lutas estudantis de 1962 e ainda um «leque notável de escritores em ascensão». A ponto de, rapidamente, se ter constituído em «importante plataforma de diálogo entre católicos e não-católicos apostados na modernização política e cultural da sociedade portuguesa, desempenhando um papel de significativo impacto na mobilização intelectual e política da

juventude» (Cruz, 1998: 160-161), sobretudo a partir do momento em que ficou claro que, por detrás da revista, estava um projecto de «modelo eclesiológico claramente dominado pela valorização e autonomia do temporal» (Ferreira, 1994: 221)⁵⁸.

A Alçada Baptista sucedeu, em 1969, João Bénard da Costa. Por pouco tempo, no entanto, já que, meses depois, foi afastado da direcção, por decisão maioritária do conselho de redacção, dominado por elementos maoístas, versão MRPP, que se diziam apostados na contracultura e empenhados na «desconstrução da ideologia dominante» (Rocha, 1996: 839). Encerrou em 1977: do projecto inicial, pouco mais restava, então, do que o título e a memória de uma luta contra o que os seus fundadores haviam classificado de «desordem estabelecida».

Igualmente propriedade da Moraes, era a *Concillium*, cuja edição, a partir de Janeiro de 1965, terá constituído uma importante tentativa de renovação e dinamização de alguns dos espaços teológicos, funcionando simultaneamente como «exemplo concreto da limitação do ambiente cultural e eclesial português» (Fontes, 2002: 277-278).

Bastará, para tanto, recordar o facto de não ter conseguido a autorização eclesiástica por parte de qualquer bispo português. E, assim, o *imprimatur* foi dado pelo presidente da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil, D. Aloísio Lorscheider, já que, como o recorda Alçada Baptista (1998: 71), em livro de algumas memórias, essa autorização podia ser concedida pelo bispo do país da editora. Combinou, então, com D. Hélder Câmara, arcebispo de Recife e Olinda, uma «sede fantasma» na sua casa do Recife, sendo essa a razão por que a revista passou a ter a indicação de Moraes Editores – Lisboa/Recife. A sua edição foi, posteriormente, transferida para o Brasil.

De inspiração católica, visando especialmente a formação de uma «consciência cristã adulta», eram também os *Cadernos GEDOC* (1969-1970), criados com o objectivo de recolher e divulgar documentos teológicos e bíblicos, a par da reflexão sobre questões que afligiam não apenas a Igreja, mas a sociedade em geral, tanto interna como externamente.

Sem assumir uma «acção política directa, de carácter programático», o grupo visava, no entanto, bastante mais do que a publicação dos *Cadernos*. Como se constata pela leitura de uma circular (Janeiro de 1967), em que os responsáveis

⁵⁸ De entre os católicos oriundos da JUC, Braga da Cruz (1998: 160) refere os nomes de Bénard da Costa, Pedro Tamen, Nuno Bragança, Nuno Portas, Alberto Vaz da Silva, Mário Murteira e Sedas Nunes; entre os membros da oposição democrática, Mário Soares e Francisco Salgado Zenha e, na lista dos comprometidos com as lutas estudantis de 1962, Jorge Sampaio, Medeiros Ferreira, João Cravinho, Vasco Pulido Valente, Sottomayor Cardia e Manuel de Lucena. O «leque notável de escritores em ascensão» integra nomes como José Cardoso Pires, Virgílio Ferreira, Jorge de Sena, Sophia de Melo, Alexandre O'Neil, Ruy Belo ou Almeida Faria.

declaram que os objectivos do GEDOC passavam pela dinamização de um movimento reivindicativo da liberdade de informação e reflexão «numa zona de convergência da política e da fé, naquele ponto em que o projecto revolucionário (...) se encontra com o Evangelho, boa nova da libertação do homem» (Fontes, 2002: 271-272).

Da responsabilidade editorial do padre Felicidade Alves, já então destituído da paróquia de Belém e suspenso *a divinis* pelo cardeal Cerejeira, e contando com a colaboração, entre outros, de Nuno Teotónio Pereira, Mendes Mourão ou Abílio Cardoso (antigo reitor do Seminário dos Olivais), foram publicados 11 cadernos, alguns policopiados. Para evitar a ida à censura, imposta às publicações periódicas, os últimos quatro números foram titulados com o nome de profetas bíblicos ordenados alfabeticamente (Gedeão, Habacuc, Ismael e Judite). Em editorial de 18 de Fevereiro de 1969, o *Novidades* acusou os seus responsáveis, sem os citar, de «desnorte» e de ameaça à unidade da Igreja, tendo sido os *Cadernos*, uma semana depois, objecto de uma comunicação do cardeal Cerejeira, classificando o projecto de grave e perigoso para o «povo de Deus».

Depois de acusar os autores de se pretenderem dentro da Igreja, mas de tudo fazerem à margem dela, «fora da obediência e comunhão com a sua autoridade, divinamente constituída, e até contra ela», o patriarca de Lisboa desautorizava todos os «obreiros» do grupo, em especial os sacerdotes que, segundo ele, haviam quebrado o vínculo de unidade com o seu bispo, «para sem missão pugnar por outra igreja» (Cerejeira, 1970b: 277-283). Os seus principais dinamizadores foram presos pela PIDE, em 1970.

Ao elaborar um quadro histórico da imprensa católica contemporânea, onde referencia uma «pluralidade de orientações intelectuais» e, mais ainda, «estético-literárias», Seabra Pereira (2000: 115-116) coloca os *Cadernos GEDOC* no item dos «tocados» pela Teologia da Libertação, juntamente com as revistas *O Tempo e o Modo* (esta, na fase que medeia entre o personalismo cristão e o marxismo, isto é, entre 1967 e 1970), e o boletim *Reflexão Cristã*, do CRC.

Por seu turno, ao fazer a relação das publicações clandestinas editadas em Portugal durante o Estado Novo, Maria Inácia Rezola (1996c: 441 e 449-450) integra os *Cadernos* no rol da imprensa católica clandestina, ou seja, aquela que, em regra, era produzida por elementos integrantes de um grupo de «contestatários», habitualmente designados por católicos progressistas e que ganham maior «expressão pública e organizativa» (facto que conduzirá a redobrada «atenção» e perseguição por parte da polícia política), sobretudo a partir do «caso do bispo do Porto».

A esta lista, Rezola junta ainda o *Direito à Informação* (18 números publicados entre 1963 e 1969), um jornal da responsabilidade editorial de um grupo de católicos «firmemente decididos a entrarem no domínio temporal» (era maioritariamente preenchido por notícias e documentos cortados pela

censura em outros órgãos de comunicação); e o *BAC – Boletim Anticolonial*⁵⁹, que, após a publicação de nove números (1972-1973), foi desmantelado pela PIDE, que prendeu também os seus responsáveis.

Então, as preocupações que dominavam a generalidade dessa imprensa clandestina eram muito mais de teor informativo do que propriamente de debate ideológico.

As dificuldades em superar vícios do passado

À semelhança do que aconteceu com o Concílio Vaticano II, cujo *aggiornamento* se reflectiu nos órgãos de comunicação social dependentes da Igreja ou a ela ligados, também as modificações registadas na sociedade portuguesa, na sequência «da revolução de Abril», provocaram importantes alterações na generalidade dos media. Ainda que, na opinião de António Rego (2000: 338), as mudanças tenham acontecido muito mais na imprensa laica do que na de inspiração cristã (a, então, denominada «boa imprensa»), onde, em muitos casos, continuaram a imperar os *tiques* do passado. A ponto de, no interior da própria Igreja, haver responsáveis a sentirem a necessidade de alertar para o facto de permanecerem intactos muitos dos males que, de acordo com um estudo de Abrunhosa e Sousa (1974: 494) sobre a situação sócio-religiosa portuguesa, eram os grandes responsáveis pela ineficácia apostólica registada.

Porque, ainda segundo esse trabalho, a «excessiva credulidade na eficácia da palavra» conduziu a uma postergação da utilização dos meios de comunicação, por parte da Igreja, não é, pois, de admirar que se tenham multiplicado as limitações. E, assim, às deficiências ditadas pela incapacidade de responder às normas profissionais e técnicas do jornalismo – uma consequência directa da ausência de organização empresarial e da limitada existência de recursos humanos, isto é, gente em quantidade e qualidade preparada para «alcançar a dignidade profissional competente» – deverá acrescentar-se a pouca atitude crítica em relação aos diferentes media («o ministério da comunicação ainda está perdido na lista das preocupações pastorais»), juntamente com o facto de vários desses jornais insistirem em ser «a imagem e a voz da sacristia», quando deviam antes ter por objectivo a capacidade de ombrear com o melhor da outra imprensa, «a fim de alcançar todo o povo» (Campos, 1992: 80-81).

⁵⁹ No plano da luta anticolonial, «de entre os que, enquanto cristãos e em nome dos ideais evangélicos da justiça e paz, nela directamente se empenharam», referência para Nuno Teotónio Pereira e Luís Moita, que aparecem frequentemente ligados a diferentes «iniciativas colectivas» e à organização e divulgação da generalidade da imprensa clandestina de inspiração cristã (Fontes, 2002: 271).

Como adverte Correia Fernandes (Depoimento, 2008), a Igreja, «sob pena de renegar a sua missão essencial», a evangelização, precisa de dispor de um tipo de imprensa de informação geral que, veiculando as suas realidades e dando conta dos acontecimentos relevantes de forma «rigorosa, social e culturalmente», recuse qualquer espécie de distorção ou de sensacionalismo. E ainda porque, quanto a si, «é muito difícil» manter um jornal «explicitamente de inspiração cristã», o director da *Voz Portucalense* (órgão da diocese do Porto) advoga não propriamente a existência de um jornal católico («que é isso?»), mas de uma publicação com «uma visão cristã evangélica de todas as realidades políticas, sociais e culturais», verdadeiramente aberto «ao mundo e aos seus reais problemas, dramas ou êxitos».

Em causa, na opinião de Luís Miguel Ferraz (Depoimento, 2008), está «uma visão católica» do mundo, «tanto na forma de noticiar como na opinião publicada», em relação aos diferentes sectores da sociedade, sejam eles culturais, políticos, desportivos, económicos, religiosos, etc. Para tal, no entanto, é necessário que, de acordo com a opinião do chefe de redacção de *O Mensageiro* (órgão oficial da diocese de Leiria-Fátima), tais jornais se assumam como «parceiros comerciais da comunicação social», tenham «estatuto editorial claro, gestão comercial organizada e uma estratégia de captação de público bem delineada e executada», em simultâneo com uma redacção «profissional, um grafismo moderno e uma rede de distribuição eficiente».

Opinião idêntica tem Leitão Correia (Depoimento, 2008), subdirector do semanário *O Almonda* (Torres Novas, Santarém), ao defender que a força de um jornal da Igreja reside na capacidade de «se comportar como católico (procurando ser um exemplo)», através da utilização de uma «linguagem laica». Como afirma Reis Ribeiro (2008), trata-se, concretamente, da opção por uma imprensa menos «religiosa» e mais «encarnada» na realidade, «crítica na verdade e na esperança», denunciadora de «injustiças, violências e acidentes» e orientada para «os acontecimentos da vida, mesmo litúrgica», em detrimento da apresentação de ideias que, brilhantes embora, devem «cada vez mais constituir critérios iluminadores da realidade». Ou seja, e de acordo com Barbosa Leão (2008), uma imprensa capaz de entender que os leitores são ganhos através da qualidade e multidimensionalidade dos conteúdos («a vida das pessoas é multidimensional»), assim se evitando que a compra dos jornais possa eventualmente acontecer «para ajudar» e não propriamente para ler.

Quem tem interesse e gosto em ler os jornais e revistas de inspiração cristã? – interrogava-se António Marujo (1994: 48-49) perante os participantes no V Congresso da AIC (1994). E, convicto de que eram poucos os que, por sua iniciativa, procuravam a leitura desses media, aquele jornalista considerava que, ao contrário do que alguns insistem em defender, mais do que na inexistência de meios, nas limitações financeiras ou na formação insuficiente, a resposta terá antes de ser procurada nas contradições existentes «entre os valores que deveriam nortear

a imprensa de inspiração cristã e aquilo que na realidade se faz» Acrescente-se que, de então para cá, as alterações concretizadas estão longe de corresponder às necessidades detectadas, até porque, perante as dificuldades, há muitos a preferirem, à exploração das potencialidades e à correcção dos erros, a luta pela defesa dos subsídios públicos.

Excluindo as questões tecnológicas relativas à produção, os problemas actuais desses periódicos permanecem idênticos, já que, como defende Vicente Ferreira, co-autor de um plano de renovação da imprensa da Igreja apresentado à AIC, em 2005, está-se, na prática, perante questões que são a consequência de «uma rotina sistemática», em que se faz «o mesmo que era feito ontem, sem procurar chegar às pessoas com o conteúdo de inspiração cristã» (Ag. Ecclesia, 04.03.05). Além de recusar a ideia de se produzir jornais a peso, aquele investigador aponta como urgente a estruturação de conteúdos, tornando-os «suficientemente atractivos», a par de uma aposta na profissionalização, na renovação do pessoal, na empresariação dos projectos, em novos investimentos e na optimização de recursos, através da constituição de parcerias (pontuais ou alargadas), da fusão de títulos e, porventura mesmo, do encerramento de outros (*Idem, ibidem*). É que, ainda segundo ele, se «os senhores bispos e os senhores padres» não se convencerem de que «têm de mudar» e continuarem a «fazer o mesmo de sempre», a curva demográfica se encarregará «de fechar os jornais» (Ag. Ecclesia, 24.09.04).

Apesar de serem várias as alternativas sugeridas, todas, no entanto, têm por comum a premência da «congregação de sinergias» e de «economia de escalas» e quase todas parecem apostadas na mudança de mentalidades, na recusa do amadorismo e do voluntarismo (Barbosa Leão, 2008), e na defesa de uma profunda evolução a nível comercial e administrativo. Enquanto, por exemplo, para o padre Calado Rodrigues (Depoimento, 2008), então director do semanário diocesano de Bragança-Miranda, *Mensagem Notícias*, a solução poderá passar pela criação de uma publicação de âmbito nacional, contando com a colaboração e participação dos diferentes títulos diocesanos, para José Geraldês (Depoimento, 2008), padre que foi professor de jornalismo na Universidade da Beira Interior e director do *Notícias da Covilhã* (diocese da Guarda), entre 1989 e 2009, o ideal será a manutenção dos títulos já existentes, com um «fundo comum» e páginas diversificadas para cada região.

Falando da imprensa regional no seu todo, Reis Ribeiro (2008) considera que, para cumprir a sua missão, ela terá de «se valorizar humana e tecnicamente» e, simultaneamente, «aceitar o desafio de construir novas *unidades*, sacrificando títulos e procurando definir espaços mais envolventes das várias diversidades da região». O mesmo se dirá em relação á imprensa de inspiração cristã, que, a par das dificuldades económico-financeiras, vive dominada por uma exagerada multiplicidade de títulos. Ora, valendo uma folha paroquial bem menos do que uma página regular num semanário diocesano ou até concelhio, a Igreja, «em vez da profusão incoerente de títulos que perde eficácia», deve antes investir

na redução do número de jornais e apostar mais seriamente na profissionalização (Agostinho, 2007).

Partindo-se do princípio de que é impossível continuar assim por muito mais tempo, só restam duas opções: ou os jornais da Igreja assumem apenas o papel evangelizador e serão «custeados como tal pela paróquia/diocese», ou, se pretendem realmente afirmar-se como meios de comunicação, «a par de outros concorrentes», então, designadamente os diocesanos, terão mesmo de optar por «uma gestão comercial rigorosa, que siga as regras do mercado, para angariar receitas e controlar despesas». Para tal, precisam, no entanto, de se constituir «como empresas de comunicação, estabelecer uma estratégia comercial eficaz e garantir que à actualização dos conteúdos» corresponda uma liquidez financeira capaz de viabilizar o projecto, inclusive no que «respeita à candidatura a subsídios a que outros acedem» (Ferraz, 2008).

Cite-se de novo Vicente Ferreira, quando insiste na urgência de se «reinventar» um jornal diocesano (realmente regional) que, através da optimização dos «múltiplos esforços dispersos», da congregação de boas vontades e da melhoria dos recursos, seja capaz de marcar presença em qualidade e audiências. Dito de outro modo: apesar de cada diocese constituir uma realidade que tem de ser «trabalhada à sua medida», é sempre possível, no entanto, construir «uma nova forma de estar e actuar» através do aproveitamento dos recursos já existentes (Ferreira, 2001: 8).

Embora, na questão Igreja-comunicação social, a principal influência da revolução se tenha registado no facto da religião ter passado a marcar presença regular nos media laicos, através, designadamente, da criação (ou alargamento, nos casos raros em que já era dada alguma atenção ao tema) de espaços dedicados a este tipo de informação, com jornalistas especializados (Rego, 2000: 338-339); e ainda na alteração registada em relação ao «discurso eclesial», por parte dos órgãos de informação do Estado (Cristóvão, 1999: 9), ter-se-á, no entanto, de dizer que, directa ou indirectamente, o 25 de Abril também influiu nos jornais de inspiração cristã.⁶⁰

Além das transformações ditadas por razões técnicas ou pela concorrência da imprensa laica, a par do aumento do número de títulos, merece referência a criação, cerca de um ano depois do encerramento do *Novidades*, do *Nova Terra* (28 de Maio de 1975), um semanário que, no dizer do seu primeiro chefe de redacção, Pacheco de Andrade (Depoimento, 2004), pretendeu colmatar a quase «orfandade» registada no campo da imprensa da Igreja.

⁶⁰ Apesar de se ter assistido com o 25 de Abril a um decréscimo da prática religiosa e à diminuição do número de vocações sacerdotais («sem necessária ligação de causa e efeito»), o facto é que as pessoas que deixaram de frequentar a Igreja não se opuseram ao fenómeno religioso. «E foi precisamente isso que a chamada imprensa laica soube ler nos sinais dos tempos» (Rego, 2000: 338).

Iniciativa do Patriarcado de Lisboa e contando, à partida, com o apoio material de algumas ordens religiosas, os tempos iniciais do *Nova Terra* foram difíceis, «dolorosos mesmo», tendo o primeiro número constituído uma «verdadeira desilusão», sobretudo quando comparado com os dois outros semanários surgidos na ocasião: *O Jornal*, lançado três semanas antes (1 de Maio de 1975) e o *Tempo*, no mesmo dia (28 de Maio de 1975). Ainda de acordo com Pacheco de Andrade (2004), que faz questão em assumir «a larga fatia das culpas que lhe cabem», tal insucesso ficou a dever-se a uma generalizada impreparação; à «escassez humana de uma redacção» inicialmente constituída por apenas dois jornalistas (o terceiro limitava-se a elaborar a agenda); aos poucos suportes financeiros e, sobretudo, a uma «falta de maturação» em redor de um projecto «que o não chegou a ser», já que, «anteriormente, tudo se deteve apenas no desejo e necessidade de haver um jornal da Igreja». Ao contrário, pois, do que o momento pedia e apesar das circunstâncias que tinham conduzido ao encerramento do *Novidades*, o lançamento de um novo semanário como se pretendia que o *Nova Terra* fosse, exigia, na opinião daquele jornalista, uma «grande e discutida reflexão» que nunca chegou a ser feita.

A direcção coube a Maria de Lourdes Belchior,⁶¹ que tomou posse dias depois de ter abandonado o cargo de secretária de Estado da Cultura, lugar que ocupou nos três primeiros governos provisórios. Deixou de se publicar em Fevereiro de 1977, ou seja, menos de dois anos depois do seu lançamento. Às razões financeiras então avançadas como justificação, o padre e ensaísta Fernando Cristóvão (1999: 9), seu director-adjunto, acrescenta a ausência de jornalistas qualificados em número suficiente e, sobretudo, o facto de a Igreja não estar preparada «para entender e jogar o jogo dos media».

Do modo como (não) foi programado, sem um projecto editorial capaz de atentar nos sinais dos tempos (ao contrário do registado em relação ao fenómeno religioso por parte de algumas publicações laicas), o jornal ficou muito aquém das necessidades sentidas na ocasião pela opinião pública. E, assim, acabou naturalmente por morrer, após vida efémera e pouco relevante.

Um novo relacionamento com a cultura mediática

Apesar do equívoco que foi o *Nova Terra*; da não concretização do sonho de um jornal de âmbito nacional, preferencialmente diário; e da frustração que constituiu o projecto televisivo TVI, a Igreja dispunha, na última década do século passado, de uma significativa capacidade de intervenção (e influência) junto da opinião pública. Ou seja, perante a acrescida importância da imagem,

⁶¹ Sousa Franco, então presidente do conselho de administração da Caixa Geral de Depósitos, declinou, por razões pessoais, o convite que antes havia aceite.

a evidência de que só *existe* quem aparece nos media, a hierarquia (parte dela pelo menos), independentemente das reservas regularmente colocadas à comunicação social, cedo, no entanto, entendeu que ela constituía um meio imprescindível à evangelização, designadamente junto daqueles que, embora crentes, não são praticantes. E, assim, considerando ser já chegado o tempo de dar por terminada a «desconfiança» com que, ao longo de cinco séculos, encarou o invento de Gutenberg (Rego, 2000: 342-343), a Igreja passou a estabelecer um novo e mais correto relacionamento com a cultura mediática.

Nem sempre, no entanto, o tem feito de forma consistente e alargada. Continua, com frequência, a *ignorar* o facto de a relevância da comunicação também respeitar ao «prior da aldeia, que faz o boletim paroquial, ao qual tem de dar uma dimensão comunicativa e participativa» (Rego, Ag. Ecclesia, 30.10.09), e parece mais interessada em privilegiar a existência de órgãos próprios, os chamados «púlpitos confessionais», do que em estabelecer um relacionamento profissional com os jornalistas, em especial aqueles que, em diferentes meios, trabalham a informação religiosa.

Para além da propriedade ou ligação privilegiada a um conjunto alargado de rádios locais (as «rádios paroquiais» de responsabilidade local), nos últimos anos do século XX, a Igreja era ainda (e continua a ser) detentora da totalidade do capital social da Renascença, que, a partir da década de 80, aumentou grandemente o número de estúdios regionais, com o objectivo declarado de melhor poder abordar os problemas locais das populações. Passou igualmente a dispor de mais uma frequência modulada de âmbito nacional, que, ditada por razões políticas, lhe foi atribuída em 1985, na sequência do alargamento do espectro radiofónico.

Consequência, entretanto, da aprovação, pela Assembleia da República (Setembro de 1990), da legislação que serviu de suporte às negociações entre as confissões religiosas e entre estas e a RTP, visando um tempo de emissão na televisão, e com a publicação da Lei da Liberdade Religiosa (2001), que garante «às igrejas e demais comunidades religiosas inscritas» um espaço nos serviços públicos de televisão e de radiodifusão, para a «prossecação dos seus fins religiosos», a Igreja Católica passou, na prática, a contar com outro importante púlpito, sobretudo na RTP2.⁶² Como comenta Rego (Ag. Ecclesia, 29.10.09), além da intervenção da Igreja nos media colocar Portugal na vanguarda, a sua presença nos

⁶² Em sintonia com o protocolo firmado em Julho de 2003, dando continuidade ao acordo celebrado em Maio de 1997, a Igreja Católica passou a dispor de 22 minutos diários, de segunda a sexta, na RTP2. A este espaço, resultado da proporção da sua representatividade em relação às restantes 14 confissões religiosas beneficiárias do protocolo, haverá que acrescentar ainda os 25 minutos semanais do programa «70x7» (manhãs de domingo, na RTP2) e a transmissão, pela RTP1, em simultâneo com a RTP Internacional, da Eucaristia dominical de uma igreja do País. Idêntico acordo foi assinado, em Setembro de 2009, visando um tempo de emissão radiofónica na Antena 1. Aplicada uma proporção idêntica à registada com a televisão, a Igreja Católica ficou com nove minutos diários e 37 dominicais, a que se acrescenta ainda a transmissão, em simultâneo com a RDP Internacional, da missa dominical.

meios públicos de comunicação deve ser considerada «das melhores do mundo», tanto em quantidade como qualidade.

Por outro lado e dando seguimento a um projecto antigo (iniciado, de certo modo, em Janeiro de 1959, quando o episcopado sentiu a necessidade de dispor de um centro de informação e estudos pastorais), a Igreja começou a apostar, sobretudo a partir da década de 90, na renovação editorial e tecnológica do boletim da Agência Ecclesia. Em causa, então, uma espécie de *herdeiro* de umas modestas folhas semanais, publicadas entre Outubro de 1974 e Dezembro de 1976 (sem título, sem numeração e policopiadas), e, simultaneamente, o *sucessor* do SAI (Serviço de Apoio à Imprensa e, posteriormente, Serviço de Apoio à Informação). O primeiro número do boletim *Ecclesia* saiu no dia 5 de Janeiro de 1994. Ainda que tendo por objectivo primeiro dar apoio à imprensa católica (Falcão, 2005), rapidamente, no entanto, passou a funcionar como fonte de informação da generalidade dos media, designadamente os mais importantes (Rego, 2000: 341).

À *força* (inquestionada) da Renascença; à propriedade ou ligação a mais de quatro dezenas de rádios locais, incluindo os estúdios regionais da RR; ao acesso facilitado à rádio e televisão públicas e à detenção do importante meio de comunicação em que se foi transformando a Agência Ecclesia, importa acrescentar a existência de mais de 600 publicações diocesanas ou de «outras instâncias eclesiais» (611, segundo a edição de 2001-2002 do *Anuário Católico de Portugal*, da CEP, e 604, de acordo com a edição de 1997 do *Guia de Imprensa de Inspiração Cristã*, da AIC).

Mais de metade das publicações referenciadas pela AIC (cerca de 52 por cento) estavam sediadas nas dioceses de Lisboa, Braga e Porto, representando, respectivamente, 22, 20 e 10 por cento do total. Seguíam-se, a razoável distância, as dioceses de Viseu, com quase oito por cento; Viana do Castelo, Évora e Leiria-Fátima, com aproximadamente cinco por cento cada, sendo os últimos lugares ocupados por Beja, Santarém e Vila Real, todas com uma percentagem média inferior a dois por cento.

Ainda com base nos mais de 400 títulos ao tempo inscritos na AIC, poderá concluir-se, em relação à tiragem, que quase metade publicava entre 1000 e 5000 exemplares por edição; um pouco mais de 30 por cento, entre 100 e 1000; cerca de 10 por cento, entre 5000 e 10 000; quase cinco por cento, entre 10 000 e 20 000 e entre 20 000 e 50 000; dois por cento, entre 50 000 e 100 000 e aproximadamente um por cento, mais de 100 000: os mensários *Cavaleiro da Imaculada*, com uma tiragem média da ordem dos 105 000 exemplares; *Voz da Fátima*, com 120 000 e *Cruzada*, com cerca de 125 000.

Enquanto a periodicidade de 55 por cento desses títulos era mensal, seguida a enorme distância pela semanal (quase 10 por cento), trimestral (nove por cento), bimestral (aproximadamente oito por cento) e quinzenal (cerca de sete por cento), em relação à propriedade, mais de metade, maioritariamente constituída por boletins paroquiais, era detida pelas paróquias, fábricas de igreja, comissões

fabriqueiras e centros paroquiais. Mais de um quarto dos restantes proprietários eram institucionais (ordens religiosas, congregações, confrarias, institutos, associações, movimentos e obras laicas), cerca de 10 por cento diocesanos, incluindo, no caso, secretariados, comissões e seminários, e aproximadamente oito por cento privados.

Acrescente-se, como curiosidade, que 84 dessas publicações (mais de 20 por cento) foram fundadas na década de 80, o que passou a constituir um verdadeiro record. A criação das restantes está assim distribuída: 15 por cento, em cada uma das décadas de 60, 70 e 90; 13 por cento, nos anos 50; cerca de seis por cento, nos anos 30 e 40; três por cento, nos anos 20; dois por cento, na segunda década do século XX e menos de um por cento na primeira década. Do século XIX, apenas restavam quatro títulos: *A União* (Angra, Açores, 1893), *Mensageiro do Coração de Jesus* (Braga, 1874); *O Distrito de Portalegre* (Portalegre-Castelo Branco, 1884) e *O Povo da Barca* (Viana do Castelo, 1899).

Para a multiplicação desse número de títulos, em especial a registada nos últimos decénios do século XX, terá contribuído decisivamente o aumento do volume de publicidade; o modo diferente (e mais interessado) como alguns membros da hierarquia começaram a olhar a comunicação social e ainda os variados (e significativos) apoios estatais, designadamente os incentivos à modernização tecnológica e à formação e qualificação profissional, juntamente (talvez mesmo principalmente) com a assunção total ou parcial do custo de expedição postal, o chamado porte pago.

De referir que, com base em dados divulgados pelo Gabinete para os Meios de Comunicação Social, entre 2000 e 2006, foram subsidiados, com uma verba global superior a 13 milhões de euros anuais, cerca de 550 jornais, um terço dos quais propriedade da Igreja ou a ela ligados. Entre esses 200 e muitos títulos, incluíam-se boletins e publicações eminentemente confessionais, só muito latamente enquadráveis na definição de imprensa regional. Ou seja, e como escreveu Manuel Vilas-Boas, aquando da publicação da carta pastoral *Na Era da Comunicação Social* (Abril de 2002), onde os bispos portugueses classificam de acto de justiça o porte pago à imprensa regional, com base no argumento de que ele constitui um «apoio a sectores populacionais desfavorecidos», uma «análise criteriosa» a tal exigência pode levar-nos a concluir que, «em muitos casos», o Estado está apenas a pagar «pura propaganda confessional» (*Ecclesia*, 16.04.02).

Títulos a mais e concertação a menos

Parecendo pouco mobilizada para encontrar formas de superar a crise que tem vindo a acompanhar a generalidade dos jornais, acossados pelas novas formas de comunicação, pela constante diminuição de exemplares vendidos e pela queda gradual das receitas publicitárias, em simultâneo com o desafio de uma internet que,

além de nada cobrar aos *clientes* (como, aliás, acontece com a rádio e a televisão), está a minar a ligação estabelecida «entre um grande número de vendedores (anunciantes) e compradores numa área local» (Starr, 2009: 72-73), a imprensa regional de inspiração cristã permanece bastante igual a si própria.

Assim, não será exagerado dizer-se que, à semelhança do registado com boa parte da imprensa de proximidade, muitos desses media parecem mais preocupados em lamentar a diminuição (ou alteração na forma de atribuição) dos subsídios estatais, mesmo quando ilógicos, do que em repensar, por exemplo, a arquitectura da informação; a mudança de paradigma (uma questão que urge em relação a muitos) ou a invenção da «semântica das redes», no caso, a interactividade, a comunicação bidimensional (Manuel Pinto, in *VP*, 03.12.08). Nem tão-pouco tentam passar à prática, ainda que parcial e faseadamente, as sugestões avançadas pela AIND ou tão-somente as conclusões que, repetidamente assumidas pelos participantes nos congressos da AIC, são pelos próprios classificadas de necessárias e urgentes. Em causa, questões importantes como a cooperação, a promoção da complementaridade e o estabelecimento de parcerias entre títulos, incluindo eventuais fusões; o reforço da formação dos comunicadores e a profissionalização dos meios; a dinamização dos sectores da publicidade e do *marketing* ou a própria melhoria dos produtos em termos de estética e de conteúdos.

Apesar dos sucessivos alertas, têm, de facto, sido raras, ou pelo menos limitadas, as alterações registadas, sendo mesmo que algumas delas, quando acontecem, são mais uma não-solução do que solução. Vale, como exemplo, a diminuição do número de páginas ou a passagem de alguns semanários a trissemanários e quinzenários (o modo porventura mais fácil de respeitar as condições estabelecidas, a partir de 2007, para o regime de incentivo à leitura e ao acesso à informação⁶³), em contraste com alternativas consistentes, como a modernização tecnológica ou a procura de novos espaços e de diferentes mercados. Como defende Calado Rodrigues (Depoimento, 2008), para subsistir, a imprensa regional, incluindo os jornais da Igreja, sobretudo os que se dedicam «à informação regional para lá da eclesial», só têm duas alternativas: ou diminuem os seus quadros e, conseqüentemente, a ambição do projecto informativo ou investem (se para tanto tiverem capacidade) e vão «ao encontro de novos públicos e de novos apoios económicos».

Em relação a parcerias ou à cooperação entre vários títulos apontada, no VII Congresso da AIC (2008), como um dos desafios actualmente colocados à imprensa regional, uma referência para a iniciativa registada na arquidiocese de Évora, onde o semanário *A Defesa*, retomando anterior experiência, passou a integrar

⁶³ De acordo com o Decreto-Lei 98/2007, de 2 de Abril, os semanários que pretendam beneficiar do porte pago terão de contar com a colaboração de, pelo menos, três profissionais com contrato de trabalho, dois dos quais jornalistas com carteira.

regularmente, sob a forma de suplementos e com desigual periodicidade, jornais locais (paroquiais), uma publicação dos seminários e alguns boletins.

Por concretizar ficaram, entretanto, outros projectos, como aquele que, defendido, em Março de 2004, por Salvador dos Santos, foi, tempos depois, retomado por D. António Vitalino, bispo de Beja e, então também, membro da Comissão Episcopal para as Comunicações Sociais: um único jornal para a Província Eclesiástica de Évora (dioceses do Algarve, Beja e Évora), com uma redacção central e três diocesanas, mantendo-se os diferentes títulos numa fase inicial (*A Folha de Domingo, Notícias de Beja e A Defesa*), mas podendo passar-se posteriormente a um «título único». ⁶⁴ Além de, na sua opinião, a proposta poder vir a constituir «um bom exemplo» para a generalidade da imprensa diocesana, D. António Vitalino considerava ainda que, na prática, só uma publicação interdiocesana e que não falasse apenas «para dentro da sacristia» poderia realmente «ter alguma força a nível regional» e constituir verdadeiro «impacto na região» (Ag. Ecclesia, 02.03.04 e 22.10.04).

Independentemente de ter merecido o consenso generalizado por parte dos participantes no encontro da AIC com representantes da imprensa do Sul (Beja, 25 de Junho de 2004), o facto é que o projecto permaneceu projecto. Entretanto, perante as baixas receitas geradas, consequência de «uma diminuta carteira de publicidade» e da redução do número de subscritores a concretizarem «regularmente o pagamento da assinatura» (uma situação, no dizer dos responsáveis, agravada pelas exigências em relação à atribuição do subsídio do porte pago), três anos e meio depois (Janeiro de 2008) da sugestão avançada pelo bispo de Beja, *A Folha de Domingo* passou de semanário a quinzenário, suprimindo quase por inteiro a informação regional/local de carácter generalista e alargando a toda a edição a informação sobre a Igreja algarvia (Ag. Ecclesia, 27.12.07).

Apesar de serem várias (e importantes) as questões que continuam sem resposta, incluindo a redefinição de projectos e objectivos, bem como a concertação de estratégias capazes de evitar a ameaça de encerramento que paira sobre vários títulos, o facto é que a Igreja Católica é a entidade que, directa ou indirectamente, detém o maior número de publicações: a significativa distância de qualquer outra, em especial no âmbito da imprensa regional/local. Ou seja, permanece actual a afirmação de Marinho Antunes (1982: 1151) quando, no início dos anos 80 do século passado, mesmo sem dispor de informação suficiente e actualizada para medir a presença da Igreja nos meios de comunicação, especialmente em relação

⁶⁴ Num «esboço de projecto», D. Antonio Vitalino avançou, então, com a ideia de um jornal com cerca de 32 páginas «ou mais», em que cada uma das três dioceses disporia de quatro páginas para o «específico diocesano», ficando o restante destinado a temas regionais, internacionais e publicidade. Assim – adiantava –, não seria difícil conseguir-se 10 000 assinantes e facturar cerca de 100 000 euros anuais em publicidade, o que, na sua opinião, tornava o projecto economicamente viável (*Mais Informação*, 2004: 9-12).

ao «conteúdo e efeitos dessa intervenção», considerava que qualquer observação, ainda que pouco sistemática e exaustiva, nos indicava que ela era realmente importante ou, pelo menos, assim deveria ser considerada, «sobretudo na chamada imprensa regional».

Em todo o caso, será excessivo atribuir-se o conceito de «grupo» ao conjunto dos meios de comunicação social de inspiração cristã, já que não existe, na Igreja, «uma edição centralizada e dependente de uma única estrutura» (Silva, 2004: 83). Dito por outras palavras, além de não obedecerem a uma gestão comum, essas publicações envolvem, com relativa frequência, projectos editoriais concorrentes entre si no mesmo espaço geográfico e visando o mesmo público (Camponez, 2008: 16).

De acordo com a edição de 2007 do *Anuário Católico de Portugal*, da CEP, a Igreja é responsável pela publicação de mais de 800 títulos (são, inclusive, elencados cerca de 650), dependentes, não apenas das diferentes estruturas diocesanas (paróquias, comissões fabriqueiras, seminários, centros sociais, irmandades, confrarias ou empresas constituídas para o efeito), mas também de institutos religiosos, associações, instituições, obras e movimentos laicos.⁶⁵

A estes números que, embora alargados, pecam por defeito, até porque existem publicações que escapam ao recenseamento central da Igreja, haverá que acrescentar um número significativo de títulos, boa parte dos quais integrando a imprensa regional/local, que, não sendo propriamente propriedade de qualquer estrutura eclesial, devem, no entanto, ser considerados de inspiração cristã, já que estão «unidos por objectivos comuns», comprometidos «com a missão da Igreja» (*Ecclesia*, 25.03.06). São publicações disponíveis para dispensarem o necessário espaço à difusão da doutrina, posição e actividades da Igreja (Antunes, 1982: 1151). Quase todas são membros da AIC.

Ainda que nem sempre seja indicada a periodicidade; de, por vezes, não ser feita a distinção entre jornais, boletins e revistas (sobretudo em relação a jornais e boletins, é grande a confusão) e de, com frequência, as dioceses responderem de modo desigual, especialmente no item respeitante às estatísticas, talvez não seja exagerado dizer-se que mais de metade das publicações referenciadas no *Anuário* como sendo propriedade das dioceses «ou de outras instâncias eclesiais» são boletins paroquiais ou interparoquiais e saem uma vez por mês. Existem ainda publicações diárias, semanais (estas integrando especialmente a chamada imprensa regional/

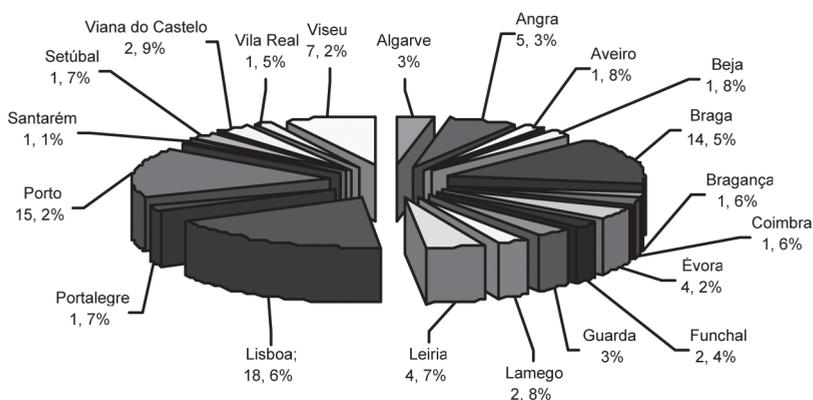
⁶⁵ Além das publicações, o *Anuário* de 2007 refere ainda como propriedade da Igreja quase três dezenas de rádios locais (sem contar com as que integram a RR), cerca de 40 livrarias, mais de dezena e meia de editoras e idêntico número de gráficas, algumas das quais detidas por empresas proprietárias de jornais. A estas rádios haverá que juntar outras que, não sendo propriamente pertença da Igreja, a ela estão, no entanto, ligadas: são, à semelhança do registado com os jornais, as chamadas rádios de inspiração cristã, a maioria das quais integram a ARIC, associação que, em meados de 2009, contava com 70 membros.

local), quinzenais, mensais, bimestrais, trimestrais, semestrais e anuais, que, no seu conjunto, editam uma média semanal seguramente superior ao 1 200 000 exemplares⁶⁶ referenciados por Salvador dos Santos e Georg Duschke, em diferentes congressos da AIC (Ag. Ecclesia, 17.11.03 e 25.03.06).

Se, entretanto e à semelhança do registado em relação às dioceses de Braga e Porto, se ajuntar, aos 93 títulos elencados pelo Patriarcado na edição de 2007 do *Anuário* (CEP, 2007: 545), os mais de 70 que, propriedade de institutos religiosos, instituições e movimentos católicos são editados naquele território diocesano (cerca de dois terços do total, significando uma tiragem média bastante superior aos 200 000 exemplares semanais), poderá, pois, concluir-se que Lisboa detém quase um quinto do total das publicações que, directa ou indirectamente, são pertença da Igreja. Por outro lado, e porque cerca de 30 por cento desses mesmos títulos têm origem editorial em Braga e Porto (aproximadamente 15 por cento em cada), podemos concluir que metade das publicações católicas estão sediadas em três dioceses que, no seu conjunto, acolhem quase 50 por cento da população portuguesa. Seguem-se, a razoável distância, as dioceses de Viseu, Angra do Heroísmo, Leiria-Fátima e Évora, com percentagens compreendidas entre os quatro (Leiria-Fátima e Évora) e os sete por cento (Viseu). Quase 60 por cento dessas publicações são folhas (boletins) paroquiais ou interparoquiais, de periodicidade predominantemente mensal.

Publicações da Igreja Católica: percentagem por diocese

(Fonte: Anuário Católico, 2007)

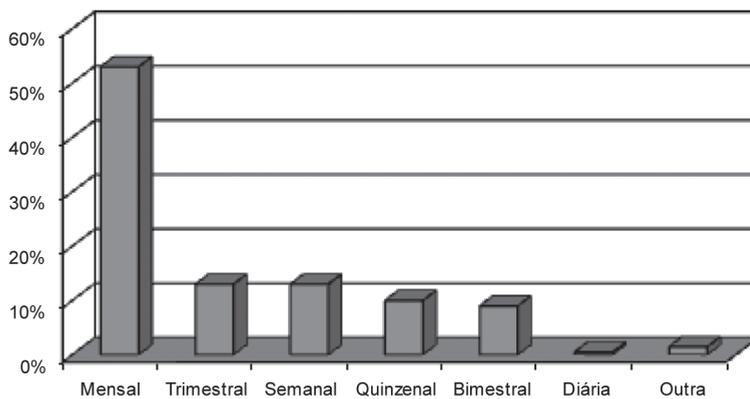


⁶⁶ Apesar de parte significativa das publicações com mais tiragem e maior periodicidade se encontrarem inscritas na AIC, talvez não seja, no entanto, arriscado dizer-se que, perante o facto de muitos títulos não serem membros daquela associação, a tiragem média semanal das publicações da Igreja é bastante superior ao milhão e meio de exemplares.

Tomando por base os dados da CEP e da AIC (estes relativamente representativos de uma importante fatia dos jornais de inspiração cristã), conclui-se que mais de metade dessas publicações têm periodicidade mensal, seguindo-se a semanal e a trimestral, com 13 por cento cada, a quinzenal, com 10 por cento, e a bimestral, com nove.

Periodicidade das publicações de inspiração católica

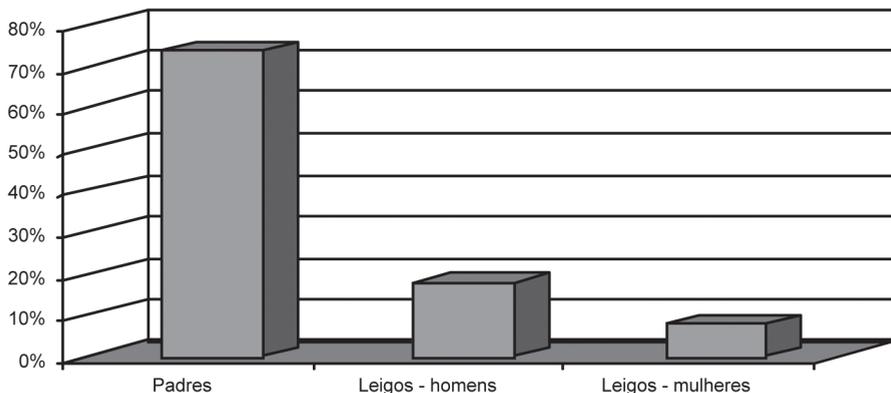
(Fontes: AIC, 2009 e Anuário Católico, 2007)



De referir ainda que as direcções editoriais dessas publicações são maioritariamente detidas por padres (74 por cento), sendo que, dos 26 por cento dos lugares ocupados por leigos, apenas cerca de um terço são mulheres (aproximadamente oito por cento), incluindo várias religiosas.

Directores das publicações de inspiração cristã

(Fonte: AIC, 2009)



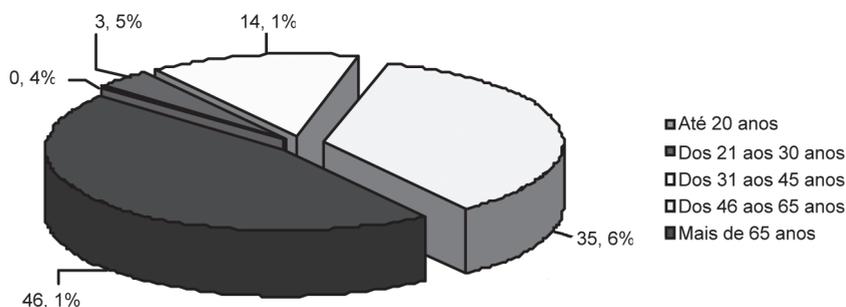
Dos leitores, seus consumos e suas práticas

Conhecida a situação dos media de inspiração cristã, em especial a propriedade, distribuição geográfica, periodicidade, tiragem média e direcção editorial, talvez seja importante saber-se quem são os seus leitores regulares. Até porque, de acordo com os dados disponíveis, se os seus responsáveis persistirem em ignorar o «denominador comum» capaz de responder ao «maior número de clientes»; se não atenderem ao «essencial das suas responsabilidades sociais de satisfação dos direitos à informação e à livre expressão» (Fidalgo, 2009: 379) e se continuarem a limitar o seu comprazimento em responder aos assinantes angariados no passado, sem procurar, através da evolução tecnológica, comercial e administrativa e da dinâmica «da novidade editorial e da beleza gráfica», captar a atenção das gerações mais novas (Luís Ferraz, 2008), tudo indica que o encerramento será o seu futuro. E, em alguns casos mesmo, a curto prazo.

Em causa, o envelhecimento de um público leitor que, não constituindo embora questão exclusiva dos media de inspiração cristã, atinge, em relação a eles, uma acentuada dimensão: 46 por cento têm mais de 65 anos, isto é, são reformados ou estão próximos da reforma (situação bastante superior à registada em relação à generalidade da imprensa⁶⁷), 36 por cento têm idades compreendidas entre os 46 e os 65 anos, 14 por cento entre os 31 e os 45 e apenas uns residuais quatro por cento possuem menos de 30 anos, sendo que só 0, 4 por cento têm menos de 20.

Nível etário dos leitores da imprensa de inspiração cristã

(Fonte: CESOP/AIC, 2009)



⁶⁷ De acordo com um estudo do Obercom sobre a idade dos leitores das publicações do chamado «top cinco» (informação geral, desporto e veículos, informação regional, feminina e modas e interesse geral), cerca de cinco por cento têm entre 15 e 17 anos; 12 entre 18 e 24; 18 entre 25 e 34; 17 entre 35 e 44; 13 entre 55 e 64 e 20 por cento mais de 64 (*Anuário da Comunicação*, 2007: 28-30).

É, aliás, perante esta realidade que os participantes nos congressos da AIC têm alertado para a necessidade de aquelas publicações alargarem os índices de leitura, especialmente junto dos leitores mais jovens, que são o garante do seu futuro (Cf. *Mais Informação*, 2008: 73). Até porque, se «os tempos são o que são e apenas sabemos que o amanhã é diferente», ou esses jornais conseguem ser «a voz da esperança» e responder com confiança aos desafios «ou seremos arrumados pela curva da vida num qualquer canto numa história que nunca será contada» (Ferreira, 2004a: 15).

A juntar a estes factos, de referir ainda que, em linhas gerais, se está perante um conjunto de leitores maioritariamente constituído por técnicos e profissionais de nível intermédio, homens com frequência universitária, residentes em distritos do litoral, com agregados familiares até três pessoas e rendimento familiar mensal superior a mil euros. Participam regularmente na missa; preferem a informação sobre questões religiosas e culturais, em detrimento da desportiva; mostram algum interesse pelos assuntos políticos e económicos; olham de relance a publicidade; partilham com o agregado familiar o exemplar que compram ou (sobretudo) assinam e as suas práticas culturais são mais «de casa» (ver televisão e ler livros) que «de saída» (ir ao cinema, teatro, concertos, etc.). Apesar do elevado nível etário, é considerável a sua regular prática de acesso à internet (*Mais*, 91: 1).

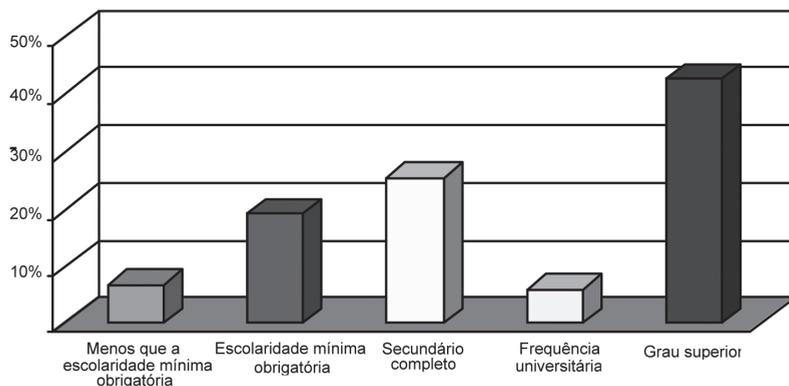
Pelo menos à partida, estas são algumas das principais conclusões a tirar de um inquérito sociodemográfico realizado, em 2009, pelo CESOP da Universidade Católica para a AIC.

Apesar de o estudo se debruçar exclusivamente sobre publicações inscritas naquela associação, o facto de abranger 36 títulos diversificados, tanto em relação ao conteúdo, como à tiragem, periodicidade, dimensão geográfica, propriedade e local diversificado de edição, talvez não seja exagerado dizer-se que se está perante uma amostragem relativamente representativa. Ou seja, independentemente dos elevados níveis de «não resposta» (usual neste tipo de inquéritos) e da constatação de algumas limitações em termos de representatividade, trata-se de um trabalho cujo método, bastante utilizado na investigação sociológica, consegue fornecer uma medida estatística do tema em análise (Giddens, 2004: 651), no caso, o perfil dos leitores da imprensa de inspiração cristã.

Além de serem maioritariamente do sexo masculino (55 por cento de homens e 45 de mulheres), esses leitores vivem sobretudo nos distritos de Lisboa, Santarém, Coimbra, Porto e Braga; 49 por cento têm frequência universitária, sendo que boa parte (43 por cento) concluiu mesmo um curso; mais de 25 por cento terminaram o secundário e apenas uns sete por cento possuem habilitações inferiores à escolaridade mínima obrigatória. O que, de acordo com Rogério Santos (2010: 2), responsável pelo estudo, significa estar-se perante um público com literacia superior à média nacional. Profissionalmente, quase 40 por cento são técnicos de nível intermédio e 13 por cento dirigentes e quadros superiores da administração pública e de empresa.

Habilitações literárias dos leitores da imprensa de inspiração cristã

(Fonte: CESOP/AIC, 2009)

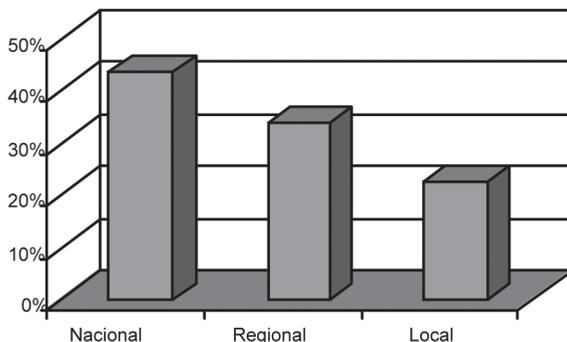


Em termos de agregado familiar, cerca de metade são constituídos por mais de duas pessoas, aproximadamente 24 por cento vivem sozinhos e um pouco mais de 20 por cento integram famílias até cinco elementos. Enquanto, para cerca de um quarto desses agregados, o rendimento familiar oscila entre os 500 e os 1000 euros mensais, quase 65 por cento dispõem de mais de 1000 euros e um pouco mais de 10 por cento têm de viver com menos de 500.

A propósito da relação leitor/conteúdo, de sublinhar o facto de se estar perante um conjunto alargado de pessoas que procuram nesses media a informação de proximidade (quase 57 por cento, se somarmos os 33,8 por cento dos que preferem a informação regional aos 22,8 por cento que privilegiam a local), ainda que os temas de âmbito nacional sejam igualmente considerados importantes para cerca de 43 por cento. A maioria considera quase imprescindível a abordagem de assuntos religiosos (62,5 por cento «muito importante» e 34 «importante»), bastante «importante» o tratamento de questões políticas (62,5 por cento) e económicas (61 por cento) e «nada importante» a publicidade (69 por cento) e os temas relativos ao desporto (51,5 por cento).

Informação que os leitores mais apreciam na imprensa de inspiração cristã

(Fonte: CESOP/AIC, 2009)



Enquanto, em relação aos géneros jornalísticos, a preferência de cerca de 40 por cento vai para a notícia, seguindo-se a reportagem, a crónica e o artigo de opinião, com valores idênticos entre si (aproximadamente 30 por cento cada), no referente à *imagem* (grafismo, ilustração, dimensão dos textos, mancha do título, títulos e inserção da cor), a opinião é pouco crítica, havendo uma enorme maioria (70 por cento) a optar pela posição intermédia «gosto» e uma percentagem bastante significativa a dizer que «não sabe/não responde». A partir do momento em que a publicação entra em casa, é lida por todo o agregado familiar em cerca de 65 por cento dos casos, o que, tendo presente a constituição desse mesmo agregado, significa que esses media são maioritariamente lidos por três pessoas (quase 45 por cento) e, em mais de 20 por cento dos casos, por cinco.

Em relação a «determinadas práticas e sua frequência», de referir o facto de se estar perante um público que, além de participar regularmente em cerimónias religiosas (quase 74 por cento «muitas vezes» e 17 por cento «algumas vezes»), é um bom consumidor de televisão (58 por cento «muitas vezes») e um bom leitor de livros (quase 52 por cento «muitas vezes» e mais de 36 por cento «algumas vezes»). Ainda que com frequência (47,5 por cento «algumas vezes» e 36 por cento «raramente»), as pessoas saíam de casa para ir a um espectáculo ou ver um filme, só muito esporadicamente, no entanto, compram ou alugam DVD. Trata-se, concretamente, de um público com razoável apetência pela leitura de livros e pelo consumo de televisão, o que, «de acordo com estudos nacionais, permite estabelecer uma comparação com a média de idades desses leitores» (Santos, 2010: 9).

Perante o elevado nível etário, talvez mereça referência a prática de acesso à internet (40 por cento «muitas vezes» e quase 18 por cento «algumas vezes»), ainda que, à semelhança do registado em relação à generalidade dos leitores de publicações de idade idêntica, a perspectiva seja «perfeitamente dicotómica» – «muitas vezes» e «nunca» têm valores que se aproximam (40 e 33,4 por cento, respectivamente). Porque assim é, e ainda porque é «barata, sempre actualizável e com cada vez mais pessoas a aderirem», a internet pode muito bem constituir «uma alternativa de informação a considerar» (Santos, 2010: 9-10). Ou como diz Manuel Pinto (2008b: 21), apesar de não se estar ainda em vésperas do fim da imprensa («não é essa a questão, mas é uma questão, seguramente!»), talvez, no entanto, este já não seja o tempo de se «continuar a pôr a tónica num determinado tipo de meio de comunicação», quando o que sobretudo está em causa é «olhar para a informação que pode sempre circular em linguagens combinatórias, através de diferentes tipos de suporte».

2. Em defesa dos «novos púlpitos»

Exceptuando ocasionais desajustamentos, ainda que com algum significado e dimensão; um conjunto de confrontos pontualmente ocorridos entre os poderes político/militar e religioso, especialmente durante o período revolucionário (o chamado PREC); e «posteriores episódios pontuais», o facto é que, na opinião de Medeiros Ferreira e Maria Inácia Rezola (1993: 260), com a mudança de regime operada a 25 de Abril de 1974, além de não se ter registado «um verdadeiro confronto entre a Igreja e o Estado», assistiu-se mesmo a um «papel interveniente» da própria Igreja no processo de democratização da sociedade portuguesa. A ponto de Sousa Franco (1989: 410) considerar que, de entre as mutações ocorridas desde o liberalismo, a de 25 de Abril terá sido a única que «se não traduziu nem em choque entre a Igreja e o Estado, nem em perseguição religiosa». Mais, no dizer de Fernando Rosas (2008: VII): a Igreja Católica, «quer do ponto de vista da sua “ordem interna”, quer da sua posição na sociedade, foi a única das grandes instituições portuguesas a passar quase incólume (não fora o episódio da Rádio Renascença) pelos abalos do processo revolucionário».

Tudo isto independentemente de a Igreja ter sido uma das instituições que mais sentiram «a mudança de regime» (Ferreira e Rezola, 1993: 260) e para além da multiplicidade de críticas de que a hierarquia foi alvo, muitas delas vindas do interior da própria instituição, designadamente por parte de grupos de cristãos interessados em participar no processo de democratização da sociedade, a cujas vozes se juntaram quase de imediato várias outras de sacerdotes, religiosos, teólogos, etc.

De facto, apesar do pecado do silêncio assumido, entre outros, pelo então bispo auxiliar do Porto, D. Domingos de Pinho Brandão (1974: 34), e, de algum modo também⁶⁸, pelo patriarca de Lisboa, D. António Ribeiro (Cf. *Voz*

⁶⁸ Ainda que, na ocasião (Fátima, 13 de Maio de 1974), na presença de quase todos os bispos portugueses, D. António Ribeiro não tenha feito qualquer referência especial e directa à relação da Igreja com o Estado Novo, ela não é, no entanto, excluída, «antes pelo contrário» (Matos, 2001: 76).

da *Fátima*, 13.06.74); da abstenção da denúncia (o silêncio comprometedor) de que foram acusados vários prelados⁶⁹; e do lastro público de que falava o padre Jardim Gonçalves (AAVV, 1977: 17), ao denunciar «o apoio quase geral e quase incondicional» da hierarquia ao regime deposto, na prática, a classe política saída do 25 de Abril adoptou, por razões táticas, nuns casos, porque nunca o desejariam, noutros, uma atitude de «prudência benévola» face à Igreja (Franco, 1989: 410). E ainda que as Forças Armadas vitoriosas a tenham procurado acantonar «num papel estabilizado», sempre, no entanto, tentaram evitar qualquer conflito directo e frontal (Matos, 2001: 69).

Para a optimização deste relacionamento, terão contribuído questões importantes que, iniciadas muito antes da queda do regime, chegaram por momentos a constituir-se em ameaça de ruptura política ou a pôr em causa «o risco e o equilíbrio concordatário», designadamente quando figuras destacadas do Estado Novo acusaram a Igreja de parecer pouco ou nada interessada em «desautorizar o comportamento de algumas das suas autoridades e estruturas» (Cruz, 1999: 242). Referência especial para um certo movimento de ruptura registado «entre a consciência de muitos católicos» (Pereira, 1999: 643) e para as atitudes críticas e de distanciamento (nem sempre, no entanto, identificadas com o chamado «progressismo») que se foram constituindo em casos «marcantes do episcopado, do clero e dos religiosos»⁷⁰ (Franco, 1989: 409).

De sublinhar igualmente a integração de destacados militantes católicos nas listas eleitorais da oposição (1961 e 1965), a par da sua participação em actividades ligadas à acção directa, como a «revolta da Sé» (1959), em vigílias pela paz, em manifestações (as possíveis) e em mobilizações como aquela que, nas vésperas do 25 de Abril, ao movimentar milhares de activistas (os chamados «católicos progressistas») por todo o país, contribuiu para a «vaga de fundo» que ajudou ao derrube do regime (Pereira, 1999: 643).

Neste contexto, importará ainda referenciar a actividade da Acção Católica, em especial a universitária e operária, que, apesar do declínio iniciado no final dos anos 50, com a denominada «transgressão do tabu político» (Rezola, 1996b: 13), virá a assumir, juntamente com a «percepção de uma recomposição da organicidade católica pós-conciliar», aspectos especialmente ligados a questões de liberdade,

⁶⁹ «Episcopado Português: Um Silêncio Comprometedor» foi o título por mim dado ao texto publicado na *Flama* (24.05.74), na sequência do comunicado emitido por um grupo de padres da Beira Baixa, que se apresentavam como membros de uma Igreja que carregava «consigo o triste e trágico fardo de perto de 50 anos de silêncio cúmplice». Três dias depois (27 de Maio), em documento distribuído à comunicação social, os Cristãos em Reflexão Permanente (CERP) acusavam os responsáveis hierárquicos da Igreja de «silêncio cúmplice», ao terem-se demitido «do seu dever de denúncia» (AAVV, 1977: 62).

⁷⁰ De referir os casos do bispo da Beira (Moçambique), Sebastião Soares de Resende; do Porto, António Ferreira Gomes, e de Nampula (Moçambique), Manuel Vieira Pinto.

participação democrática e Guerra Colonial, «problemas em torno dos quais se desencadeou a ruptura do 25 de Abril» (Ferreira, 1999b: 30).

Acrescente-se ainda, porque importante, uma questão que jamais poderia ser menosprezada pelos novos detentores do poder: o facto de, em sondagem realizada no início dos anos 70, a esmagadora maioria da população (85 por cento dos maiores de 20 anos) se dizer católica. Com a curiosidade relevante de, na tradução comportamental daquelas declarações, cerca de 45 por cento dos inquiridos revelarem que costumavam praticar actos de culto uma ou mais vezes por semana; os nascimentos traduzirem-se maioritariamente em baptismo e mais de quatro quintos dos casamentos contarem com a presença de um padre católico (Ipope, 1973: 25). Estas percentagens viriam, aliás, a ser confirmadas, tempos depois (Fevereiro de 1977), através de um inquérito sobre a prática religiosa, da responsabilidade do Episcopado, segundo o qual mais de um quarto da população portuguesa maior de sete anos participava regularmente na missa dominical, sendo que essa percentagem era superior a 40 por cento na província eclesiástica sediada na arquidiocese de Braga e constituída ainda pelas dioceses de Bragança-Miranda, Coimbra, Lamego, Porto, Vila Real e Viseu⁷¹ (Silva, 1979).

A estes dados importa juntar o facto de a Igreja dispor de uma importante capacidade de intervenção advinda da actividade religiosa «portadora de um significado social relevante no contexto da sociedade e da cultura portuguesa»; contar com um conjunto alargado de infra-estruturas e instalações, meios técnicos e financeiros, incluindo lugares e templos de «elevado valor simbólico»; e poder, publicamente e sem restrições, julgar, avaliar, opinar e até mesmo apelar em relação a factos e situações concretas, tomando por referência os próprios «critérios doutrinários» e as suas «propostas de organização social» (Antunes, 1982: 1150-1153). Ou seja, eram católicos a esmagadora maioria dos Portugueses e a Igreja era uma «instituição incontornável» da sociedade, com uma «organização multimoda» presente em muitos dos mais influentes sectores da vida social, incluindo o voluntariado (Matos, 2001: 64-66).

A propósito dessa «presença», cite-se como exemplo o ensino, em estabelecimentos próprios ou como «espaço de intervenção» nas escolas pertencentes ao sistema oficial; a saúde e a assistência social (das misericórdias, a organizações como a Caritas) ou a comunicação social, cuja principal força residia nos jornais diocesanos, a desfrutarem, então, de bastante leitura e algum prestígio (Matos, 2001: 64-66). E mesmo que, em relação aos media, sejam realmente distintos o poder formal e o poder efectivo, e a proclamada importância possa, na prática,

⁷¹ Não se faz referência à diocese de Viana do Castelo, que apenas foi criada alguns meses depois (Novembro de 1977), com fronteiras territoriais coincidentes com as do distrito com o mesmo nome. Tal facto, no entanto, não altera em nada os dados, já que, na ocasião, a totalidade da sua população integrava a diocese de Braga.

ser mais aparente que real, o facto é que os meios de comunicação social são «um dos principais instrumentos de que a Igreja se serve para fazer a sua intervenção social, no plano das ideias e das opiniões». Além de que foi nesta área, a par da acção sociocaritativa (uma expressão consagrada nos próprios meios eclesiais), do ensino e da educação que a Igreja concentrou, designadamente a partir da última metade do século passado, a maior quantidade e, provavelmente, «a maior intensidade de acções e recursos» (Antunes, 1982: 1151).

Em prol de meios de comunicação social próprios

Apesar de a reacção inicial por parte das autoridades eclesiásticas portuguesas, em relação ao 25 de Abril, ter sido de reserva (talvez à espera de «indicadores de consolidação da ruptura instaurada»), em contraste com a «atitude confiante e de acessibilidade» revelada pela Santa Sé e por um conjunto de católicos, que se decidiram de imediato pela organização em movimentos constituídos de forma espontânea, predominantemente urbanos, independentes da tutela hierárquica e reflectindo «uma expressão de protagonismo militante conquistado pelo laicado e pelo clero» (Santos, 2005b: 110-117), o facto é que, na opinião de Salgado de Matos (2001: 125), a Igreja, além de ter procurado a unidade dos crentes, assumiu desde logo uma «estratégia defensiva e prudente», de modo a não pôr em causa a sua «capacidade de enquadramento» e de ágil adaptação ao novo ambiente social e, se necessário, melhor poder enfrentar um novo Estado «potencialmente hostil».

Dito por outras palavras: em contraste com as declarações públicas de alguns membros da hierarquia, a publicação de textos *incendiários* em vários jornais de inspiração cristã e do envolvimento, directo ou indirecto, de conhecidos membros do clero em acções pouco condizentes com a democracia, a Igreja oficial soube, no dizer de Fernando Rosas (2008: IX), ser discreta, fazendo o essencial em momento oportuno, isto é, «sair da fotografia final da agonia do velho regime, escolher o cavalo certo na disputa pela hegemonia durante o período revolucionário, sobreviver incólume e sem ter de dar explicações» acerca do seu passado político.

Talvez, de facto, a razão esteja do lado dos politólogos e historiadores referenciados por Paulo Fontes (2002: 296-297) que, segundo ele, consideram ter a Igreja Católica funcionado, no período imediato ao 25 de Abril, como «uma força moderadora», que, além de favorecer «o acatamento da democracia», impediu «a instrumentalização política das manifestações religiosas». Ou seja, independentemente das razões mais ou menos estratégicas que terão presidido a esta atitude (ainda que sem pôr em causa a alteração de aspectos considerados fundamentais à sua essência e missão, «a adaptação ao novo regime surge-lhe como condição necessária» à «própria sobrevivência»), o facto é que a postura da Igreja, no decorrer deste tempo, terá sido bastante «mais conciliatória do que desagregadora» (Monteiro, 1995: 376).

A modos de quase conclusão, poderá dizer-se que, enquanto da parte da generalidade dos políticos sempre foi recusada a existência de qualquer questão religiosa, a Igreja (membros da hierarquia e alguns leigos) procurou, por seu turno, «doutrinar a democracia», invocando «os valores democráticos da revolução para condenar excessos ou formular directrizes», em simultâneo com uma participação na vida política e social «com entusiasmo e sem constrangimentos» (Franco, 1984: 410).

Na prática, com mais ou menos acções mobilizadoras, com maiores ou menores dificuldades, incluindo razões estratégicas, algumas das quais ditadas por ocasionais interesses político-partidários, foram-se acordando soluções para problemas que, à partida e no mínimo, prometiam demora e ameaçavam controvérsia. Vale, como exemplo, a assinatura entre o Terceiro Governo Provisório e a Santa Sé (Fevereiro de 1975) de um protocolo adicional à Concordata de 1940, em que, com conhecimento e aceitação da Igreja portuguesa, foi resolvida a polémica questão da indissolubilidade dos casamentos católicos à luz do Direito Civil. E, assim, uma das questões tidas por mais polémicas foi fácil e pacificamente resolvida.

Apesar de tudo, registaram-se acontecimentos e multiplicaram-se declarações, que, por mais de uma vez, chegaram a ameaçar a estabilidade de um relacionamento a exigir atenção permanente e alguma prudência.

De referir, como exemplo, o envolvimento, directo ou indirecto, de membros do clero com responsabilidades locais em alguns dos «piores aspectos do activismo da extrema-direita», como «incêndios de sedes, actividades terroristas, etc.» (Rosas, 2008: IX); a criação, a pretexto do «caso Renascença» e «como repúdio pelos confrontos» ocorridos junto ao Patriarcado, de uma «frente católica», contestando o poder político vigente, através de manifestações no Norte e Centro do País (Ferreira e Rezola, 1993: 264), ou, aquando do debate sobre a liberalização do aborto, as referências feitas a «um país de assassínios que estaria em preparação» (Cf. *Expresso*, 04.02.84).

A tudo isto haverá que acrescentar-se a dimensão confessional assumida por iniciativas políticas em que, de acordo com denúncias feitas pela própria Conferência Episcopal (Carta Pastoral *Contributo dos Cristãos para a Vida Social e Política*), havia vários a utilizarem abusivamente o nome cristão e ainda a arvorarem-se em defensores exclusivos ou privilegiados do «pensamento e interesse da Igreja» (CEP, 1978: 150).

Tanto para os responsáveis políticos, como para os dirigentes do MFA, nem sempre, no entanto, foi fácil compatibilizar a sua «atitude pacificadora» com a ocupação de seminários e salões paroquiais; a ofensiva feita a Fátima e ao proclamado «reacionarismo político do Santuário»; a reprodução na comunicação social, incluindo a estatizada, de imagens caricaturadas do clero; as recorrentes polémicas em redor da liberdade de ensino, nomeadamente a sua concretização em relação ao ensino religioso nas escolas; os ataques à imprensa católica regional que, afora o púlpito, era considerada o principal meio de comunicação da Igreja; e o

«caso Renascença» que, no «quadro das questões pontuais e no âmbito estrito das relações Igreja-poder político», ter-se-á constituído no «conflito por excelência» (Matos, 2001: 79-81; Monteiro, 1995: 372-375, e Santos, 2005b: 104-105). E não, por certo, pela sua duração, mas sobretudo pela transformação de uma luta laboral/empresarial num processo bastante mais complexo e alargado.

Iniciado quase de imediato ao golpe militar, o conflito arrastou-se ao longo de meses, com o poder político, enredado em contradições, a não conseguir uma resposta para a solução da irregularidade: enquanto, no Porto, os emissores permaneciam na dependência da Igreja, os de Lisboa estavam ocupados por uma comissão de trabalhadores que, apoiada em organizações sindicais e partidárias maioritariamente ligadas à esquerda revolucionária, pretendia impedir o despedimento de 11 funcionários admitidos sem o consentimento da entidade patronal.

Pelo meio, aconteceram manifestações e contramanifestações, com confrontos e forças militares que, chamadas a intervir, se mostraram «hesitantes, senão mesmo impotentes» (Ferreira e Rezola, 1993: 264); assaltos retaliadores a sedes de partidos de esquerda; comunicados e notas assinadas pelo Conselho da Revolução e Conferência Episcopal (foi a questão que maior número de intervenções motivou por parte da CEP); declarações de bispos e de membros do Executivo e uma conferência de imprensa do conselho de gerência da Renascença, classificando o caso de «atentado a uma Igreja verdadeiramente livre», podendo, em caso de não resolução, «atingir um ponto de ruptura» entre essa mesma Igreja e o Estado (Cf. *Diário de Notícias*, 09.06.75).

Tudo isto a culminar, no dia 7 de Novembro de 1975, com a destruição à bomba do emissor instalado na Buraca (arredores de Lisboa), por tropas pára-quedistas, às ordens de um Executivo que, pelos vistos, não conseguiu encontrar outro modo de se fazer respeitar...

Constituído desde o início e mercê, por um lado, da actuação dos trabalhadores contestatários e, por outro, do conselho de gerência, que, para o efeito, contou com a confiança e colaboração das entidades eclesiásticas, clara e publicamente assumidas pela CPE, em nota datada de 27 de Setembro de 1974 (Cf. *Voz Portucalese*, 05.10.74), cedo o Episcopado entendeu que na resolução ou não-resolução do caso se jogava muito da sua autonomia na nova sociedade democrática. Em causa, na opinião de Paula Santos, não apenas «ter ou não meios de comunicação social próprios ou sujeitar-se ao que o Estado estivesse disposto a conceder unilateralmente» (dilema que, aliás, já se havia colocado nos anos 30, com o Estado Novo), mas também «assegurar para si um regime de excepção» em questões tão importantes para a Igreja como o ensino ou a assistência social. Simultaneamente, o «caso» funcionou ainda como processo agregador em redor da figura do patriarca de Lisboa, D. António Ribeiro; mobilizou muitos dos círculos católicos para uma luta em prol da liberdade da Igreja e serviu de garantia (e salvaguarda) da «autonomia e liberdades religiosas» por parte do poder político (Santos, 2005b: 247-249).

Um bem indispensável ainda que complexo

Findo o período revolucionário, com a estabilização das instituições democráticas a ser acompanhada por uma «normalização das relações» entre a Igreja e o Estado (Ferreira e Rezola, 1993: 271), e resolvido o «caso Renascença», na sequência do qual a hierarquia procurou um «*low-profile* relativamente à barganha político-militar propriamente dita» (Rosas, 2008: IX), diminuíram grandemente os conflitos entre os poderes político e religioso, que apenas ressurgirão «em momentos pontuais e situações bem definidas» (Ferreira e Rezola, 1993: 266-270). Mesmo quando em discussão estiveram questões importantes, algumas das quais a merecerem, por parte dos bispos, o epíteto de *fracturantes* «em relação à tradicional cultura portuguesa» ou «em relação à influência da doutrina da Igreja na sociedade» (CEP, 2001).

De citar, entre as mais relevantes, a Lei de Bases do Ensino Privado e Cooperativo; o planeamento familiar, em especial a divulgação de métodos contraceptivos artificiais e medidas afins; a nova concepção institucional do Direito de Família (em causa, o entendimento da Igreja sobre a família e o seu espírito); a legislação sobre património cultural, incluindo os bens do Estado permanentemente afectos ao serviço da Igreja; o estatuto referente às aulas de Educação Moral e Religiosa; e a revisão da Concordata de 1940 e sua posterior regulamentação, sobretudo no referente à assistência religiosa nas Forças Armadas e de Segurança, nos hospitais e nos estabelecimentos prisionais.

A estas haverá que acrescentar-se ainda a proposta governamental relativa à legalização do casamento civil de pessoas do mesmo sexo⁷² (que motivou uma petição

⁷² Apesar de alguns bispos, como D. Manuel Martins (emérito de Setúbal) ou D. Ilídio Leandro (Viseu) terem classificado a proposta de provocação à consciência cristã dos Portugueses e de «infeliz, despropositada e injusta» (Ag. Ecclesia, 23.12.09); de outros, como D. Manuel Clemente (Porto), terem declarado que o casamento entre pessoas do mesmo sexo poder ser «contratuavelmente aceitável», mas nunca em termos familiares (Ag. Ecclesia, 03.10.09) e do arcebispo de Braga e presidente da CEP, D. Jorge Ortiga (*Público*, 21.12.09), ter louvado a «coragem» dos promotores do referendo, cujo abaixo-assinado foi disponibilizado em muitas sacristias, o facto é que, na prática, prevaleceu o princípio bem resumido em título de um despacho da Agência Ecclesia, de 9 de Novembro de 2009: «Bispos não querem conflito com o Governo.» Idêntica é a posição do porta-voz da CEP, padre Manuel Morujão, que, depois de considerar que a iniciativa não poderia ser considerada uma provocação, porque «é o que o Governo pensa sobre a vida e a família» (Ag. Ecclesia, 09.11.09), evoca a nota pastoral *Em Favor do Verdadeiro Casamento*, onde o Conselho Permanente da CEP, ao mesmo tempo que rejeita «todas as formas de discriminação ou marginalização das pessoas homossexuais», considera que a união entre pessoas do mesmo sexo jamais poderá ser equiparada à família «estavelmente constituída através do casamento entre um homem e uma mulher» (Ag. Ecclesia, 20.02.09). De referir ainda uma carta dirigida à comunidade cristã de Lisboa, onde D. José Policarpo, esclarecendo embora que continuava a considerar a iniciativa uma «alteração

à Assembleia da República visando a realização de um referendo) e, porventura acima de todas, a referente à despenalização do aborto, que se terá revelado como «a mais complexa e melindrosa», a ponto de ter levado «à mobilização dos católicos em grandes manifestações de protesto» e ameaçado o bom relacionamento existente entre os dois poderes. Houve, então, dirigentes políticos a insurgirem-se contra o que classificavam de interferência da Igreja no foro político e civil (o reacender de uma velha questão) e membros da hierarquia a incitarem «todos os cristãos e outros cidadãos à desobediência civil e à objecção de consciência» (Ferreira e Rezola, 1993: 268-269).

Excepção feita ao «caso» do aborto e sua legalização, que motivou, inclusive, a realização de dois referendos, talvez, na prática, tenham sido as questões referentes à comunicação social aquelas que atingiram maior dimensão pública: pela importância que lhes foi atribuída pela generalidade dos meios de inspiração cristã, mas ainda e principalmente porque, «se não é possível contemplar» o nosso tempo sem os media, também, segundo o padre António Rego (2000: 331), não será possível olhar a Igreja «sem a relacionar com a aquisição mais complexa» do século passado, ou seja, os fenómenos associados à comunicação, seja ela a escrita, a oral ou a visual. E a hierarquia tem do facto consciência, mesmo quando sente dificuldades em passar da teoria à prática, ou seja, com ela se relacionar...

Talvez se possa, pois, dizer que, apesar de subsistir algo do antigo contencioso existente entre a hierarquia e os media,⁷³ além do facto de a pastoral da comunicação continuar a ser olhada como questão menor e, independentemente da incapacidade para aproveitar cabalmente todas as potencialidades da imprensa regional de inspiração cristã (o espírito de *capela* continua presente no relacionamento interdiocesano e interparoquial)⁷⁴, também não é menos verdade que a Igreja sabe que, quanto a si e para a transmissão alargada da sua mensagem, jamais poderá abdicar destes «novos púlpitos».

grave», reconhece, no entanto, a legitimidade legislativa do Estado. Acrescenta ainda que a hierarquia jamais utilizará «formas públicas de pressão política», ainda que os cristãos, «no exercício do seu direito de cidadania», sejam livres de as «promover ou de nelas participar» (*Expresso*, 24.12.09).

⁷³ Para o padre Eloy Pinho (1992a: 91), então director regional (Norte) da Renascença, o contencioso entre Igreja e comunicação social, além de antigo, era «feito de suspeitas mútuas e de recíprocas ameaças».

⁷⁴ Tudo parece indicar que as dificuldades para a concretização de um projecto de imprensa comum a várias dioceses passam pelo facto de o principal órgão de direcção diocesano ser o bispo, que concentra em si o poder para «estruturar e conduzir a actividade da Igreja em todos os aspectos». E ainda que a CEP detenha a faculdade exclusiva de «exprimir posições em nome da Igreja em Portugal, ao nível nacional» e «de modo oficial», ela «é mais um órgão de coordenação» do que de direcção, não exercendo, em relação a cada diocese, qualquer «poder superior» ao do bispo (Antunes, 1982: 1148).

É, aliás, neste contexto que se deverão entender muitas das questões que, respeitantes à comunicação social, têm colocado frente a frente a Igreja e o Estado, já depois de institucionalizada a democracia. Com a Renascença a ocupar uma vez mais o centro da polémica.

Aconteceu aquando do debate parlamentar sobre a Lei da Rádio (finais de 1986 e primeiros dias de 1987), sobretudo em relação ao artigo que, aprovado por maioria, pretendia retirar àquela estação emissora uma rede nacional de FM, que, a título «precário e provisório», lhe havia sido concedida pelo Executivo, em despacho datado de 3 de Outubro de 1985, nas vésperas de um acto eleitoral.

Reunido para o efeito, o Conselho Permanente da CEP, depois de classificar de reprovável «o comportamento da maioria parlamentar», denunciar a «grave injustiça cometida» e classificar o diploma legislativo de «estatizante, de cariz totalitário» e não respeitador da «justa autonomia e correcta liberdade de expressão da Igreja e das entidades privadas», alertava os católicos para «a gravidade da questão e suas eventuais consequências» (CEP, 1991: 362).

Perante tais afirmações, as declarações públicas de destacados membros da hierarquia e as questões que, colocadas em forma de interrogação, pelo órgão oficial do Secretariado das Comunicações Sociais (*SAC*, 07.01.87⁷⁵), foram reproduzidas por muitos jornais regionais de inspiração cristã e serviram de mote a variadas homilias dominicais, houve quem tenha considerado que se estava perante um conflito quase tão duro como o registado em relação à discussão da lei do aborto. A ponto de a Igreja ter passado «a dirigir-se já não apenas ao comunismo, mas aos socialistas e ainda às forças da Maçonaria, a cuja influência em diversas sedes de poder» atribuía «algumas das referidas causas de atrito» (Franco, 1989: 418).

Como titulava *O Jornal*, na sua edição de 9 de Janeiro de 1987,⁷⁶ era «a polémica em tom de cruzada». Ou como, uma semana antes, escrevera Carlos Cruz, então director-adjunto do semanário *O Ribatejo*, perante essa espécie de «guerra santa» que a questão do licenciamento radiofónico tinha acabado de desencadear, a Igreja, goradas «as esperanças de domesticar as consciências dos que votaram a lei», passou a excomungá-los, acusando-os de terem cometido o pecado de «jacobinismo e de maçonaria» (*O Ribatejo*, 02.01.87).

⁷⁵ Sob o título de «As Leis e os Homens», interrogava o *SAC*: «Que crédito merecem os deputados» que, «em nome da democracia, têm assento no Parlamento, mas, contra a Democracia de um povo que nem sequer é ouvido, embora ouça rádio, votam uma lei que vai contra os interesses do vasto auditório que escuta a Rádio Renascença?» E ainda: «Que interesses obscuros estarão por detrás da actuação daqueles que procuram restringir a acção da Igreja, através dos seus canais de emissão?»

⁷⁶ Nesse texto, Afonso Praça referenciava o facto de a Lei da Rádio ser «tema de homilias» em todo o País, com a questão a ser «colocada incorrectamente e a realidade distorcida».

Finda a «guerra da rádio», inicia-se a «batalha da televisão», ainda que com significativo atraso, já que lento, muito lento mesmo, foi o processo da sua abertura ao sector privado: de facto, entre a aprovação, pela Assembleia da República, da revisão constitucional, que tornou possível a sua utilização por parte de operadores privados, e o anúncio dos vencedores do concurso, decorreram exactamente 32 meses, quase três anos. É que, como escreve Mesquita (1992: 21), durante o seu primeiro mandato como primeiro-ministro, Cavaco Silva preferiu adiar a decisão, «gozando as delícias da TV governamentalizada».

Tomando por base o argumento, segundo o qual «seria inaceitável que a televisão em Portugal ficasse, à partida, exclusivamente entregue» aos poderes político e económico (CEP, 1991: 244); insistindo no princípio de que, para o prosseguimento das suas actividades, jamais abdicaria dos direitos constitucionais de utilizar meios de comunicação próprios, incluindo a televisão (*Idem*: 380-381); escrevendo notas que viriam a ser lidas e comentadas em muitas igrejas; e evocando «compromissos assumidos» e «expectativas criadas» (a primeira promessa, feita por Sá Carneiro, aconteceu dias antes das eleições de Outubro de 1980), a Igreja saiu vencedora desta peleja, com o seu peso, como grupo de pressão, fortemente reforçado.

Neste contexto ainda, uma referência para o instituto do porte pago, que, representando mais de 80 por cento do total das ajudas estatais concedidas à imprensa e rádios locais, estava, segundo Arons de Carvalho (PS) e Barreiras Duarte (PSD-CDS/PP), responsáveis governamentais pelo sector em executivos sucessivos, longe de atingir os objectivos propostos aquando da sua instituição. Mais do que um incentivo ao aumento do índice de leitura, o porte pago integral parecia antes um incentivo «à fraude e à preguiça, afectando os projectos profissionais» em detrimento da «mera expedição de milhares de exemplares para pessoas que nunca fizeram qualquer assinatura nem tencionam pagá-la» (Carvalho, 2003: 7).

Independentemente da eventual constatação destas realidades e de haver até quem tenha classificado a decisão de peça essencial «numa espécie de alteração do curso da história recente das políticas de comunicação social em Portugal», a ponto de se poder dizer que, pela primeira vez, se vislumbrava não apenas o «esboço de uma política integrada» para a imprensa local e regional, mas sobretudo (e finalmente) a inversão da marcha de um sector a viver um «estado de letargia nada condizente» com a sua importância (Ferreira, 2008: 77-81), o facto é que a contestação não demorou muito a acontecer, incluindo, no caso, membros da hierarquia eclesiástica, em especial responsáveis pela área dos media e directores de publicações.

Além do então presidente da Comissão Episcopal das Comunicações Sociais, D. João Alves (*Jornal de Notícias*, 21.09.01), ter classificado a decisão governamental de «desagradável» e «injusta» e do facto de alguns jornais terem colocado tarjetas a negro na primeira página, onde se podia ler «Estamos de luto – o Governo quer matar a imprensa regional», talvez, no entanto, a reacção mais dura tenha

pertencido ao director do SNCS, António Rego, que, em nota publicada na primeira página da *Ecclesia* (06.02.01), considerava que o corte parcial do porte pago iria sobretudo afectar os mais de 400 títulos católicos que integram o sector da imprensa regional/local.

Depois de classificar a decisão de, «no mínimo», ambígua, a que juntava outros casos entretanto registados (a «confusão» gerada em redor do estatuto das aulas de Educação Moral e Religiosa ou a «retirada imprevista de subsídio histórico» à Universidade Católica), para concluir que não se estava perante «acidentais coincidências», acrescentava Rego: «A Igreja Católica tornou-se uma espécie de inimigo secreto. São postas no mesmo saco todas as religiões não por rigor teológico, mas por ser mais fácil arrumar essa pedra que lhe entrou no sapato. Esquece-se que a Igreja faz parte da nossa história, cultura, arte, evolução, saúde, e está presente nos grandes momentos do País».

À semelhança de outros responsáveis em outras ocasiões, também o director do SNCS aproveitava a ocasião para recordar o facto de os católicos constituírem 90 por cento da população, não podendo, por isso, «ser confundidos com grupos minúsculos, muitos deles, como é sabido, de criação recente e resistência duvidosa» (*Ecclesia*, 06.02.01).

Posição idêntica foi assumida pelo director da *Voz Portucalense*, M. Correia Fernandes, ao defender que a tendência iniciada há uns anos («1995, creio») de acabar com a «prerrogativa do porte pago» constitui a «clara constatação» de que a imprensa regional, particularmente a de inspiração cristã («talvez a de maior qualidade informativa e cultural»), tem vindo a ser considerada «como *res non grata*». Ou seja, além de não merecer «a aceitação do poder político instituído», a imprensa da Igreja era, quanto a si, vítima de «uma progressiva animosidade» (Fernandes, 2008).

Apesar dos protestos e das palavras entretanto ditas e escritas, cedo, no entanto, a hierarquia terá entendido que a reconfiguração do sistema de porte pago não poderia jamais ser olhada como uma questão religiosa, nem visava especialmente a imprensa de inspiração cristã. Como, no VII Congresso da AIC (Novembro de 2008), afirmou Carlos Camponez (2008: 14-15), o que realmente estava em causa era, antes e sobretudo, o privilegiar de «uma comercialização dos conteúdos e da empresialização dos projectos editoriais», em que os títulos mais amadores, «entre eles muitos ligados à Igreja», teriam de se repensar, reestruturar, ganhar dimensão, reposicionar-se no mercado, através, por exemplo, da fusão ou de outras medidas conducentes à convergência e concentração. Ou seja, independentemente das vantagens ou problemas trazidos pela alteração do modelo, a questão de fundo é esta: passará a sobreviver mais facilmente quem o «mercado decidir manter naturalmente» e não quem o Estado decidir «segurar artificialmente» (Ferreira, 2008: 83).

3. Os jornais e suas circunstâncias

Apesar de constituírem apenas cerca de 10 por cento do total das publicações de inspiração cristã, é entre os semanários, no entanto, que se situa a grande fatia dos jornais que, propriedade da Igreja ou de organismos, instituições e empresas dela dependentes, podem realmente classificar-se de regionais.⁷⁷

Assim e para além das dioceses de Angra e Funchal, que extravasam o âmbito deste trabalho, de fora fica também a do Algarve, que, desde Janeiro de 2008, com a passagem a quinzenário do *Folha do Domingo*, deixou de publicar qualquer semanário regional.

Tratou-se, de acordo com os responsáveis, de uma decisão ditada pelas «baixas receitas» geradas pelo jornal, consequência do «reduzido número de subscritores» a pagarem atempadamente a assinatura, da «diminuta carteira de publicidade» e das novas «exigências do Estado» em relação ao porte pago (Ag. Ecclesia, 27.12.07).⁷⁸

Igualmente, ainda que por razões diferentes, também nenhum jornal de Braga é tido em conta, já que, apesar de ser uma das dioceses com mais publicações, incluindo algumas das de maior tiragem e divulgação nacional, apenas detém,

⁷⁷ Recordando o que atrás se diz, entende-se por regional a publicação que, além de dedicar de forma regular «mais de metade da sua superfície redactorial a factos ou assuntos de ordem cultural, social, religiosa, económica e política» respeitantes a uma determinada comunidade, não depende «de qualquer poder político, inclusive o autárquico» (do Estatuto da Imprensa Regional) e cobre, em termos noticiosos e de distribuição, um distrito ou um território similar, no caso, uma diocese.

⁷⁸ Com a média de 12 páginas e uma tiragem próxima dos 3000 exemplares, aquele quinzenário passou a limitar a informação de «carácter generalista regional», confinando-a «a apontamentos pontuais» que habitualmente não ultrapassam uma página por edição. Como se recorda, o *Folha do Domingo* foi um dos títulos sugeridos, em 2004, pelo bispo de Beja, D. António Vitalino, para integrar o projecto de um eventual jornal interdiocesano para as dioceses que constituem a Província Eclesiástica de Évora (Algarve, Beja e Évora), juntamente com o *Notícias de Beja* e *A Defesa* (Évora).

em termos de imprensa generalista da Igreja com dimensão regional, um diário – o *Diário do Minho*⁷⁹.

Por outro lado e independentemente da sua qualidade, do facto de se tratar de um semanário que cobre os acontecimentos de toda a diocese e com uma tiragem média da ordem dos 15 000 exemplares, também a *Voz da Verdade*, do Patriarcado de Lisboa, não integra esta lista. É que, além do mais, se está perante uma publicação que, criada com o objectivo de ser «um semanário popular de vulgarização religiosa» (do decreto de constituição, em 1931), sempre tem privilegiado a acção pastoral e litúrgica, (Ag. Ecclesia, 16.01.07).⁸⁰ Ou seja, lançado numa cidade onde, a par da existência de uma multiplicidade de jornais laicos, se encontrava sediado o *Novidades*, propriedade da própria Igreja, os seus responsáveis terão porventura considerado que, mais do que *concorrente*, aquele jornal devia antes posicionar-se como *complemento*. E assim tem continuado. Neste contexto, optou-se, em relação a Lisboa, pelo semanário *Badaladas*, que, não sendo propriamente uma publicação regional diocesana, é propriedade da Igreja, através da Fábrica da Igreja Paroquial de São Pedro e Santiago, de Torres Vedras, abrangendo, em termos de cobertura noticiosa e de audiência, parte alargada da denominada zona do Oeste.

Questão similar, ainda que com dimensão diferente da registada em relação à *Voz da Verdade*, se coloca em relação a outros jornais, como o *Notícias de Setúbal*, cujas páginas semanalmente disponíveis (oito) são preenchidas com textos versando questões religiosas ou catequéticas e notícias referentes às actividades da Igreja, especialmente a local. Foi fundado em Novembro de 2001, com o objectivo de ser, de acordo com D. Gilberto dos Reis, «mais um órgão para ajudar toda a diocese a ser mais mistério de comunhão para a missão» (*Notícias de Setúbal*, 23.11.01). Quase o mesmo se poderá dizer em relação ao *Notícias de Beja*, cujas páginas são maioritariamente preenchidas por artigos de opinião, versando questões religiosas ou afins; com a transcrição de documentos pontifícios e da CEP, de cartas pastorais, homilias e reflexões dos bispos, especialmente o diocesano, e ainda textos referentes aos diferentes tempos litúrgicos, a chamada «liturgia da palavra».

Está-se, no fundo, perante publicações que só latamente poderão ser classificadas de regionais. Mesmo tendo em conta a amplitude da definição contida no Estatuto da Imprensa Regional, segundo a qual são funções específicas dos jornais regionais

⁷⁹ Contando com delegações em Guimarães e Viana, distrito onde o jornal vende cerca de 10 por cento da sua circulação paga; com uma média de 40 páginas por edição, a que se junta um alargado conjunto de suplementos, e com uma venda diária a rondar os 5000 exemplares (APCT, Outubro de 2009), o *Diário do Minho* (fundado em 1919) é o único diário detido pela Igreja em todo o Continente.

⁸⁰ Em texto publicado no primeiro número, o cardeal Cerejeira sublinhava o facto de a *Voz da Verdade* pretender ser, sobretudo e «em toda a parte, um eco da voz do pastor, fixando-a e divulgando-a pela imprensa, a fim de melhor instruir os que a ouvem» (Ag. Ecclesia, 16.01.07).

promover a informação respeitante às diferentes regiões «nas suas múltiplas facetas» e contribuir «para o desenvolvimento da cultura e identidade regional através do conhecimento e compreensão do ambiente social, político e económico das regiões e localidades, bem como para a formação das suas potencialidades de desenvolvimento».

Algo idêntico, ainda que menos acentuadamente, se verifica em relação a outras publicações, como o *Notícias de Viana*, o *Correio de Coimbra* ou a *Voz de Lamego*, onde as notícias regionais de carácter generalista raramente ultrapassam os 30 por cento do espaço médio disponível, que oscila entre as oito páginas, no caso dos órgãos das dioceses de Coimbra e Viana, e as 12/16 do «semanário diocesano regionalista» de Lamego. Curiosa é também a situação registada em relação ao semanário do Porto *Voz Portucalense*⁸¹, onde, a par de textos versando questões culturais, sociais e de educação, mais de metade do espaço disponível (entre oito a 12 páginas) é preenchido por informação ou análise sobre temas religiosos. Além de que cada edição integra uma média aproximada de dezena e meia de artigos de opinião.

Em causa, pois, um conjunto de jornais que, na prática, pouco de comum têm com outros que, também propriedade da Igreja, são, no entanto, apropriadamente considerados regionais. É o caso, por exemplo, dos semanários *Reconquista*, *Badaladas*, *Mensageiro Notícias*, *A Voz de Trás-os-Montes*, *Notícias da Covilhã*, *O Almonda* ou *A Guarda*, que, independentemente do número de páginas e para além da publicação de artigos de opinião versando questões religiosas e de eventuais destaques dados a acontecimentos ligados às comunidades paroquiais, apenas dedicam a média de sete a oito por cento do seu espaço (cerca de duas páginas por edição) a temas eclesiais.

Apesar das disparidades existentes entre estas publicações e as atrás referenciadas como predominantemente confessionais, sempre, no entanto, todas elas têm sido considerados generalistas: tanto no entendimento da maioria dos seus leitores, como por parte das empresas de estudos de mercado, como ainda em termos legais, incluindo a legislação respeitante à atribuição da carteira profissional de jornalista e às próprias condições de acesso aos subsídios estatais.

Neste contexto mais alargado, serão, pois, considerados como regionais os seguintes semanários da Igreja: *O Almonda* (Torres Novas, diocese de Santarém), *Badaladas* (Torres Vedras, Lisboa), *Correio de Coimbra*, *Correio do Vouga* (Aveiro), *A Defesa* (Évora), *A Guarda*, *Jornal da Beira* (Viseu), *O Mensageiro* (Leiria-Fátima),

⁸¹ Fundado em Janeiro de 1970, na sequência do regresso de D. António Ferreira Gomes, a *Voz Portucalense* é a *herdeira* de *A Voz do Pastor*, até então e desde 1921, órgão oficial da diocese. Com a alteração de nome, pretenderam os seus responsáveis significar a mudança anunciada pelo Vaticano II, em que, mais do que o pensamento do *chefe*, o importante mesmo era atender à opinião do povo de Deus, na sua diversidade constituída por bispos, presbíteros, diáconos, religiosos e leigos.

*Mensageiro Notícias*⁸² (Bragança-Miranda), *Notícias da Covilhã* (Guarda), *Notícias de Beja* (Beja), *Notícias de Viana*, *Reconquista* (Portalegre-Castelo Branco), *Voz de Lamego*, *A Voz de Trás-os-Montes* (Vila Real), *A Voz do Domingo* (Leiria-Fátima) e *Voz Portucalense* (Porto).

Vendida por assinatura e dirigida por padres

Através da *leitura* dos diferentes jornais (uma edição datada de Novembro de 2008, três de um período compreendido entre os dias 1 de Fevereiro e 31 de Março de 2009, uma de Outubro desse mesmo ano e uma outra de Fevereiro de 2010)⁸³ e dos dados obtidos através da realização de entrevistas a profissionais do sector, a maioria dos quais ligados a essas mesmas publicações, juntamente com um questionário «auto-administrado»,⁸⁴ que mereceu resposta por parte de todos os jornais, há conclusões importantes a reter. A começar pelo facto de, à partida, se poder dizer que se está perante uma imprensa vendida por assinatura, quase inteiramente dirigida por padres, com redacções constituídas por profissionais de bom nível escolar e com uma tiragem da ordem dos 5000/6000 exemplares por edição: 23 por cento até 3000, 41 por cento entre 3001 e 5000, 18 por cento entre 5001 e 10 000 e iguais 18 por cento com mais de 10 000.⁸⁵

⁸² Em 9 de Setembro de 2010, o jornal recuperou o seu título de sempre, ou seja, voltou a chamar-se *Mensageiro de Bragança*.

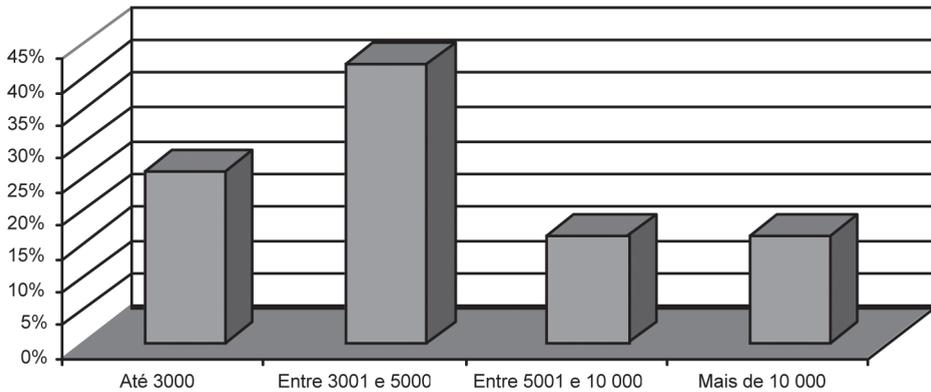
⁸³ Para limitar eventuais distorções, houve o cuidado de fazer com que nenhuma das edições seleccionadas coincidisse com períodos considerados atípicos, como as férias de Verão (Agosto), época em que, além de alguns jornais suspenderem a publicação pelo espaço de duas ou três semanas «para descanso do pessoal», o menor número de acontecimentos passíveis de serem notícia podem descaracterizar o produto. Precaução idêntica foi tida em relação aos períodos de Natal e Páscoa (este, alargado ao tempo quaresmal) que, pela importância assumida no calendário litúrgico, distorcem mais facilmente o conteúdo dos jornais, tanto em termos de notícia como de opinião.

⁸⁴ Tentando minimizar os perigos apontados por Quivy e Campenhoudt (1998: 188-189), especialmente em relação ao facto de, neste tipo de inquéritos, os respondentes poderem interpretar de modo desigual as questões, sempre que se registaram respostas em branco ou houve dúvidas em relação a outras, procedeu-se a um esclarecimento via telefone. Simultaneamente, cruzaram-se esses dados com os disponibilizados por associações representativas do sector, organismos de controlo e instituições ligadas à Igreja, designadamente AIC, Agência Ecclesia ou *Anuário Católico*. De referir ainda que se assumiu o compromisso da não individualização das respostas, de modo a assegurar a sua inteira confidencialidade.

⁸⁵ De acordo com números publicados em diferentes edições dos meses de Janeiro e Fevereiro de 2010 e que, tudo o indica, estão muito próximos da realidade, é a seguinte a tiragem média dos semanários regionais da Igreja: *Almonda* (O), 4900; *Badaladas*, 11 000; *Correio de Coimbra*, 3100; *Correio do Vouga*, 3750; *Defesa* (A), 5000; *Guarda* (A), 5500; *Jornal da Beira*, 4000; *Mensageiro* (O), 3000; *Mensageiro Notícias*, 10 000; *Notícias da Covilhã*, 5000;

Tiragem média por edição

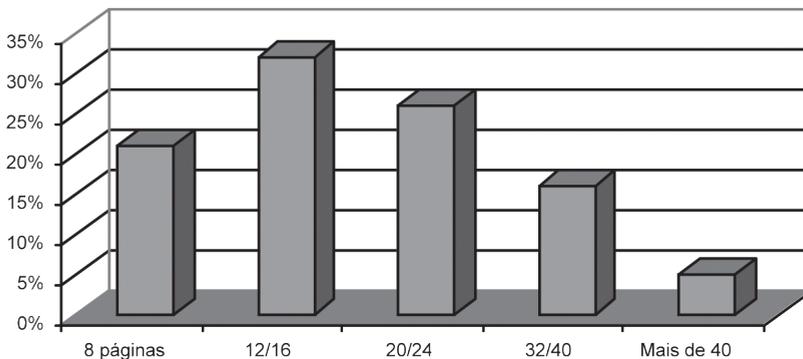
(Fonte: Inquéritos, 2008)



Em relação ao número de páginas por edição, sendo embora da ordem dos 50 e tal por cento a percentagem dos jornais que publicam menos de 20 (cerca de 20 por cento raramente ultrapassam as oito e um pouco mais de 30 por cento oscilam entre as 12 e as 16), há, no entanto, 24 por cento que têm entre 20 e 24, 15 por cento entre 32 e 40 e apenas uns cinco por cento mais de 40. Estas percentagens não integram os suplementos, já que a sua publicação é irregular e esporádica: apenas 12 por cento dos jornais têm um suplemento semanal e 30 por cento um por mês.

Número médio de páginas por edição

(Fonte: Inquéritos, 2008)



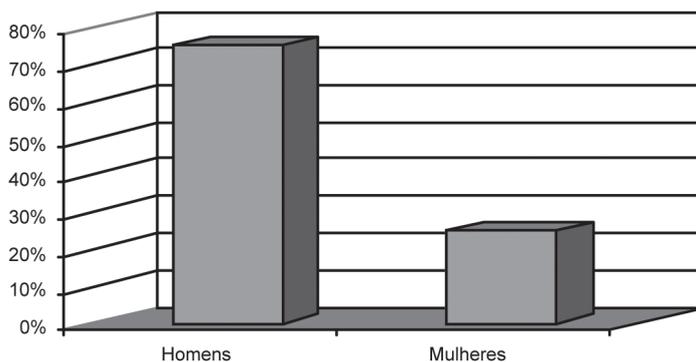
Notícias de Beja, 3000; *Notícias de Viana*, 2200; *Reconquista*, 13 000; *Voz de Lamego*, 3000; *Voz de Trás-os-Montes (A)*, 6500; *Voz do Domingo (A)*, 3800 e *Voz Portucalense*, 11 000.

Além de quase todos serem dirigidos por padres (mais de 30 por cento dos quais declaram não ter ordenado), são também padres vários dos seus administradores, sendo que alguns ocupam os cargos cumulativamente. Também boa parte das redacções (da ordem dos 40 por cento) são chefiadas por padres e maioritariamente (cerca de 75 por cento) constituídas por homens. O número de mulheres a trabalhar nas redacções é bastante inferior à percentagem do número global das jornalistas detentoras de carteira profissional, que, segundo o estudo «Perfil Sociológico do Jornalista Português» (CIES-ISCTE, 2006-2010)⁸⁶ eram, em Dezembro de 2009, quase 41 por cento do total.

Ainda que não se trate de uma situação exclusiva da imprensa regional da Igreja (muito longe disso), nem mesmo da generalidade da imprensa, algo idêntico se regista em relação ao corpo de colaboradores/articulistas, que, de acordo com as fichas técnicas inseridas nos próprios jornais (Janeiro de 2010), é acentuadamente constituído por homens (mais de 80 por cento), sendo também que vários deles (alguns dos quais colaborando em mais que uma publicação, por vezes com o mesmo texto) são padres e bispos, designadamente eméritos.

Constituição das redacções por sexo

(Fonte: Inquéritos, 2008)



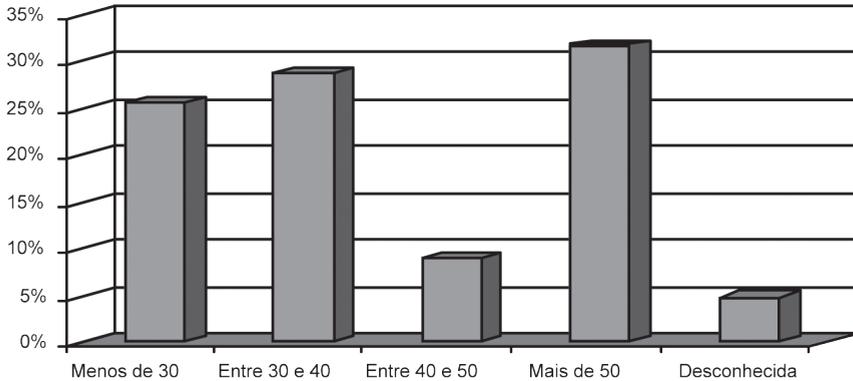
Em termos etários, aproximadamente um terço dos profissionais que trabalham nas redacções têm mais de 50 anos; quase 30 por cento, entre 30 e 40; um quarto, menos de 30; e cerca de 10 por cento, entre 40 e 50. Exceptuando o caso dos profissionais com mais de 50 anos, e mesmo aqui moderadamente, todos os restantes escalões acompanham a tendência da «juvenilização» que,

⁸⁶ Coordenado por José Rebelo, o estudo foi efectuado por uma equipa de investigadores do Centro de Investigação e Estudos de Sociologia do ISCTE-IUL, constituída por Adelino Gomes, Alexandre Manuel, Avelino Rodrigues, Cesário Borge, Diana Andringa, Dinis de Abreu, Isabel Salim, José Luiz Fernandes, Liliana Pacheco, Pedro Diniz de Sousa, Sara Meireles e Sandra Ferreira. Os resultados essenciais desse estudo constam da obra *Ser Jornalista em Portugal – Perfis Sociológicos*, editada em 2011.

bastante acelerada no final do século passado, parece agora entrada num período de estabilização.

Constituição das redacções por idade

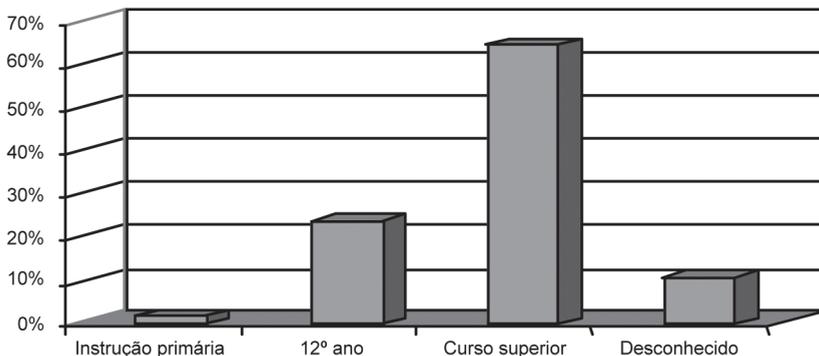
(Fonte: Inquéritos, 2008)



A esmagadora maioria dos profissionais (da ordem dos 80 por cento) que trabalha nas redacções é detentora de carteira profissional; um pouco mais de 60 por cento têm um curso superior ou equiparado; cerca de 25 por cento, o 12.º ano de escolaridade e apenas um e meio por cento a antiga instrução primária. Dos quase 65 por cento que declaram ter um curso superior ou equiparado, mais de metade, ou seja, cerca de 30 por cento do total, completaram um curso de Jornalismo ou de Ciências da Comunicação. Está-se, no caso, perante números muito idênticos aos registados no «Perfil Sociológico» (CIES-ISCTE, 2006-2010), onde se constata que, actualmente, mais de 60 por cento dos jornalistas portugueses têm pelo menos um bacharelato ou uma licenciatura e é irrelevante o número dos que se ficam pelo ensino básico.

Perfil escolar dos profissionais de informação

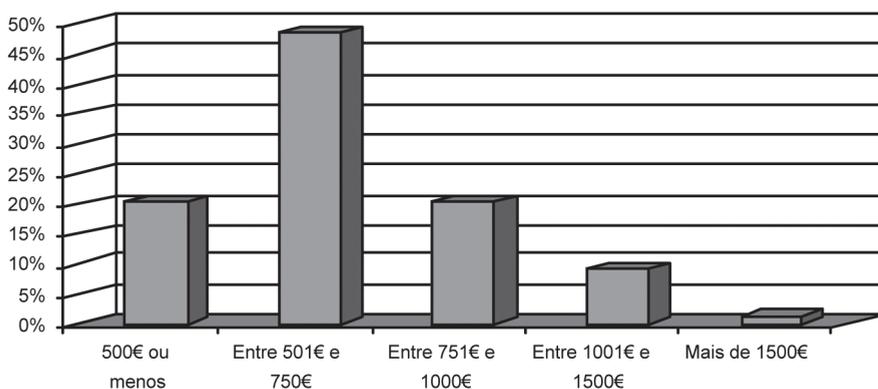
(Fonte: Inquéritos, 2008)



Uma percentagem bastante elevada (aproximadamente 50 por cento, sendo que muitos deles são padres) trabalha em regime de «tempo parcial», o que contribui grandemente para a baixa média dos salários, metade dos quais (cerca de 48 por cento) oscilava, no final de 2008, entre os 500 e os 750 euros mensais. Quase um quinto (20 por cento) recebia entre os 750 e os 1000 euros, enquanto outros tantos não iam além dos 500. Aproximadamente 10 por cento, concentrados em menos de um sexto da totalidade das redacções, declararam receber entre 1000 e 1500 e apenas dois por cento mais de 1500.

Ordenado médio dos profissionais de informação

(Fonte: Inquéritos, 2008)



Se todos os jornais dispõem de um departamento administrativo constituído por um número variado de colaboradores (entre um e quatro), o mesmo não se poderá dizer em relação a mais de metade (quase 60 por cento), que não contam com a colaboração de qualquer profissional nas áreas comercial e de *marketing*. Apenas 40 por cento referem a existência de angariadores de publicidade, boa parte dos quais, aliás, sem qualquer preparação específica para o desempenho das funções.

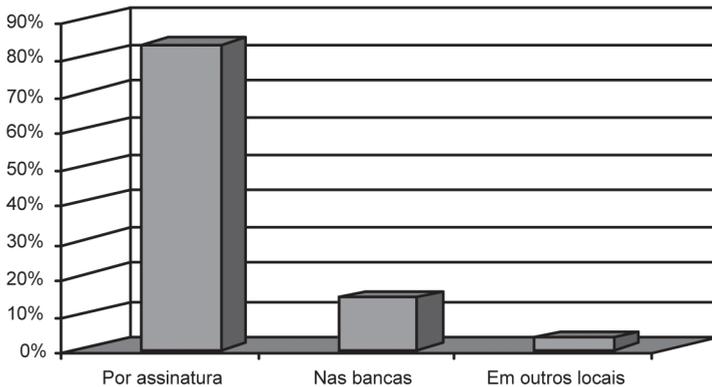
Ainda que, por vezes, em especial nos jornais que contam com um sector comercial, se registre a inserção de publicidade enviada por agências, parte importante, no entanto, é constituída por pequenos anúncios, incluindo os «classificados» e os necrológicos, e por publicidade institucional, designadamente convocatórias, editais, execuções fiscais, publicações judiciais, notariais, etc. O preço médio de página, cuja tabela está longe de ser proporcional à audiência e tiragem, ronda os 580 euros, acrescidos de uns 20/25 por cento quando se trata de publicidade em quadricromia.

Apenas uma percentagem diminuta (um pouco menos de 15 por cento) dispõe de máquina de impressão própria e todas as redacções se encontram informatizadas, algumas delas há mais de 20 anos. No final de 2008, quase 70 por cento dos jornais tinham edição *on-line*, ainda que aproximadamente metade dessas mesmas edições se limitassem a reproduzir a versão em papel.

De acordo com os dados revelados pelos próprios, a esmagadora maioria das vendas (83 por cento) é feita através de assinatura (75 por cento são de residentes em território nacional, incluindo migrantes, e oito por cento de emigrantes), 14 por cento nas bancas e três por cento em «outros locais», geralmente paróquias. Quase 20 por cento dos títulos não chegam tão-pouco a ser colocados nos tradicionais postos de venda.

Sistema de vendas dos jornais

(Fonte: Inquéritos, 2008)



Dos 15 semanários regionais que, no ano de 2009, se encontravam inscritos na APCT, três eram propriedade da Igreja, sendo que dois deles estavam colocados entre os seis primeiros, tanto em termos de tiragem e de «circulação total», como ainda de «circulação paga». É o caso do *Reconquista*, que, entre os meses de Janeiro e Outubro de 2009, com uma tiragem média controlada de 13 000 exemplares por edição, apenas é ultrapassado por *O Mirante* (cerca de 28 500 exemplares) e pelo *Jornal do Fundão* (quase 15 000); e do *Badaladas*, que, com uma tiragem da ordem dos 11 500, ocupa o sexto lugar. Por seu turno, *A Voz de Trás-os-Montes*, com a média de 6000 exemplares por edição, ocupa o décimo primeiro lugar.

Por outro lado e de acordo com os dados do Bareme da Markttest relativos à imprensa regional (Junho de 2009), em que as audiências são feitas por distrito, o *Badaladas* é o semanário regional com maior audiência média em Lisboa. Idêntica situação se regista em relação ao *Mensageiro Notícias*, no distrito de Bragança, e à *Voz de Trás-os-Montes* (Vila Real), em que essa audiência mais do que duplica em relação ao semanário referenciado em segundo lugar. Pese embora a acentuada distância em relação ao jornal que ocupa o primeiro lugar (o semanário *Diário do Alentejo*) e de uma proximidade grande em relação ao terceiro (*Alentejo Popular*), o *Notícias de Beja* é o segundo semanário regional com maior audiência no distrito de Beja, registando-se igual posição em Viseu, com o *Jornal da Beira*. O *Notícias de Viana* é o terceiro no seu distrito e *A Guarda* o quarto. O *Almonda* é o quinto

em Santarém, onde a audiência média é dominada por *O Mirante*, existindo ainda forte concorrência por parte de outros, como *O Ribatejo* ou *O Correio do Ribatejo*. *A Voz de Lamego* (da diocese de Lamego, mas do distrito de Viseu) é o sexto em Viseu. Em Castelo Branco, a *Reconquista* ocupa o segundo lugar, a uma curta distância do primeiro (*Jornal do Fundão*), enquanto o *Notícias da Covilhã* é o terceiro.

(Bastante) alheada das questões estéticas e visuais

Apesar de haver quem, de entre os responsáveis editoriais e independentemente do reconhecimento das exceções existentes «para um e outro lado», considere que os jornais de inspiração cristã «têm geralmente mais qualidade mental e melhores textos doutrinários (sobre qualquer tema) do que a outra imprensa regional» (Correia Fernandes, 2007), o mesmo, no entanto, não se poderá dizer em relação à aplicação das técnicas redactoriais, quando em confronto estão publicações de dimensão e estrutura equivalentes. É que, ao contrário do que acontece frequentemente em muitas dessas publicações, a responsabilidade do jornalista não é apenas a de «contar histórias com uma finalidade», mas também a de fornecer informação de forma a que os leitores «lhe prestem um mínimo de atenção» (Kovach e Rosenstiel, 2004: 153). Concretamente: sendo embora fundamental que a imprensa transmita «de maneira imediatamente compreensível alguma coisa a alguém e não apenas por gosto ou para realizar um ideal de ordem estética», a função artística ou poética da linguagem jornalística jamais, no entanto, poderá «substituir-se à pragmática» (Ricardo, 2010: 24 e 28).

Além de compreensível, «o discurso jornalístico deve provocar o desejo, o desejo de ser lido/ouvido/visto» (Traquina, 2007: 156). Dito de outro modo: a responsabilidade de um profissional não é apenas fornecer informação, mas fornecê-la de forma interessada e interessante, antecipando «o acto de recepção que se reflecte numa escrita sujeita a princípios de clareza, explicação e adaptação do vocabulário às capacidades presumidas do público». Em causa, concretamente, uma «dimensão pedagógica» a que importará acrescentar ainda aquilo «a que os linguistas chamam a função fática», ou seja, um conjunto «de recursos que visam manter o contacto e evitar o afastamento dos públicos» (Neveu, 2005: 80).

Só que, para a concretização de tais objectivos, sobretudo quando, como acontece entre nós, são baixos os hábitos de leitura, quase tão importante como a linguagem do discurso é a linguagem gráfica, envolvendo, para o efeito, manchete, tipo de letra, tipologia de títulos, fotografia, *cartoon*, «concisão de formatos», largura de coluna, infografia, simetrias e assimetrias das «massas visuais», combinação criativa de «verticalidades e horizontalidades», espaços em branco, «habitualidade de localização» e utilização da cor, em especial a quadricromia, quando a ela houver lugar. E mesmo que a criatividade gráfica não se deva constituir em

objectivo último, o facto é que tudo, numa publicação, adquire uma «lógica de comunicação», visando evidenciar junto do leitor «o que lhe interessa e produzir estímulos comunicativos que facilitem o encontro com a mensagem» (Chaparro, 2001: 170-171).

Independentemente, no entanto, do sublinhar da importância da linguagem gráfica e dos repetidos alertas feitos em encontros, congressos e cursos de formação destinados aos profissionais do sector, e apesar da melhoria técnica registada nos últimos anos, tornando mais fácil essa renovação, o facto é que as questões de natureza estética e visual parecem longe de constituir preocupação maior da imprensa regional de inspiração cristã. Em causa, designadamente, o facto de com frequência a renovação possibilitada pela aplicação dessas soluções tecnológicas não ser acompanhada de *designers* conhecedores das técnicas de informação. Continua, pois, premente a advertência de Vítor Silva (1993: 114), ao considerar que o grafismo de uma publicação terá de ser o resultado da simbiose forma/conteúdo, implicando, no caso, «um trabalho de grupo», em que os *designers*/grafistas «devem saber de comunicação (e não se limitarem a ser só artistas)» e os jornalistas que com eles trabalham devem saber de grafismo, sem nunca, no entanto, «nenhum deles ultrapassar essas barreiras».

Vem a propósito citar José Augusto Mourão (2005: 164) quando, ao referenciar a importância da «participação da Igreja nas actividades mediáticas, inclusive na publicidade», depois de recordar que comunicar é «num primeiro tempo dirigir-se à percepção sensorial de outrem» e de evocar o facto de a comunicação verbal ter, na cultura que nos precede, «uma supremacia (mais ou menos visualizada)», interroga: «Haverá comunicação que toque apenas um sentido? Tem a imagem as mesmas particularidades do texto (coerência, persuasividade, etc.) que o texto verbal?»

Apesar das soluções gráficas, por si só, pouco ou nada poderem significar, elas são, no entanto, consideradas essenciais («verdadeiramente constitutivas») a todo o «diálogo inteligente» referenciado por Chaparro (2001: 171-172), onde, segundo ele, o que importa realmente é a «inteireza da mensagem preservada e exaltada no tratamento visual que lhe é dado», para que o *outro* «a descubra plenamente e a alcance sem dificuldades», até mesmo «com prazer». Dito por outras palavras: para conseguir os objectivos de fazer chegar a sua mensagem ao mundo laico, mais do que utilizar os media, a Igreja precisa de os saber bem utilizar. Como em tempos escreveu o então director do *Diário do Minho*, Silva Araújo (1988: 175), a apresentação de um jornal é de tal modo importante que pode determinar a sua preferência ou a sua rejeição. E interrogava, interrogando-se: «Que adianta (...) ter um jornal cheio de rico conteúdo se é apresentado de tal maneira que, ao vê-lo, o leitor o repele, sem que leia as primeiras páginas?». Parafraçando Mourão (2005: 152), ainda que a propósito da relação poesia/pintura, poderá seguramente dizer-se que, no actual contexto da mediática, o visual e o textual são realmente inseparáveis.

Sabendo-se embora que a limitada qualidade gráfica e de impressão de muitos dos jornais de inspiração cristã está longe de constituir uma excepção no

panorama global de uma imprensa regional dominada por sistemas amadorísticos e de *know how* limitado, o facto é que, quando colocada em confronto com a laica de dimensão idêntica, esta parece levar-lhe alguma vantagem. Sobretudo a partir da apetência (ainda que limitada) de que essa mesma imprensa passou a ser alvo; através da constituição de grupos vocacionados para o sector, procurando uma economia de escala; e com a reformulação de alguns dos títulos já existentes ou através da criação de outros liderados por gente desperta para a questão do *marketing*, preocupada com o sistema de distribuição e adoptando novas práticas de gestão.

Exceptuando, de facto, casos raros, os responsáveis pelos jornais regionais da Igreja, além de permanecerem indiferentes à dispersão de títulos e «sem uma estratégia comum, nem sequer para comprar o papel, o que lhes sairia certamente mais barato» (Rego, 2000: 340), parecem também pouco preocupados com a importância da imagem, insistindo na rotina sistemática em tempos denunciada por Vicente Ferreira, isto é, «fazendo o mesmo que era feito ontem»,⁸⁷ continuando a produzir «jornais a peso» (Ag. Ecclesia, 04.03.05).

Ao *desprezo* a que tem sido votada a questão gráfica (o *design*), juntamente com a qualidade mais do que discutível de vários dos cabeçalhos e seu enquadramento, merecem ainda referência pela negativa questões como a paginação de textos em formas irregulares, com «reentrâncias e interpenetrantes»; o modo aleatório de valoração dos espaços em branco e das manchas de texto ou a inserção de elementos (imagens, gráficos, caixas, etc.) que, ao obrigarem ao denteamento e interrupção das colunas, provocam limitações à capacidade de leitura. De sublinhar igualmente o mau espaçamento por vezes existente entre linhas; o tipo e corpo de letra utilizado, nem sempre respondendo às necessidades da maioria do público leitor do jornal (sobretudo em textos de opinião, é frequente a submissão do corpo da letra ao espaço ocasionalmente disponível), bem como a inserção de imagens e gráficos que, com funções meramente *decorativas*, apresentam «formatos inadequados aos dados representados», podendo mesmo «originar efeitos adversos e serem inapropriados» (Sousa, 2001: 285).

À semelhança do que acontece com qualquer publicação, também a de inspiração cristã tem «de atender à linguagem gráfica»: consciente não apenas de que «há caracteres que, pelo seu desenho e pelo seu tamanho, dificultam a leitura», mas ainda porque «os brancos também se lêem» e nada de «mais enjoativo do que um texto maçudo» (Araújo, 2003: 42). Concretamente: de nada vale *ganhar* um leitor à quinta ou sexta linha, se ele foi *perdido* à segunda ou terceira ou, pior ainda, nem sequer foi *atraído*.

⁸⁷ Como, provocando, afirmava Luísa Teresa Ribeiro (2008: 25), no VII Congresso da AIC, a imagem de algumas publicações «ainda está próxima da primeira edição do *Diário de Notícias*, ou seja, de 29 de Dezembro de 1864».

Questão idêntica, ainda que comum à generalidade da imprensa regional, se coloca em relação aos títulos e sua *leitura*, cuja importância maior está no conteúdo, mas sem poder, no entanto, ignorar a forma. Até porque, como escreve Harold Evans (*apud* Sousa, 2001: 304), a sua elaboração, sendo embora um acto jornalístico, é também «um acto de *marketing*». Se, como muitos defendem, é no título que se encontra a «chave» para levar o leitor a ler o que o jornalista escreveu, então ele terá mesmo de «saltar à vista», de *provocar* e de chamar a atenção, retendo-a. Na prática, o contrário do que se passa com muitas dessas publicações, em que a generalidade dos títulos, além de não nos *surpreender* pelo conteúdo, também não nos consegue *agarrar* pela forma. Dito por outras palavras: pouco criativos e repetitivos, muitos deles são construídos de tal modo que a compreensão do seu significado está dependente da leitura dos restantes componentes, designadamente do antetítulo, quando este existe.

Em causa igualmente a frequente dificuldade de *interligação* desses mesmos títulos com os espaços em branco e com as ilustrações, em especial a fotografia, que, além de «geralmente mal utilizada», privilegia a cara em detrimento das situações (multiplicam-se as fotos dos colaboradores e abundam as mesas de conferências, de debates e até as de jantar...), nada acrescentando, na prática, à notícia (Marujo, 2003: 50). Está-se, concretamente, perante uma questão agravada pelo facto de muitas dessas fotografias serem de arquivo e de outras, regularmente repetidas ao longo de diferentes edições, terem apenas uma função ilustrativa/decorativa. Além de que a limitada qualidade técnica, designadamente em termos de contraste, a par da sua utilização como uma espécie de *selo* (há jornais que usam e abusam da publicação de fotos à largura de uma coluna, fazendo com que, quando é o caso, não se consiga identificar nenhuma das pessoas presentes), limitam grandemente, quando não totalmente, a sua *leitura*. Com a agravante de, na maioria dos casos (em mais de 60 por cento), essas mesmas fotos serem publicadas sem qualquer legenda: nem, no mínimo, para situar no tempo, identificar pessoas, objectos e locais ou para servir de *guia* e de *complemento* em relação a situações e acontecimentos.

Para além da ausência da interligação título/foto (que, ao contrário do que por vezes acontece, é bastante mais do que colocar o título por cima da fotografia, prejudicando a *leitura* de ambos), há a acrescentar a frequente inexistência de relação imagem/texto, com muitas das fotos a serem publicadas com o objectivo único de preencherem um espaço ou para darem «mais leveza a uma página», quando «só lá deveriam ter lugar» as fotografias jornalísticas, que «são vivas e por si mesmas constituem notícias», ou seja, as que «têm valor informativo», que são actualidade (Araújo, 1988: 161). Vem a propósito referir que nenhum dos semanários regionais da Igreja integra qualquer fotójornalista nos seus quadros redactoriais e apenas uns 30 por cento dispõem de um fotógrafo entre os seus colaboradores: quase todos, no entanto, pagos *à peça* (convocados especificamente para um determinado trabalho) e quase todos igualmente sem qualquer formação jornalística.

Limitação idêntica se diz a respeito do *lead*, que, contrariando os princípios justificadores da sua razão de ser, isto é, transmitir ao leitor a essência da notícia, raramente, no entanto, é forte, incisivo ou está direccionado para a informação mais importante.⁸⁸

Em relação à quadricromia, cuja utilização é ainda limitada, de referir que 58 por cento dos jornais publicam ilustrações a cores (especialmente fotografias) na primeira página, última e centrais; 21 por cento na primeira e última; e 16 por cento em cerca de 10 páginas, sendo que algumas delas são quase exclusivamente utilizadas pela publicidade ou estão dependentes da sua existência. Apenas cinco por cento são inteiramente impressos a cores. Acrescente-se ainda que essa mesma utilização é bastante desequilibrada, a ponto de se misturarem com frequência fotos em quadricromia com fundos a cores, fazendo com que estes minimizem o impacto daquelas e dos próprios títulos. Em causa, o *novo-riquismo* de que fala Vítor Silva (1993: 114), ao defender que a exagerada proliferação de cor, juntamente com a multiplicação de formas e de fontes de tipos de letra, retira «personalidade» à publicação. É que, além de não contribuir para o «carácter da publicação» como lhe compete, este tipo de grafismo põe ainda em causa um dos seus objectivos primordiais: «ajudar a uma melhor leitura/compreensão de todos os elementos» que compõem essa mesma publicação, sejam eles títulos, textos ou imagens.

Entre a linguagem do púlpito e a voz da sacristia

Além do facto, porventura explicável, de acontecimentos referentes às igrejas locais, seus organismos e instituições serem notícia e outros ocuparem, com frequência, um destaque superior ao registado nos congéneres (e concorrentes) laicos, o espaço dedicado às questões religiosas, por parte dos semanários regionais da Igreja, ronda a média dos 20 por cento: dos cerca de cinco por cento, ou até um pouco menos, de *A Voz de Trás-os-Montes*, *Reconquista*, *Notícias da Covilhã* ou *Badaladas*, aos mais de 60/70 por cento da *Voz Portucalense*. A esta percentagem

⁸⁸ Como exemplo curioso, transcreve-se de um semanário regional da Igreja, de Setembro de 2009, o «lead» de um texto não assinado, relativo à realização de um almoço de confraternização: «Com muita pena de não poder participar, por já ter um compromisso para esse dia, informamos que vai realizar-se (...)». Em outro semanário datado de Abril de 2010, começava assim a notícia sobre um programado acontecimento cultural: «Ao contrário do que muitos pensam (...) esteve sempre longe de ser um deserto no campo da cultura. Soube cultivar os valores e colocar-se na vanguarda de muitas das suas congéneres. De fugir, sim, dos que se arvoram em detentores do saber, esquecendo-se de que quem estava certo era o filósofo grego Sócrates (470 a. C. – 399 a. C.), quando dizia: “Só sei que nada sei...”. Enfim, mas eles lá sabem por que sabem tudo...». Só 14 linhas depois se começava a dizer em que consistia a iniciativa organizada pelo cine-clube local.

haverá que acrescentar-se ainda um conjunto alargado de artigos de opinião (a média de seis por edição), que, paginados fora das secções destinadas aos temas religiosos, designadamente os «catequéticos» e a «liturgia da palavra», ocupam um pouco mais de 10 por cento do espaço disponível.

Embora alguns desses textos sejam assinados por elementos da sociedade civil, predominantemente local, boa parte, no entanto, são da autoria de bispos, incluindo eméritos, padres e leigos com responsabilidades no interior da Igreja. Porque dominados por doses acrescidas de proselitismo e apologética, há autores a cometerem «os erros e os pecados que condenam nos outros», isto é, e no dizer de José da Silva (2003: 47), *ignoram* alguma da inspiração cristã de que se reclamam. E não tanto «ao nível da defesa de certos princípios sociais, políticos ou religiosos, mas sobretudo no modo de os defender», onde, com frequência, se regista a opção por um «espírito de agressividade» aliado «ao culto de uma atitude simplista perigosamente redutora».

Ainda que, de acordo com a opinião daquele professor universitário, em intervenção feita no V Congresso da AIC, seja sempre difícil traçar a linha que num texto de opinião separa a coragem da agressividade, a inspiração cristã deve, no entanto, impedir que a coragem extravase «os limites do respeito que merecem as pessoas e as instituições», independentemente da eventual discordância em relação às suas ideias e aos seus comportamentos. De sublinhar especialmente a regular ausência do contraditório, sobretudo em relação à hierarquia, a juntar a duas outras atitudes que deverão ser recusadas a nível de opinião por parte de um jornal ligado à Igreja: um certo «pluralismo interno perigosamente confuso» e um «espírito unívoco e cruzadístico» que, além de inútil, é em geral contraproducente (*Idem, ibidem*). Como, perante o auditório do mesmo Congresso, afirmava Marujo (2003: 49), «elogia-se o pluralismo e a diversidade de opiniões sobre matérias políticas ou sociais, mas no que respeita ao noticiário sobre a Igreja o pluralismo já conta pouco». O que, além do mais, significa pôr em causa o teor da instrução pastoral *Communio et Progressio*, que, a par da «troca legítima de opiniões», consequência da liberdade de expressão e de pensamento, advoga a existência do confronto de ideias nos meios de comunicação da Igreja.

Sendo que muitas das prosas são a consequência das «relações amistosas» dos directores dos jornais ou são «textos espontâneos de quem gosta de escrever sobre tudo», em especial do que respeita «ao seu grupo, família política ou roda de afectos» (Campos, 1992: 82), temos, na prática, que muita dessa opinião dificilmente contribuirá para «o desenvolvimento da cultura de diálogo» que, também na Igreja, deve constituir «elemento imprescindível para o aprofundamento de convicções», debate sobre os problemas, «partilha de experiências», confronto de ideias e de opiniões e, ainda, cedência de «espaço a uma indispensável autocrítica sobre as condições concretas do nível eclesial», abrangendo, inclusive, as «posições dimanadas da autoridade eclesiástica». Ou seja, mais do que desempenharem «um mero papel difusor», cabe a esses órgãos de comunicação uma «tarefa

reflexiva, impulsionadora do debate» em redor dessas posições, aprofundando-as, interpretando-as e questionando-as «na sua razão de ser». Até, quanto mais não seja, para favorecer o seu «melhor acolhimento» e para «reforçar a autoridade de quem as toma» (Pinho, 1992b: 75).

Apesar de alguma evolução entretanto registada, o facto é que, quase duas décadas depois do alerta em forma de sugestão de Aguiar Campos (1992: 82), a questão permanece inexplicavelmente actual. Escreveu ele: «No caso dos bispos, atrevo-me a sugerir que esta colaboração não se identifique com a publicação da homilia de celebrações mais festivas. Aliás, muitas das vezes tão situada que perde impacto ao ser transplantada, sem tratamento jornalístico, para as páginas do jornal».

Acrescente-se ainda o facto de, muito esporadicamente apenas, qualquer texto de opinião obedecer a uma estratégia editorial previamente acordada, havendo inclusive responsáveis por jornais a declararem que publicam todos os artigos enviados à redacção, mesmo os não solicitados ou assinados por colaboradores não regulares. Bastará, para tanto – explicam –, que «não estejam em contradição com a orientação do jornal», concretamente, o facto de «se tratar de uma publicação da Igreja». De referir que raramente, muito raramente mesmo, qualquer desses textos é pago. Como, aliás, acontece na generalidade da imprensa regional.

Entretanto, e apesar do eventual interesse dos consumidores deste tipo de publicações por espaços alargados de opinião e independentemente do facto de alguns considerarem que é aí que se «concretiza» a denominada inspiração cristã, um jornal da Igreja «não pode nem deve ser uma mera colectânea de textos de opinião, muitas vezes a forma mais barata e mais simplista de o fazer».⁸⁹ Até porque, além de não se poder «falar propriamente de um jornal» quando não existe informação, a «referida inspiração cristã não se visibiliza apenas nos chamados textos de opinião», mas nos «critérios e na qualidade de informação propriamente dita» (Silva, 2003: 46).

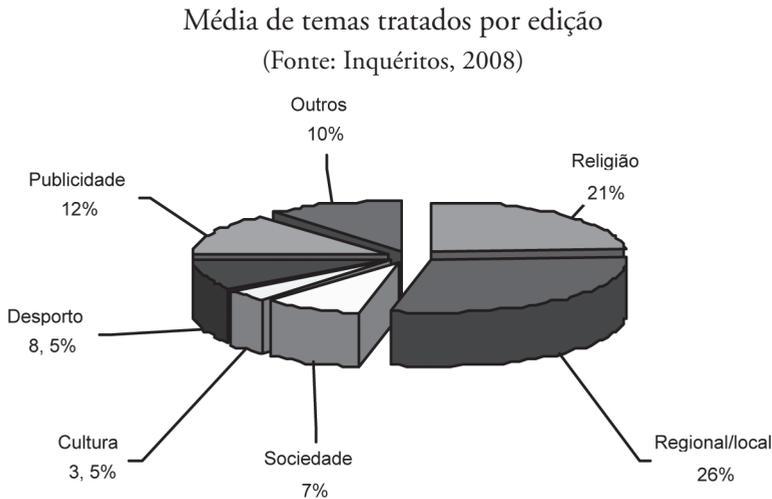
Às questões religiosas e aos textos de opinião que preenchem, no seu conjunto, quase um terço da totalidade das páginas, segue-se o espaço dedicado às questões locais e regionais, com cerca de 25 por cento; o desporto (quase exclusivamente local) e as questões de sociedade (maioritariamente regionais, raramente nacionais e apenas esporadicamente internacionais), ocupando espaços idênticos: entre sete a nove por cento cada.

Apesar de quase 90 por cento dos responsáveis sublinharem a importância da cultura, o facto é que ela ocupa o último lugar, com pouco mais de três por cento. Apenas 60 por cento dos jornais dispõem de um espaço especialmente dedicado

⁸⁹ Ainda que, como atrás se diz, a média seja a de seis artigos de opinião por edição, existem, no entanto, jornais que, apesar do limitado número de páginas (o que acentua ainda mais a desproporção), publicam regularmente entre 12 a 14, ou seja, o dobro ou mais.

ao tema e, quando ele existe, é quase exclusivamente preenchido por notícias e muito esporadicamente por críticas, análises, comentários ou até mesmo entrevistas e reportagens.

O restante espaço, da ordem dos 20 e poucos por cento, é repartido quase irmãmente pela publicidade, que não costuma ir além dos 12 por cento⁹⁰ e por textos que, à falta de melhor, se referem por «Outros», ou seja, informações úteis (número de telefones de serviço público, horários de missas, farmácias de serviço, etc.), passatempos, palavras cruzadas, *sudokus* e curiosidades.



Perante os dados disponíveis, poderá pois dizer-se que, apesar das alterações registadas – não, no entanto, as suficientes, nem porventura aquelas que alguns há muito vêm classificando de urgentes –, muita da imprensa regional da Igreja parece na prática bastante distante da meta em tempos proposta pelo actual presidente do conselho de gerência da RR, padre Aguiar Campos (1992: 81): deixar de ser «a imagem e a voz da sacristia», para se «impor no âmbito da imprensa regional, a fim de alcançar todo o povo». É que, sendo o discurso do altar profundamente desigual do discurso dos media, as mesmas palavras têm «peso semântico diferente» e, em muitos casos, o «enrodilhado argumentativo torna-se imperceptível mesmo para o católico praticante e culto» (Agostinho, 2008: 70).

Ao ignorarem estas questões (muitas das quais, diga-se, não são exclusivas da imprensa da Igreja), os seus responsáveis estão a pôr em causa um dos princípios que, segundo Joaquim Fidalgo, devem constituir obrigação de referência por

⁹⁰ Esta percentagem, que, à primeira vista, pode parecer muito baixa, tem a ver com o facto de, em alguns desses jornais, a publicidade ser pouco mais que residual.

parte de qualquer media: encontrar o denominador comum capaz de satisfazer «o maior número possível de clientes», mas sem deixar de acautelar «o essencial das suas responsabilidades sociais de satisfação do direito à informação e à livre expressão». Concretamente, os jornais não poderão fechar-se «demasiado sobre si próprios, encerrando o seu saber específico e as condições do exercício da sua profissão numa “torre de marfim” inacessível aos “leigos”, tratados como simples consumidores de quem se espera confiança, mas a quem não se prestam contas concretas» (Fidalgo, 2009: 379).

Tal facto exige, no entanto, que, ao contrário do registado frequentemente, a imprensa de inspiração cristã deixe de *olhar* o leitor como mero receptor, como um consumidor passivo e acrítico. Terá igualmente de acatar com «compreensão e respeito» as ideias alheias, apresentando as suas próprias com «qualidade adequada» (Campos, 1992: 81). Até porque, e parafraseando Bento Domingues (*Público*, 21.01.10), ainda que em contexto diferente, a ausência de distância para a reflexão e avaliação da importância de cada situação, parece levar alguns desses media a crer que pensam o pensar de toda a comunidade, como se tivessem uma procuração para a representar na sua totalidade.

A tudo isto importa acrescentar ainda uma das «violências» que separam a sociedade cristã e os media, com reflexos inevitáveis nos órgãos de comunicação social de inspiração cristã. Concretamente, a «palavra dogmática intransigente» por parte da Igreja, julgando-se acima de toda a crítica, juntamente com o facto de ser «demasiado rápida a censurar e lenta a interpretar e compreender» (Mourão, 2005: 163). Neste contexto se insere igualmente a necessidade de essa mesma imprensa abandonar a *estratégica* confusão entre notícia e opinião, ou seja, recusar textos, alguns deles a funcionarem, inclusive, como manchete, que não passam na prática de opinião não assumida (nem assinada), sem a citação de qualquer fonte, já que, no caso, as fontes se *confundem* com o pensar (e o desejo) dos responsáveis editoriais.

Quase o mesmo se poderá dizer em relação à importância de manter uma distância crítica sobre o quotidiano eclesial, tentando evitar que, ao contrário do que acontece frequentemente, informar sobre a Igreja se limite a ser a transmissão de comunicados ou a reprodução integral e sem qualquer espécie de tratamento jornalístico de documentos episcopais, incluindo homilias. Trata-se, concretamente, de uma questão que, mais do que uma atitude de facilitismo ou de ignorância pelas regras jornalísticas (razões que também não poderão ser ignoradas), tem sobretudo a ver com uma certa reverência, patente, aliás, no modo de tratamento dado a algumas personalidades, sobretudo membros da hierarquia.

Independentemente de constituir um dos problemas práticos da linguagem da imprensa regional de inspiração cristã, onde o respeito pela «igual dignidade de todas as pessoas não deveria permitir tratamentos diferenciados das pessoas em função dos títulos» (Marujo, 2003: 49), tal facto, significa igualmente a ignorância de uma das elementares regras das denominadas técnicas redactoriais. Também pelo

seu cumprimento passa bastante daquela «mediação competente» que, de acordo com D. Manuel Clemente (*A Defesa*, 28.09.05), constitui dever cimeiro dos media de inspiração cristã. Além de que não basta ter uma boa doutrina sobre os media, se a pastoral da comunicação não integrar regularmente a «pastoral de conjunto», se houver dioceses que, além de não viverem «este espírito», ainda promovem o registo de «alguns intervalos» na sua dinâmica (Campos, Ag. Ecclesia, 25.07.05),

Realidade desigual com características comuns

A modos de síntese, talvez se possa resumir o que atrás se diz sobre a imprensa regional da Igreja, que, sendo maioritariamente semanal, quase toda propriedade das dioceses ou de organismos e instituições delas dependentes e com características comuns à generalidade da imprensa regional, na qual aliás se integra, tem, no entanto, bastante de diferente e irrepetível, mesmo a nível europeu. Ou seja, apesar do registo de alguma dinâmica, continua, no entanto e porventura de modo inexplicável, pelo menos em relação a aspectos considerados essenciais, a enfermar de «velhas deficiências», tão velhas que «quantos se movimentam nas suas proximidades ouvem, há anos, mencionar os mesmos males» (Campos, 1992: 79).

Resultado do discernimento e da boa vontade de alguns, mas também consequência do amadorismo, da incapacidade, da resistência ou tão simplesmente do comodismo de outros, conduzindo, porventura à *arritmia cultural* de que fala Rego (2007: 11), a propósito da pressa e da velocidade que constituem signos dos media actuais, os semanários regionais da Igreja, apesar de constituírem, entre si, um leque desigual de realidades, possuem, no entanto, características comuns e definidoras. Assim:

- Têm uma tiragem média (declarada) da ordem dos 5000/6000 exemplares, aproximadamente 24 páginas por edição e são quase todos (mais de 80 por cento) vendidos por assinatura. Em termos de audiência comparada com os restantes semanários regionais, não se encontram mal posicionados, sendo mesmo que ocupam o primeiro lugar em três distritos e o segundo em igual número.
- Cerca de 90 por cento são dirigidos por padres, sendo também padres um conjunto alargado de administradores, alguns dos quais ocupando cumulativamente ambos os cargos.
- As redacções, várias das quais chefiadas por padres, são maioritariamente constituídas por homens. Também são homens (facto que não é exclusivo destes jornais e tão-pouco da imprensa regional) a grande maioria dos seus articulistas.
- Boa parte dos profissionais que trabalham nas redacções, vários deles a tempo parcial, são detentores da carteira profissional. Quase dois terços têm um curso superior ou equiparado, sendo que cerca de metade destes são licenciados

em Jornalismo ou Ciências da Comunicação. Em termos etários, quase um terço têm mais de 50 anos, cerca de 30 por cento entre 30 e 40 e um quarto menos de 30.

- Ao contrário do que acontece em relação ao sector administrativo (o que está longe, no entanto, de significar uma gestão maioritariamente profissionalizada), são raros os que possuem qualquer departamento comercial e mais raros ainda os que olham o *marketing* como uma prioridade.
- É baixa a média dos salários auferidos pelos profissionais da informação, metade dos quais oscilam entre os 500 e os 750 euros mensais.
- Mais de dois terços têm edição *on-line*, ainda que parte significativa se limite a ser a reprodução integral da versão em papel.
- Embora não constituam a maioria, alguns suspendem a publicação em Agosto, por ocasião das férias de Verão (entre duas a três semanas, «para descanso do pessoal») e/ou no Ano Novo e primeira semana a seguir à Páscoa.
- Por questões de rotina (fazer hoje o que faziam ontem ou anteontem), ignoram frequentemente a importância da linguagem gráfica, utilizando *design* de eficácia improvável: dos cabeçalhos e da qualidade menor da imagem, em especial a fotografia, ao modo aleatório de valoração das manchas de texto e dos espaços em branco. Dito por outras palavras: as questões de natureza estética e visual estão longe de constituir preocupação cimeira, podendo mesmo falar-se numa certa *desarrumação* a nível de paginação.
- Parecem pouco preocupados com a interligação título/foto ou a relação imagem/texto, pondo em causa um dos objectivos primordiais de qualquer publicação: contribuir para a melhor leitura/compreensão dos elementos que a compõem.
- Sobretudo em textos de opinião e perante eventuais discordâncias, nem sempre conseguem respeitar os limites que separam a agressividade da coragem, a ponto de cometerem pecados idênticos aos que condenam nos outros. E não tanto a nível de defesa dos princípios, mas principalmente no modo de defesa desses mesmos princípios.
- Porque a opinião parece ser a forma mais barata e mais «simplista» de fazer um jornal, há bastantes a ignorar que a inspiração cristã não se esgota nesses textos, mas passa também pelos critérios e qualidade da informação, sem a qual, aliás, dificilmente se poderá falar em jornalismo regional.
- Além de descontextualizados da actualidade, alguns dos textos de opinião utilizam uma linguagem que, repetitiva e moralista (proselitista mesmo), pode facilmente conduzir à indiferença.
- Parecem, por vezes, bastante mais apetecidos pela apologética do que pelo esclarecimento.
- Misturam com frequência notícia com opinião e cultivam uma certa reverência, sobretudo em relação à hierarquia, bem patente, aliás, no modo de tratamento diferenciado dessas personalidades. O que, além de constituir

o incumprimento de uma regra básica das técnicas redactoriais, significa igualmente desrespeito pelo princípio da «igual dignidade de todas as pessoas».

- Têm tendência para tratar o leitor como um consumidor passivo e mostram dificuldades em acatar o pensamento alheio quando discordante. A falta de distância em relação a algumas situações, leva-os, por vezes, a crerem que pensam o pensar de toda a comunidade. Censuram mais depressa do que interpretam e compreendem, evitam o contraditório e nem sempre conseguem fugir à tentação de se julgarem acima da crítica.
- Confundem, por vezes, o discurso do altar com o discurso dos media; são tentados a falar mais para os outros do que com os outros e, contrariando embora a doutrina oficial (Cf. *Communio et Progressio*), praticam um certo secretismo, alguns silêncios e meias verdades. Parecem ignorar o princípio de que informar correctamente sobre a vida da Igreja, «nas suas luzes, mas também nas suas sombras», é o melhor caminho para «ajudar os cristãos a crescerem na maturidade da fé» e para «quem está (ou olha) de fora», a sugerir que «talvez valha a pena prestar mais atenção» ao que se passa na Igreja, «ao que ela deve ser e ao que ela procura propor» (Pinho, Ag. Ecclesia, 01.03.05).
- A par do desequilíbrio registado na cobertura de alguns acontecimentos, nem sempre também o valor desses mesmos acontecimentos determina os critérios da noticiabilidade, havendo, inclusive, os que preferem a apologética ao acontecimento e os que tendem a ignorar que a actualidade é da sua essência.
- Com base no argumento do rigor, justificam a prática de algum hermetismo, uma característica que, aliás, não é exclusiva da Igreja Católica, porque realmente bastante comum a várias formas de comunicação religiosa.

A tudo isto que, além de limitar (porventura, mesmo, inibir) o cumprimento dos objectivos apontados como essenciais por alguns responsáveis (abordar todos os assuntos tratados pelos outros media, mas *lendo-os* com «olhos evangélicos»), haverá que acrescentar outras importantes questões. A começar pelo facto de os jornais regionais da Igreja integrarem um subsector, o da imprensa regional, que, a somar aos vícios herdados do passado e às consequências de uma situação económica atípica, atravessa um momento de «grande sobressalto»: na transição «de um modelo proteccionista e amador para um modelo liberal, assente no profissionalismo e auto-sustentável», levando a que apenas sobrevivam os mais capazes (Ferreira, 2008: 83).

Simultaneamente, terão de atender às profundas alterações registadas no paradigma do modelo que tem caracterizado a prática do jornalismo. Em causa, concretamente, o digital, cujo processo de *linkagens*, ao subverter quase por inteiro o quadro mental e cultural (até mesmo o «quadro epistémico»), na base do qual «fomos formados», exige, designadamente, o repensar de toda a arquitectura da informação, a recuperação da dinâmica de valores e a invenção da «semântica das redes». Mais, de facto, do que continuar a colocar a tónica num determinado tipo de meio de comunicação, talvez tenha antes de atentar nos conteúdos; mais do que

pensar em imprensa, precisa sobretudo de pensar em media ou até mesmo num «novo quadro, um quadro de multimedia, de cibernética»; e, sempre que referir o digital, terá sobretudo de agarrar «aquilo que o identifica» (Pinto, 2008b: 21-23).

Perante alterações tão profundas e tão radicais, tanto no cenário da produção, como no da circulação e da recepção, a resposta estará, porventura, bastante dependente da criação de processos de sinergias que, sem significarem necessariamente fusões ou o abdicar de identidades próprias, possibilitarão, no entanto, a reutilização de recursos, o eventual alargamento de mercados e de audiências, o «pensar noutra escala». Custa realmente a entender porque é que, mesmo (principalmente?) a nível da imprensa de inspiração cristã, além de não se tirar «mais partido de recursos que até já existem», a ausência de um espírito de cooperação leva cada jornal a fazer isoladamente aquilo que não consegue com outros, nem, porventura, alguma vez o tenha desejado (Pinto, 2008b: 21 e 24). Em causa, concretamente, a optimização de recursos, tanto a nível de distribuição e de *marketing*, como de redacção (aliás, a fonte de muitas notícias, a Agência Ecclesia, é comum a todas as publicações); o estabelecimento de parcerias, pontuais ou alargadas, e até mesmo a fusão, constituindo, porventura, alternativa mais eficaz a muitas das decisões ultimamente assumidas: a diminuição da periodicidade, a limitação do número de páginas ou, tão simplesmente, a extinção, soterrados que estão «no desequilíbrio da pilha do deve e do haver»⁹¹ (*O Distrito de Portalegre*, 29.04.10).

Apesar da ausência de esse espírito de cooperação não constituir propriamente um exclusivo da imprensa da Igreja, tal facto assume relevância especial neste caso, já que em causa estão publicações que, propriedade embora de dioceses diferentes, integram, no entanto, a mesma Igreja e visam objectivos idênticos. Para tal, no entanto, seria necessário que cada diocese alargasse os horizontes e que esses jornais recusassem a ter como prioridade a reprodução de catecismos ou continuarem a ser «a voz do bispo, a homilia do bispo ou o resumo do bispo» (Campos, *Ecclesia*, 24.09.02). É que, de facto, de pouco importará a Igreja ter uma leitura teoricamente «correcta» sobre os meios de comunicação social, se, na prática, «há ignorância nuns casos, displicência noutros e também medos»...

⁹¹ Esta afirmação integra o editorial do último número de *O Distrito de Portalegre* (29.04.10), encerrado após 126 anos de existência. E isto apesar de, na opinião do seu director, Nuno Folgado, possuir a «melhor equipa possível, com gente competente e humanamente bem formada»; um ambiente de trabalho «de fazer inveja»; os «melhores leitores e assinantes do mundo»; os «melhores fornecedores possíveis»; e de se tratar de um jornal «capaz, em termos de design, de ombrear» com qualquer outro regional, com conteúdos «capazes de cumprir o dever de informar» e com opinião «capaz de alargar os horizontes». Só que não conseguiu «produzir riqueza».

Bibliografia e outras fontes

Bibliografia essencial - 1

Neste ítem se integra a bibliografia (livros, artigos publicados em jornais e revistas, documentos policopiados e textos insertos em sites) que tem por tema central a imprensa regional/local, cujo capital social é, directa ou indirectamente, detido pela Igreja Católica; o pensamento da Igreja sobre a comunicação social; e a história da imprensa portuguesa de inspiração cristã.

- AGOSTINHO, Paulo (2007); «Igreja e Media: relações entre o sagrado e o profano?», in Biblioteca On-line da Agência Ecclesia (www.agencia.ecclesia.pt); Lisboa: SNCS (Acesso: 10.08.08).
- AGOSTINHO, Paulo Jorge (2008); «Por uma Igreja mais activa nos media», in *Ecclesia*, n.º 1145, 29 de Abril (edição especial); Lisboa: SNCS (p.: 70).
- AIC (1997); *Guia de Imprensa de Inspiração Cristã*; Lisboa: AIC.
- AIC (2001); *Guia de Imprensa de Inspiração Cristã*; Lisboa: AIC.
- ALMEIDA, João Pinheiro de (2002); «Documento generalista», in *Ecclesia*, 16.04.02; Lisboa: SNCS (p.: 9).
- ARAÚJO, Domingos da Silva (2003); «Linguagem da imprensa de inspiração cristã», in *Mais Informação* (revista); Lisboa: AIC (pp.: 41-44).
- AZEVEDO, Joaquim e José Ramos (1991); «Inventário da imprensa católica entre 1820 e 1910», in *Lusitania Sacra* (Tomo 3); Lisboa: CEHR – Universidade Católica Portuguesa (pp.: 215-264).
- BRÁS, Nuno (1992); «Teologia da Comunicação. Apontamentos para um diálogo», in *Communio*, ano IX, n.º 1, Janeiro/Fevereiro; Lisboa: Associação de Teologia e Cultura Cristã (pp.: 5-11).
- BRÁS, Nuno (2000); «Jornais locais são uma contracultura» (entrevista de Licínio Lima); in *Diário de Notícias*, 26.10.00; Lisboa (p.: 26).
- CABRAL, Francisco Sarsfield (2008); «Jornalismo especializado», in *Ecclesia*, 29 de Abril (edição especial); Lisboa: SNCS (pp.: 58-59).

- CAMPOS, João Aguiar (1988); «Boletins paroquiais», in *Ação Católica*, n.º 53; Braga: IHC – Jesuitas (pp.: 9-15).
- CAMPOS, João Aguiar (1992); «Igreja e comunicação social local», in *Communio*, ano IX, n.º 1, Janeiro/Fevereiro; Lisboa: Associação de Teologia e Cultura Cristã (pp.: 79-86).
- CEP (1978); *Documentos Pastorais: 1967-1977* (Vol. I); Lisboa: União Gráfica.
- CEP (1984); *Documentos Pastorais: 1978-1982* (Vol. II); Lisboa: CEP.
- CEP (1991); *Documentos Pastorais: 1983-1990* (Vol. III); Lisboa: CEP/Rei dos Livros.
- CEP (1996); *Documentos Pastorais: 1991-1995* (Vol. IV); Lisboa: CEP/Rei dos Livros.
- CEP (2002a); *Na Era da Comunicação Social*, in Biblioteca On-line da Agência Ecclesia (www.agencia.ecclesia.pt); Lisboa: CEP (Acesso: 16.02.08).
- CEP (2002b); *Anuário Católico de Portugal – 2001-2002*; Coimbra: Gráfica de Coimbra 2.
- CEP (2006b); *Comunicações Sociais*, in Biblioteca On-line da Agência Ecclesia (www.agencia.ecclesia.pt); Lisboa: SNCS (Acesso: 16.02.08).
- CEP (2007); *Anuário Católico de Portugal – 2007*; Coimbra: Gráfica de Coimbra 2.
- CEP (2009); *Anuário Católico de Portugal – 2009*; in Biblioteca On-line da Agência Ecclesia (www.portal.ecclesia.pt/anuario/lista_c_sociais); Lisboa: SNCS (Acesso: 23.10.09).
- CEREJEIRA, D. Manuel Gonçalves (1961); «A imprensa católica», in D. Manuel Gonçalves Cerejeira; *Obras Pastorais* (II Vol. – 1936/1943); Lisboa: União Gráfica (pp.: 347-359).
- CEREJEIRA, D. Manuel Gonçalves (1964); «No jubileu de prata de *Lumen*», in D. Manuel Gonçalves Cerejeira; *Obras Pastorais* (VI Vol. – 1960/1963); Lisboa: União Gráfica (pp.: 343-344).
- CEREJEIRA, D. Manuel Gonçalves (1970a); «Na festa aniversária das *Novidades*», in D. Manuel Gonçalves Cerejeira; *Obras Pastorais* (VII Vol. – 1964/1970); Lisboa: União Gráfica (pp.: 237-240).
- CEREJEIRA, D. Manuel Gonçalves (1970b); «Comunicação ao clero sobre os Cadernos GEDOC», in D. Manuel Gonçalves Cerejeira; *Obras Pastorais* (VII Vol. – 1964/1970); Lisboa: União Gráfica (pp.: 277-283).
- CESOP (2009); *Inquérito Sobre a Imprensa da AIC*; Lisboa: AIC (texto policopiado).
- CLEMENTE, D. Manuel (2007); «Na agenda mediática do tempo e da cultura» (entrevista de Paulo Rocha), in *Communio*, ano XXIV, n.º 1, Janeiro/Fevereiro/Março; Lisboa: Associação de Teologia e Cultura Cristã (pp.: 77-79).
- CLEMENTE, D. Manuel (2008); «Sintonia com os media» (entrevista de Lígia Silveira), in *Ecclesia*, 29 de Abril (edição especial); Lisboa: SNCS (pp.: 40-44).
- COMISSÃO COORDENADORA DO PTE (1984); *Linhas de Força do Plano Trienal de Educação para uma Pastoral da Comunicação Social*; Lisboa: SNCS.

- COMISSÃO PONTIFÍCIA PARA OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL (1971); *Communio et Progressio – Instrução Pastoral sobre os Meios de Comunicação Social*; Lisboa: União Gráfica.
- CONSELHO PONTIFÍCIO PARA OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL (1992); *Aetatis Novae* («Instrução Pastoral sobre as Comunicações Sociais»), in Biblioteca On-line do Vaticano (www.vatican.va/roman.curia/pontifical.councils/index_po.html); Cidade do Vaticano: Cúria Pontifícia (Acesso: 19.07.08).
- CONSELHO PONTIFÍCIO PARA OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL (1997); *Ética da Publicidade*; Lisboa: Paulinas.
- CORREIA, Fernando (1996); «Os mass media da Igreja Católica», in *Vértice*, n.º 70, Janeiro/Fevereiro; Lisboa: Caminho (pp.: 96-99).
- CORREIA, Fernando (1998); «O caso da Igreja Católica», in Fernando Correia; *Os Jornalistas e as Notícias*; Lisboa: Caminho (pp.: 94-102).
- CRESPO, Fernando Magalhães (2001); «Os meios de comunicação social de inspiração cristã», in José Augusto dos Santos Alves (org.); *De Gutenberg ao Terceiro Milénio – Congresso Internacional de Comunicação*; Lisboa: UAL (pp.: 447-451).
- CRISTÓVÃO, Fernando (1999); «25 de Abril e os media da Igreja», in *Ecclesia*, 20.04.99; Lisboa: SNCS (pp.: 9).
- DUARTE, Urbano (1967); *O que Hoje se Espera da Imprensa Católica*; Porto: Círculo de Jornalismo – Seminário Maior do Porto (texto policopiado).
- DUQUOC, Christian (2007); «Os media e o Cristianismo – Só existe aquilo que se dá a ver», in *Communio*, Ano XXIV, n.º 1, Janeiro/Fevereiro/Março; Lisboa: Associação de Teologia e Cultura Cristã (pp.: 13-25).
- EPISCOPADO PORTUGUÊS (1917); *Instrução Pastoral Collectiva do Episcopado Português ao Clero e Fiéis de Portugal*; Guarda: Veritas.
- FALCÃO, D. Manuel Franco (2005); «As raízes da Agência Ecclesia», in *Ecclesia*, 22.03.05; Lisboa: SNCS.
- FERNANDES, Manuel Correia (2004); «Os meios de comunicação social da Igreja», in *Mais Informação* (revista), n.º 2, Dezembro; Lisboa: AIC (pp.: 27-31).
- FERREIRA, José Vicente (2001); «Igreja e comunicação social: uma ideia para as dioceses», in *Ecclesia*, 18.05.01; Lisboa: SNCS (p: 8).
- FERREIRA, José Vicente (2003); «Tempos de sinais... tempos de renovação», in *Mais Informação* (revista), Dezembro; Lisboa: AIC (pp.: 30-34).
- FERREIRA, José Vicente (2004a); «Projecto convencer: uma proposta de mudança», in *Mais Informação* (revista); Dezembro; Lisboa: AIC (pp.: 14-15).
- FERREIRA, Nuno Estêvão F. Miranda (1994); «O Tempo e o Modo – revista de pensamento e acção (1963-1967)», in *Lusitania Sacra* (Tomo VI), 2.ª série; Lisboa: CEHR – Universidade Católica Portuguesa (pp.: 129-294).
- FOLEY, John P. (2001); «Presença e acção da Igreja na Sociedade da Informação», in AA.VV.; *Colóquio Cristianismo e Comunicação*; Lisboa: Depart. da Comunicação e Cultura do Patriarcado (separata da *Vida Católica*, n.º 7, Maio/Agosto, pp.: 43-48).

- FONSECA, Patrícia (2007); «A pioneira Flama», in *Jornalismo & Jornalistas*, n.º 31, Julho/Setembro; Lisboa: Clube de Jornalistas (pp.: 54-65).
- FONTES, Paulo F. de Oliveira (1999); «Imprensa católica», in António Barreto e Maria Filomena Mónica (org.); *Dicionário de História de Portugal*, (Vol. VIII – Supl. F/O); Porto: Figueirinhas (pp.: 247-252).
- FONTES, Paulo F. de Oliveira (2000); «Imprensa católica», in Carlos Moreira Azevedo (dir.); *Dicionário de História Religiosa de Portugal* (Vol. II – Letras C-I); Lisboa: Círculo de Leitores (pp.: 423-429).
- GOMES, Adelino (2005); *A JUC, o Jornal «Encontro» e os Primeiros Inquéritos à Juventude Universitária*; Lisboa: ISCTE (texto policopiado).
- GOMES, Adelino (2006); «Religião e media – Comentário à intervenção de António Marujo», in *Jornalismo & Jornalistas*, n.º 28, Outubro/Dezembro; Lisboa: Clube de Jornalistas (pp.: 20-22).
- GONÇALVES, A. Jardim (2005); «A comunicação e os media», in Biblioteca On-line da Agência Ecclesia (www.agencia.ecclesia.pt); Lisboa: SNCS (Acesso: 14.07.08).
- GUERREIRO, Jacinto Salvador (1998); «A imprensa católica no século XX em Portugal: apresentação de um projecto», in *Lusitania Sacra* (Tomo X), 2.ª série; Lisboa: CEHR – Universidade Católica Portuguesa (pp.: 383-388).
- JARDIM, P. (1967); «A imprensa católica em Portugal», in *A Palavra e o Tempo*, ano XXI, 2.ª série, n.º 4; Lisboa: Seminário dos Olivais (pp.: 59-70).
- LAVRADOR, João (2004); «Alguns projectos para a comunicação social», in *Ecclesia* (www.agencia.ecclesia.pt); Lisboa: SNCS (Acesso: 14.12.09).
- MARTINS, Carla (2002); «Media da Igreja Católica: a voz da espiritualidade», in *Meios*, Novembro; Lisboa: AIND (pp.: 2-5).
- MARTINS, Manuel da Silva (1966); *O Boletim Paroquial na Moderna Pastoral*; Porto: Círculo de Jornalismo – Seminário Maior do Porto (texto policopiado).
- MARUJO, António (2003); «Um modo de ver a imprensa de inspiração cristã», in *Mais Informação* (revista), Dezembro; Lisboa: AIC (pp.: 48-51).
- MARUJO, António (2006); «Religião e media: equívocos e possibilidades», in *Jornalismo & Jornalistas*, n.º 28, Outubro/Dezembro; Lisboa: Clube de Jornalistas (pp.: 12-19).
- MARUJO, António (2008); «Estar no meio não é fácil», in *Ecclesia* (edição especial), n.º 1145, 29 de Abril; Lisboa: SNCS (p.: 65).
- MARUJO, António (2009); «Porque (não) há espaço nos media para o religioso», in *Jornalismo & Jornalistas*, n.º 38, Abril/Junho; Lisboa: Clube de Jornalistas (pp.: 16-21).
- MAURÍCIO, Domingos (1943); «O problema da imprensa católica em Portugal», in *Brotéria*, n.º 36; Lisboa: IHS – Jesuítas (pp.: 180-191).
- MESQUITA, Mário (1988); «Jornais locais e regionais: o poder da Igreja Católica», in *Jornalismo*, Agosto; Lisboa: Sindicato dos Jornalistas (pp.: 9-10).

- MOURÃO, José Augusto (2005); *O Mundo e os Modos da Comunicação*; Coimbra: MinervaCoimbra.
- NUNES, José Carlos (2003); «Os meios confessionais não são menos profissionais» (entrevista de Vanda Ferreira), in *Meios*, Junho; Lisboa: AIND (pp.: 14-16).
- OLIVEIRA, Manuel Gomes de (1967a), «A imprensa à luz do Concílio»; Porto: Círculo de Jornalismo – Seminário Maior do Porto (texto policopiado).
- OLIVEIRA, P.e Miguel de (1941); «Breve notícia da imprensa católica», in *Boletim do Sindicato Nacional dos Jornalistas*, n.º 4; Lisboa (pp.: 133-138).
- OLIVEIRA, Zacarias de (1967b); *A Imprensa Católica*: Lisboa: Logos (2.ª edição).
- OSÓRIO, Rui (1992); «A presença da Igreja na comunicação social: que prioridade?», in *Communio*, ano IX, n.º 1, Janeiro/Fevereiro; Lisboa: Associação de Teologia e Cultura Cristã (pp.: 90-91).
- OSÓRIO, Rui (2008); «Actualidade religiosa é uma questão cultural», in *Ecclesia*, (edição especial), n.º 1145, 29.04.08; Lisboa: SNCS (p.: 73).
- PAULO II, João (2005); *O Rápido Desenvolvimento*, in Biblioteca On-line da Agência Ecclesia (www.agencia.ecclesia.pt); Lisboa: SNCS (Acesso: 14.07.08).
- PEREIRA, Nuno Teotónio (2000a); «Tempo (O) e o Modo», in António Barreto e Maria Filomena Mónica (coords.); *Dicionário de História de Portugal* (Vol. IX – Supl. P/Z); Porto: Figueirinhas (p.: 509).
- PINHO, Eloy de Almeida (1992a); «A presença da Igreja na comunicação social: que prioridade?», in *Communio*, ano IX, n.º 1, Janeiro/Fevereiro; Lisboa: Associação de Teologia e Cultura Cristã (pp.: 91-93).
- PINHO, José Eduardo Borges de (1992b); «Opinião pública na Igreja», in *Communio*, ano IX, n.º 1, Janeiro/Fevereiro; Lisboa: Associação de Teologia e Cultura Cristã (pp.: 69-78).
- PINHO, José Eduardo Borges de (2005a); «Comunicação social deve desenvolver sensibilidade crítica», in Biblioteca On-line da Agência Ecclesia (www.agencia.ecclesia.pt); Lisboa: SNCS (Acesso: 16.07.08).
- PINHO, José Eduardo Borges de (2005b); «É fácil informar sobre a Igreja?», in Biblioteca On-line da Agência Ecclesia (www.agencia.ecclesia.pt); Lisboa: SNCS (Acesso: 17.07.08).
- PINTO, Manuel (2003); «Imprensa de inspiração cristã: riscos e oportunidades», in *Mais Informação* (revista), Dezembro; Lisboa: AIC (pp.: 35-40).
- PINTO, Manuel (2008a); «Ele percebe-me na Galileia», in *Fátima Missionária*, ano 54, n.º 1, Janeiro; Fátima: Missionários da Consolata (p.: 5).
- PIO XII (1950); *Miranda Prorsus*; in Acta Apostolicae Sedis, 42-1950; Vaticano.
- PIO XII (1968); «Al III Congreso Internacional de La Prensa Católica (18 de Febrero de 1950); in J. Iribarren (ed.); *El Derecho a la Verdad. Doctrina de la Iglesia sobre Prensa, Radio y Televisión*; Madrid.
- REGO, António (1992); «O grande areópago ou o Reino em parábolas», in *Communio*, ano IX, n.º 1, Janeiro/Fevereiro; Lisboa: Associação de Teologia e Cultura Cristã (pp.: 37-44).

- REGO, António (2000); «A Igreja e a comunicação social em Portugal», in Manuel Braga da Cruz e Natália Correia Guedes (org.); *A Igreja e a Cultura Contemporânea em Portugal*; Lisboa: Universidade Católica Portuguesa (pp.: 331-377).
- REGO, António (2004); «Deus é espectacular», in Biblioteca On-line da Agência Ecclesia (www.agencia.ecclesia.pt); Lisboa: SNCS (Acesso: 17.07.08).
- REGO, António (2007); «Media, web, @, cultura», in *Communio*, ano XXIV, n.º 1, Janeiro/Fevereiro/Março; Lisboa: Associação de Teologia e Cultura Católica (pp.: 7-12).
- REIS, António (1996); «Tempo e o Modo (O)», in Fernando Rosas e J. M. Brandão de Brito (dir.); *Dicionário de História do Estado Novo* (Vol. II); Lisboa: Círculo de Leitores (p.: 973).
- REZOLA, Maria Inácia (1996a); «Imprensa a clandestina», in Fernando Rosas e J. M. Brandão de Brito (dir.); *Dicionário de História do Estado Novo* (Vol. I); Lisboa: Círculo de Leitores (pp.: 441-451).
- RIBEIRO, Luísa Teresa Rebolo (2005); «A redacção de um diário regional católico como espaço de socialização», in *Livro de Actas – 4.º Sopcom* (www.sopcom.pt/actas); Braga: Universidade do Minho (Acesso: 14.03.09).
- ROCHA, Paulo (1994); *Meios de Comunicação Social ao Serviço da Evangelização*; Lisboa: Universidade Católica Portuguesa (texto policopiado).
- SANTOS, Rogério (2010); *Práticas e Consumos dos Leitores da Imprensa Cristã – Inquérito Sobre a Imprensa da AIC (2009)*; Lisboa: CESOP/AIC (texto policopiado).
- SILVA, J. M. Amado da (1992); «Comunicação Social e família», in *Communio*, ano IX, n.º 1, Janeiro/Fevereiro; Lisboa: Associação de Teologia e Cultura Cristã (pp.: 55-60).
- SILVA, José da (2003); «A opinião nos media cristãos», in *Mais Informação* (revista); Dezembro; Lisboa: AIC (pp.: 45-47).
- TENGARRINHA, José (1999); «Novidades», in António Barreto e Maria Filomena Mónica (org.); *Dicionário de História de Portugal* (Vol. VIII – Supl. F/O); Porto: Figueirinhas (p.: 620).
- VATICANO II (1972a); *Inter Mirifica* («Decreto sobre os Meios de Comunicação Social»); in *Vaticano II – Documentos Conciliares: Constituições – Decretos – Declarações*; Lisboa: União Gráfica (3.ª edição, pp.: 235-245).
- VILAS-BOAS, Manuel (2002); «Teares modernos precisam-se», in *Ecclesia*, 16.04.02; Lisboa: SNCS (p.: 8).
- VILAS-BOAS, Manuel (2008); «O anúncio da Boa Nova no éter», in *Ecclesia* (edição especial), n.º 1145, 29 de Abril; Lisboa: SNCS (p.: 75).
- WEMANS, Jorge (1992); «Igreja e Comunicação Social: uma relação difícil», in *Communio*, ano IX, n.º 1, Janeiro/Fevereiro; Lisboa: Associação de Teologia e Cultura Cristã (pp.: 64-68).
- WEMANS, Jorge (2004); «Deus é espectacular», in Biblioteca On-line da Agência Ecclesia (www.agencia.ecclesia.pt); Lisboa: SNCS (Acesso: 17.07.08).

Bibliografia essencial – 2

A par da bibliografia sobre questões referentes à «imprensa de proximidade», insere-se, neste ítem, um conjunto de textos que, sobre o tema, têm sido publicados em jornais, revistas, etc.

- AAVV (1997); *Le Retour des Clans-Après l'Ere de l'Individualisme*; Paris: Denöel.
- AAVV (1999a); «Expectativas e atitudes da imprensa regional», in Paulo Faustino (org.); *A Imprensa Primeiro – Contributos para a Liderança da Imprensa em Portugal*; Lisboa: AIND (pp.: 17-49).
- AAVV (1999b); *Imprensa Regional – Sobrevivência, Redenção ou a Última Oportunidade?*; Oeiras: Câmara Municipal.
- AAVV (2001); «Notícias da Covilhã: um novo jornal» (Suplemento ao *Notícias da Covilhã*, 16 de Novembro); Covilhã.
- AAVV (1986); *I Congresso da Imprensa Não Diária – Renovação e Progresso*; Lisboa: AIND.
- AAVV (1988); *II Congresso da Imprensa Não Diária – Aposta no Futuro*; Lisboa: AIND.
- AAVV (1990); *III Congresso da Imprensa Não Diária*; Lisboa: AIND.
- AAVV (1992); *IV Congresso da Imprensa Não Diária*; Lisboa: AIND.
- AAVV (1993); *V Congresso da Imprensa Não Diária – Comunicações e Debates*; Lisboa: AIND.
- AAVV (2000); «A profissionalização como factor competitivo das empresas jornalísticas regionais», in *Anuário da Comunicação 2000-2001*; Lisboa: Obercom (pp.: 197-269).
- AAVV (2003); «Imprensa regional: reduzir para crescer» (reportagem de Ana Cristina Cruz); in *Meios*, Junho; Lisboa: AIND (pp.: 30-33).
- AAVV (2004); «Imprensa regional: as regras da mudança», in *Meios* (suplemento à edição de Julho-Agosto). Lisboa: AIND (pp.: I-VIII).
- ALVES, A. A. (1990); «Imprensa local e desenvolvimento», in *Cadernos do Noroeste*, (Vol. 3); Braga: Universidade do Minho.
- ALVES, Aníbal (1997); «Condicionalismo do processo informativo na comunicação social regional», in AAVV; *O Processo Informativo na Comunicação Social Regional e Local*; Lisboa: AACS (pp.: 225-238).
- AMARAL, António (1992); «O desafio das novas tecnologias», in *Communio*, ano IX, n.º 1, Janeiro/Fevereiro; Lisboa: Associação de Teologia e Cultura Cristã (pp.: 64-68).
- AMARAL, Victor (2005); «Imprensa regional e políticas da comunicação: situação geral no quadriénio 1999-2002», in *Comunicação e Sociedade*, n.º 7; Braga: CECS – Universidade do Minho/Campo das Letras (pp.: 181-194).
- ARAÚJO, Domingos da Silva (1998); «Notícia, comentário e opinião: sua complementaridade e limites», in AAVV; *O Processo Informativo na Comunicação Social Regional e Local*; Lisboa: AACS (pp.: 152-165).

- AZINHEIRA, Nuno (2003); «Imprensa Regional: filhos de um deus menor?», in *Jornalismo & Jornalistas*, n.º 13, Janeiro/Março; Lisboa: Clube de Jornalistas (pp.: 40-43).
- BAPTISTA, António Alçada (1998); *A Pesca à Linha. Algumas Memórias*; Lisboa: Presença.
- BARROS, João Pedro Antas de (1997); «Condicionalismos do processo informativo na comunicação social regional», in AAVV; *O Processo Informativo na Comunicação Social Regional e Local*; Lisboa: AACS (pp.: 239-247).
- BICHO, Joaquim Rodrigues (2008); «Jornal *O Almonda*», in *A Igreja em Torres Novas no Século XX* (Separata); *O Almonda* (<http://oalmonda.net>); Torres Novas (Acesso: 28.01.10).
- CÁDIMA, Francisco Rui (1998); «Local vs. Global», in *Revista de Comunicação e Linguagens*, n.º 25/26; Lisboa: Cosmos (pp.: 223-235).
- CÁDIMA, Francisco Rui (2004); «Os media regionais e o desenvolvimento», in *Público*, 20.06.04; Lisboa (p.: 43).
- CAMPONEZ, Carlos (2002); *Jornalismo de Proximidade – Rituais de Comunicação na Imprensa Regional*; Coimbra: MinervaCoimbra.
- CAMPONEZ, Carlos (2005); «Proximidade & distanciação», in *Local/Media*, n.º 1, Fevereiro; Setúbal: Escola Superior de Educação (pp.: 18-19).
- CAMPONEZ, Carlos (2008); «Impactos sobre a comunicação social – a imprensa regional e local face aos desafios do século XXI», in *Mais Informação* (revista), Dezembro; Lisboa: AIC (pp.: 11-19).
- CAMPOS, João Aguiar (2005); «Renascença: rádio católica de fronteira» (entrevista de Paulo Rocha), in Biblioteca On-line da Agência Ecclesia (www.agencia.ecclesia.pt); Lisboa: SNCS (Acesso: 07.09.09).
- CARLOS CORREIA, João (1998a); *Jornalismo e Espaço Público*; Covilhã: Universidade da Beira Interior.
- CARLOS CORREIA, João (1998b); «A região e o espaço público: um contributo crítico», in Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação (www.bocc.bi.pt); Covilhã: Universidade da Beira Interior (Acesso: 03.08.08).
- CARLOS CORREIA, João (2000); «Jornalismo regional e cidadania», in Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação (www.bocc.ubi.pt); Covilhã: Universidade da Beira Interior (Acesso: 01.07.07).
- CARLOS CORREIA, João (2006); «A imprensa regional e a comunicação política – as eleições autárquicas de 2005», in Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação (www.bocc.ubi.pt); Covilhã: Universidade da Beira Interior (Acesso: 01.07.07).
- CARVALHEIRO, José Ricardo (1996); «Os media e os poderes locais», in Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação (www.bocc.ubi.pt); Covilhã: Universidade da Beira Interior (Acesso: 29.04.07).
- CARVALHEIRO, José Ricardo (2000); «Média e cidadania na periferia portuguesa. O caso da Beira Interior», in Biblioteca On-line de Ciências da Comuni-

- cação (www.bocc.ubi.pt); Covilhã: Universidade da Beira Interior (Acesso: 29.04.07).
- CARVALHO, Alberto Arons de (1999); «Ganhar leitores pela qualidade e não pela oferta» (entrevista), in *O Ribatejo*, 18.10.99; Santarém (pp.: 4-5).
- CARVALHO, Alberto Arons de (2002); «Concentração na imprensa regional seria benéfica» (entrevista de Dinis de Abreu e Eva Cabral), in *Meios*, Março; Lisboa: AIND (pp.: 16-21).
- CARVALHO, Alberto Arons de (2003); «Valorizar projectos profissionais», in *Diário de Notícias*, 27.04.03; Lisboa (p.: 51).
- CHAPARRO, Carlos (1998a); «Proximidade não é promiscuidade», in *O Ribatejo*, 12.03.98; Santarém (p.: 33).
- CHAPARRO, Carlos (1999a); «A imprensa regional deve ter a arte de humanizar», in *Grandamadora*, 18.11.99; Amadora (p.: 33).
- CHAPARRO, Carlos (2003a); «Imprensa regional na hora da verdade», in *O Ribatejo*, 27.02.03; Santarém (p.: 36).
- COELHO, Pedro (2004); «Um modelo contra a exclusão regional», in *Jornalismo & Jornalistas*, n.º 19, Julho/Setembro; Lisboa: Clube de Jornalistas (pp.: 38-43).
- COELHO, Pedro (2006); «Jornalismo de valores e de proximidade», in *Mais Informação* (revista), Setembro; Lisboa: AIC (pp.: 12-18).
- COSTA, Fernando e Paulo Faustino (2004); «Dossier: os media regionais», in *Meios*, Fevereiro/Março; Lisboa: AIND (pp.: 22-25).
- COSTA, João Bénard da (1983); «Meus tempos, meus modos», in *Diário de Notícias*, 0911.83; Lisboa.
- COSTA, João Bénard da (1994) «O filme dos nossos 20 anos» (entrevista de Maria João Avilez), in *Público/Magazine*, 31.01.94; Lisboa.
- CUNHA, Alfredo da (1941); *Elementos para a História da Imprensa Periódica Portuguesa (1641-1821)*; Lisboa: Separata das Memórias da Academia das Ciências de Lisboa (Tomo VI, Classe de Letras).
- D'ENCARNAÇÃO, José (2001); «A comunicação social regional e local perante os desafios do século XXI», in José A. dos Santos Alves (org.); *De Gutenberg ao Terceiro Milénio – Congresso Internacional de Comunicação*; Lisboa: UAL (pp.: 485-490).
- DUARTE, Feliciano Barreiras (2003a); «A imprensa regional tal e qual existe não faz sentido» (entrevista de Pedro Costa), in *O Ribatejo*, 20.02.03; Santarém (pp.: 20-21).
- DUARTE, Feliciano Barreiras (2003b); «Temos de mudar o modelo da comunicação social regional», in *Meios*, Junho; Lisboa: AIND (pp.: 2-8).
- DUARTE, Feliciano Barreiras (2005); *Informação de Proximidade – Jornais e Rádios*; Lisboa: Âncora.
- ERC (2010); *A Imprensa Local e Regional em Portugal*; Lisboa: ERC.

- ESTEVEES, João Pissarra (1988a); «Comunicação social e regional em Portugal», in *Revista de Comunicação e Linguagens*, n.º 8; Lisboa: CECL – Universidade Nova de Lisboa (pp.: 55-69).
- ESTEVEES, João Pissarra (1988b); «Imprensa regional: interesses e curiosidades», in *Jornalismo*, Agosto; Lisboa: Sindicato dos Jornalistas (pp.: 9-10).
- ESTEVEES, João Pissarra (1990); «Comunicação regional e local em Portugal: a situação da imprensa e os grandes desafios do audiovisual», in *Cadernos do Noroeste* (Vol. 3); Braga: Universidade do Minho.
- FAUSTINO, Paulo (2000); «A imprensa regional em Portugal: o estado da arte e práticas de gestão», in *Observatório*, n.º 1; Lisboa: Obercom (pp.: 89-96).
- FAUSTINO, Paulo (2002a); «Análise da imprensa regional em Portugal: a oportunidade, o negócio e a estratégia», in *Observatório*, n.º 5; Lisboa: Obercom (pp.: 61-72).
- FAUSTINO, Paulo (2004); *A Imprensa em Portugal – Transformações e Tendências*; Lisboa: Media XXI.
- FERREIRA, José Vicente (2004b); «A imaginaria da imprensa regional», in Biblioteca On-line da Ecclesia (www.agencia.ecclesia.pt); Lisboa: SNCS (Acesso: 17.10.08).
- FERREIRA, Paulo (2005a); «O custo das não-decisões na imprensa local e regional em Portugal», in *Comunicação e Sociedade*, n.º 7; Braga: CECS – Universidade do Minho/ Campo das Letras (pp.: 153-180).
- FERREIRA, Paulo (2005b); «O lugar da imprensa local e regional nas políticas da comunicação», in *Livro de Actas – 4.º Sopcom* (www.sopcom.pt/actas); Braga: Universidade do Minho (pp.: 725-736) – Acesso: 11.12.08.
- FERREIRA, Paulo (2008); «Imprensa local e regional: à beira do sobressalto? Análise do quinquénio mais importante da história do sector», in Manuel Pinto e Sandra Marinho (org.); *Os Media em Portugal nos Primeiros Cinco Anos do Século XXI*; Braga: CECS – Universidade do Minho/Campo das Letras (pp.: 77-84).
- FERREIRA, Rui Assis (1999d); «Imprensa regional: a radiografia necessária», in Paulo Faustino (org.); *A Imprensa Primeiro – Contributos para a Liderança da Imprensa em Portugal*; Lisboa: AIND (pp.: 187-196).
- GABSZEWICZ, Jean e Nathalie Sonnac (2006); *L'Industrie des Médias*; Paris: La Découverte.
- GAMA, Pedro (2003); «O jornal que marcou a vida de uma região», in *A Defesa*, 19 de Março; Évora (pp.: 4-5).
- GARCIA, Xosé López (2002); «Repensar o jornalismo de proximidade para fixar os *media* locais na sociedade *global*», in *Comunicação e Sociedade*; Braga: CECS – Universidade do Minho/Campo das Letras (pp.: 199-206)
- GMCS; «Incentivo atribuído ao abrigo da legislação actual» (Incentivo à leitura e porte pago), in www.gmcs.pt/index.php?op=cont&cid=1189&sid=1359; Lisboa (Acesso: 30.12.09).

- GMCS; Decreto-lei n.º 98/2007, de 2 de Abril (Regime de incentivo à leitura), in www.gms.pt/index.php?op=fs&cid=1033&lang.pt; Lisboa (Acesso: 02.01.10).
- GOUBATIAN, Martine (1999); «Experiência da imprensa regional noutros países», in AAVV; *Imprensa Regional – Sobrevivência, Redenção ou a Última Oportunidade?*; Oeiras: Câmara Municipal (pp.: 177-180).
- GUERY, L. (1992); *La Press Régionale et Locale*; Paris: Éditions du CFJP.
- IPOM (2000a); *Estudo sobre a Realidade Contratual no Sector da Imprensa Regional*; Gaia: IPOM.
- IPOM (2000b); *Estudo do Perfil do Leitor da Imprensa Regional e Local e da Forma como esta É Percepcionada pelos Leitores*; Gaia: IPOM.
- LOPES, Fernando (1996a); «Carta aberta ao secretário de Estado da Comunicação Social», in *Meios*, Maio; Lisboa: AIND (pp.: 5-7).
- LOPES, Fernando (1996b); «O futuro da imprensa regional a várias velocidades?...», in *Meios*, Setembro; Lisboa: AIND (pp.: 3-4).
- LOPES, Fernando Sousa (1990); «Urge investir no elemento humano», in AAVV: *III Congresso da Imprensa Não Diária*; Lisboa: AIND (pp.: 167-172).
- MABILEAU, Albert (1980); «L'information locale au carrefour des médias et de la société locale», in Albert Mabileau e André Jean Tudesq (orgs.); *L'Information Local*; Paris: Pedone (pp.: 1-11)
- MANUEL, Alexandre (1983); «Imprensa regional: o leão adormecido», in AAVV; *I Congresso dos Jornalistas Portugueses – Conclusões, Teses, Documentos*; Lisboa: Comissão Executiva do Congresso (pp.: 317-318).
- MANUEL, Alexandre (1991); «Imprensa regional: entre a sedução e a emoção», in *DN Magazine*, n.º 271, 29.12.91; Lisboa (pp.: 28-30).
- MANUEL, Alexandre (2004); «A imprensa regional teve uma evolução muito positiva» (entrevista de Eva Cabral), in *Meios*, Março; Lisboa: AIND (pp.: 32-35).
- MANUEL, Alexandre (2008a); «Globalização, localização e imprensa regional: o mais que provável retorno ao singular e às diferenças» (comunicação apresentada ao VI Congresso de Sociologia, Lisboa, Junho de 2008), in *Mundos Sociais: Saberes e Práticas*; Lisboa: Associação Portuguesa de Sociologia.
- MANUEL, Alexandre (2008b); «O futuro irá (também) passar pela imprensa de proximidade», in *Mais Informação*, Dezembro; Lisboa: AIC (pp.: 55-59).
- MARANHAS, Rui C. (2005); «Breve história cronológica do *Notícias da Covilhã*», in www.noticias.cespresa.com/historia.asp (Acesso: 06.03.08).
- MARINHO, Sandra (2008); «Os *media* regionais e locais: políticas e paradoxos», in Manuel Pinto e Sandra Marinho (org.); *Os Media em Portugal nos Primeiros Cinco Anos do Século XXI*; Braga: CECS – Universidade do Minho/Campo das Letras (pp.: 73-77).
- MARKTEST (2003); *Imprensa Regional – Medição de Audiências*; Lisboa: Marktest/AIND (texto policopiado).
- MARKTEST (2005); «Como anda a imprensa regional», in *Meios*, Abril de 2005; Lisboa: AIND (pp.: 15-28).

- MARKTEST (2006); *Bareme da Imprensa Regional*; Lisboa: Markttest (texto policopiado).
- MARKTEST (2009); *Bareme da Imprensa Regional*; Lisboa: Markttest (texto policopiado).
- MARTINS, Carla (2002); «Imprensa regional: medir forças», in *Meios*, Fevereiro; Lisboa: AIND (pp.: 22-25).
- MATHIEN, Michel (1983); *La Presse Quotidienne Régionale*; Paris: PUF.
- MATOS, Paulo de (2004); «O Mensageiro festeja os seus 90 anos!»; Leiria: *O Mensageiro* (texto policopiado).
- MESQUITA, Mário (2000); «As profissões dos media na era da comunicação transnacional», in *Revista de Comunicação e Linguagens*, n.º. 27; Lisboa: CECL – Universidade Nova de Lisboa/Relógio d'Água (pp.: 63-77).
- NUNES, Hélder (1990); «Os jornais regionais devem unir-se na informatização», in AAVV; *III Congresso da Imprensa Não Diária*; Lisboa: AIND (pp.: 173-178).
- OBERCOM (2001); «Imprensa regional», in *Anuário da Comunicação 2000-2001*; Lisboa: Obercom (pp.: 169-202).
- OBERCOM (2003); «Imprensa de expressão regional», in *Anuário da Comunicação 2002-2003*; Lisboa: Obercom (pp.: 167-176).
- OLIVEIRA, Zacarias de (1967c); «A imprensa regional», in *Curso de Jornalismo*; Porto: Círculo de Jornalismo – Seminário Maior do Porto (texto policopiado).
- PALMEIRO, João (2002); «Imprensa regional em Portugal – que futuro?», in *Anuário da Comunicação 2001-2002*; Lisboa: Obercom (pp.: 167).
- PASCOAL, Isabel (1996); «Os jornalistas da imprensa regional e os condicionamentos ao exercício da profissão» (Tese apresentada ao III Congresso Português de Sociologia), in http://www.aps.pt/cms/docs_prv/docs/DPR4926a435d94a4_1.pdf; Lisboa (Acesso: 17.03.08).
- PAULOURO, António (1978); «O futuro da imprensa regional», in *Fronteira*, n.º 4, Outubro; Lisboa: Codeco (pp.: 47-53).
- QUEIRÓS, Luís (1990); «A imprensa regional tem que unir-se», in AAVV; *III Congresso da Imprensa Não Diária*; Lisboa: AIND (pp.: 173-178).
- RIBEIRO, Juliana Colussi (2004); «Da política ao debate: jornalismo regional e espaço público», in Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação (www.bocc.ubi.pt); Covilhã: Universidade da Beira Interior (Acesso: 17.07.08).
- RIBEIRO, Juliana Colussi (2005a); «Jornalismo regional e construção de cidadania», in Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação (www.bocc.ubi.pt); Covilhã: Universidade da Beira Interior (Acesso: 18.09.09).
- RIBEIRO, Luísa Teresa Rebolo (2005b); «Impacto das políticas para a imprensa regional nos dois diários com sede em Braga», in *Livro de Actas – 4.º Sopcom* (www.sopcom.pt/actas); Braga: Universidade do Minho (Acesso: 17.07.08).
- S/A (1983); *Uma Voz ao Serviço do Povo de Deus – Pequena Monografia sobre a Imprensa de Inspiração Cristã da Diocese da Guarda*; Guarda: Jornal *A Guarda*.

- S/A (s/d); «*Voz Portucalense*: semanário eclesial de informação e opinião», in VP (www.7arte.net.VP/fixo/vozp.htm/); Porto (Acesso: 31.01.08).
- S/A (s/d); «Algumas perguntas à VP», in VP (www.7arte.net.VP/fixo/vozp.htm/); Porto (Acesso: 29.01.10).
- SANTOS, Sofia (2007); *Imprensa Regional: Temas, Problemas e Estratégias de Informação Local*; Lisboa: Livros Horizonte.
- SERRA, Paulo (2006); «Proximidade e comunicação», in Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação (www.bocc.ubi.pt); Covilhã: Universidade da Beira Interior (Acesso: 18.09.09).
- SOUSA, Jorge Pedro (2002); «Comunicação regional e local na Europa Ocidental», in Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação (www.bocc.ubi.pt); Covilhã: Universidade da Beira Interior (Acesso: 17.07.08).
- SOUSA, Manuel L. Abrunhosa e (1974); «Análise sociológica do catolicismo português», in *Igreja e Missão*, ano XXVI, 2.^a série, Novembro/Dezembro; Valadares: Sociedade Missionária Portuguesa (pp.: 475-495).
- VENTURA, António e Aurélio Bentes Bravo (1981); *Inventário da Imprensa de Portalegre (1836-1970)*; Portalegre: Câmara Municipal.

Bibliografia complementar

Aqui se engloba a bibliografia referente às metodologias utilizadas na investigação, à explanação de conceitos, dados históricos, contextualizações, etc.

- AAVV (1971); *A Lei de Imprensa e os Jornalistas*; Lisboa: Estampa.
- AAVV (1977); *25 de Abril. Textos Cristãos. Novembro 25*; Lisboa: Ulmeiro.
- AAVV (1993); *V Congresso – A Imprensa e o Ambiente*; Lisboa: AIND.
- AAVV (2002); *Media, Jornalismo e Democracia*; Lisboa: Livros Horizonte.
- ABRANTES, José Carlos (1999); «Jornalismo», in António Barreto e Maria Filomena Mónica (coords.); *Dicionário de História de Portugal* (Vol. VIII – Supl. F/O); Porto: Figueirinhas (pp.: 311-314).
- AGEE, Warren K. e Nelson Traquina (1988); *O Quarto Poder Frustrado*; Lisboa: Vega.
- ALBROW, Martin (1997); *The Global Age – State and Society Beyond Modernity*; Cambridge: Polity Press.
- ALDEIA, A. Baptista de (1979); «Estruturas organizativas da Igreja Católica em Portugal»; in *Economia e Sociologia*, n.º 25/26; Évora: Instituto Superior Económico e Social (pp.: 45-59).
- ALMEIDA, João Ferreira de e José Madureira Pinto (1995); *A Investigação nas Ciências Sociais* (5.^a edição); Lisboa: Presença.
- ALMEIDA, João Ferreira de (2003); «Da teoria à investigação empírica. Problemas metodológicos gerais», in Augusto Santos Silva e José Madureira Pinto (orgs.);

- Metodologias das Ciências Sociais* (12.^a edição); Porto: Afrontamento (pp.: 55-78).
- ALMEIDA, João Miguel (2008); *A Oposição Católica ao Estado Novo (1958-1974)*; Lisboa: Edições Nelson de Matos.
- ALVES, Fernando (1983); «Os jornalistas portugueses estão a atingir o princípio de Peter da dignidade», in AAVV; *I Congresso dos Jornalistas Portugueses – Conclusões, Teses, Documentos*; Lisboa: Comissão Executiva do Congresso (pp.: 177-180).
- ALVES, José Augusto dos Santos (2005); *O Poder da Comunicação – A História dos Media, dos Primórdios da Imprensa aos Dias da Internet*; Cruz Quebrada: Casa das Letras.
- ALVES, Pe. José da Felicidade (s/d); *Católicos e Política – De Humberto Delgado a Marcelo Caetano*; Lisboa: Edição de Autor.
- AMARAL, Diogo Freitas do (1987); *Curso de Direito Administrativo* (Vol. I); Coimbra: Almedina.
- ANDRADE, Pacheco de (2002); *O Bispo Controverso. D. António Ferreira Gomes, Percurso de um Homem Livre*; Lisboa: Multinova.
- ANDRINGA, Diana (1983); «O controlo político da informação», in AAVV; *I Congresso dos Jornalistas Portugueses – Conclusões, Teses, Documentos*; Lisboa: Comissão Executiva do Congresso (pp.: 149-151).
- ANTUNES, Manuel Luís Marinho (1982); «Notas sobre a organização e os meios de intervenção da Igreja Católica – 1950-1980», in *Análise Social*, n.º 72-73-74 (Vol. XVIII, 3.^a série); Lisboa: ICS – Universidade de Lisboa (pp.: 1141-1154).
- ARAÚJO, Miguel de, coord. (s/d); *Os Bispos e a Revolução de Abril*; Lisboa: Ispagal.
- ARAÚJO, Norberto de (1941); «Das *Relações* e da *Gazeta* de 1641 ao jornalismo do século XX», in *Boletim do Sindicato Nacional dos Jornalistas*, n.º 4; Lisboa (pp.: 119-124).
- ARAÚJO, Silva (1988); *Vamos Falar de Jornalismo*; Lisboa: DGCS.
- AUGÉ, M. (1994); «Religião», in *Enciclopédia Einaudi* (Vol. 30); Lisboa: Imprensa Nacional/Casa da Moeda (pp.: 177-246).
- AZEVEDO, Carlos Moreira, dir. (2002); *História Religiosa de Portugal* (Vol. III); Lisboa: Círculo de Leitores.
- AZPILLAGA, Patxi (2000); «Televisión, identidad y desarrollo regional», in Francisco Vacas Aguilar; *Televisión y Desarrollo – Las Regiones en la Era Digital*; Badajoz: Junta da Extremadura (pp.: 49-60).
- BALSEMÃO, Francisco C. P. (1971); *Informar ou Dependere?*; Lisboa: Ática.
- BALSEMÃO, Francisco Maria (2002); «Comunicação social: tendências e opções», in AAVV; *Reformar Portugal: 17 Estratégias de Mudança*; Cruz Quebrada: Oficina do Livro (pp.: 309-323).
- BARRETO, António (1996); «Três décadas de mudança social», in António Barreto (org.); *A Situação Social em Portugal, 1960-1995*; Lisboa: ICS – Universidade de Lisboa (pp.: 35-60).
- BARRETO, António (1997); «Santos negócios», in *Público*, 23.03.97; Lisboa (p.: 17).

- BARRETO, José (1999); «Bispo do Porto (O caso)», in António Barreto e Maria Filomena Mónica (coord.); *Dicionário de História de Portugal* (Vol. VII – Suplemento A/E); Porto: Figueirinhas (pp.: 184-187)
- BARRETO, José (2002); «Oposição e resistência de católicos ao Estado Novo», in José Barreto; *Religião e Sociedade – Dois Ensaios*; Lisboa: ICS – Universidade de Lisboa (pp.: 119-175).
- BARRETO, José (2004); «A Igreja e os católicos», in Fernando Rosas e Pedro Aires Oliveira (orgs.); *A Transição Falhada – O Marcelismo e o Fim do Estado Novo*; Lisboa: Notícias (pp.: 137-170).
- BARROS, Júlia Leitão de (2000); «Censura: um instrumento para a manutenção do poder (1933-1945)», in *História*, ano XXII, n.º 23, Março; Lisboa (pp.: 46-55).
- BAUMAN, Zygmunt (1999); *Globalização – As Consequências Humanas*; Rio de Janeiro: Zahar Editor.
- BENAVENTE, Ana (coord), Alexandre Rosas, António Firmino da Costa e Patrícia Ávila (1996); *A Literacia em Portugal – Resultados de uma Pesquisa Extensiva e Monográfica*; Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian/Conselho Nacional de Educação.
- BERTRAND, Claude-Julien (1995); *Médias: Introduction à la Presse, la Radio et la Télévision*; Paris: Ellipses.
- Boletim* do Ateneu Comercial do Porto (1981); Porto.
- BONVILLE, Jean de (2000); *L'Analyse de Contenu des Médias*; Bruxelas: De Boeck Université.
- BORRMANN, Norbert (2005); *Dicionário do Futuro*; Cruz Quebrada: Casa das Letras.
- BOUGNOUX, Daniel (2002); «Comunicação e informação na modernidade» (entrevista de Moisés Martins, Manuel Pinto e Felisbela Lopes), in *Comunicação e Sociedade*; Braga: CECS – Universidade do Minho (pp.: 275-284).
- BOURDIEU, Pierre (1994); *O Poder Simbólico*; (3.ª edição); Lisboa: Difel.
- BOURDIEU, Pierre (1997); *Sobre a Televisão*; Oeiras: Celta.
- BOURDIN, Alain (2000); *La Question Locale*; Paris: PUF.
- BRANDÃO, D. Domingos de Pinho (1974); «O silêncio pode constituir um pecado» (entrevista de Alexandre Manuel), in *Flama*, 14.07.74; Lisboa (pp.: 34-39).
- BUONANNO, Milly (1999); *El Drama Televisivo – Identidad y Contenido Sociales*; Barcelona: Gedisa.
- CABRERA, Ana (2006); *Marcello Caetano: Poder e Imprensa*; Lisboa: Livros Horizonte.
- CÁDIMA, Francisco Rui (1996); *História e Crítica da Comunicação*; Lisboa: Século XXI.
- CÁDIMA, Francisco Rui (1999); *Desafios dos Novos Media – A Nova Ordem Política e Comunicacional* (2.ª edição); Lisboa: Notícias.
- CÁDIMA, Francisco Rui (2001); «Os *media* na Revolução (1974-1976)»; in J. M. Brandão de Brito (org.); *O País em Revolução II – Revolução e Democracia*; Lisboa: Notícias (pp.: 321-358).

- CAETANO, Marcello (1968); *O Direito e a Imprensa Portuguesa*; Coimbra: Coimbra Editora.
- CAETANO, Marcello (1971a); *História Breve das Constituições Portuguesas* (2.^a edição); Lisboa: Verbo.
- CAETANO, Marcello (1971b); *Ensaio Pouco Político*; Lisboa: Verbo.
- CAETANO, Marcello (1972); *Manual de Direito Administrativo* (10.^a edição revista e aumentada por Diogo Freitas do Amaral); Coimbra: Coimbra Editora.
- CARLOS CORREIA, João (2008); «História do Jornalismo em Portugal: o pós-25 de Abril», in Jorge Pedro Sousa; *Jornalismo: História, Teoria e Metodologia da Pesquisa. Perspectivas Luso-Brasileiras*; Porto: Universidade Fernando Pessoa (pp.: 118-129).
- CARQUEJA, Bento (1893); *A Liberdade de Imprensa*; Porto: O Comércio do Porto.
- CARVALHO, Alberto Arons de (1973); *A Censura e as Leis de Imprensa*; Lisboa: Seara Nova.
- CARVALHO, Alberto Arons de, António Monteiro Cardoso e João Pedro Figueiredo (2005a); *Direito da Comunicação Social* (2.^a edição); Cruz Quebrada: Casa das Letras.
- CARVALHO, Alberto Arons de, António Monteiro Cardoso e João Pedro Figueiredo (2005b); *Legislação Anotada da Comunicação Social*; Cruz Quebrada: Casa das Letras.
- CARVALHO, José Liberato Freire de (1820); *O Campeão Portuguez ou o Amigo do Rei e do Povo* (Vol. II); Londres.
- CASCAIS, Fernando (2001); *Dicionário de Jornalismo – As Palavras dos Media*; Lisboa: Verbo.
- CASTELLS, Manuel (2003); *O Poder da Identidade – A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura* (Vol. II); Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- CEP (2001); *Crise de Sociedade, Crise de Civilização*, in Biblioteca On-line da Agência Ecclesia (www.agenciaecclesia.pt); Lisboa: SNCS (Acesso: 13.12.09).
- CHAPARRO, Carlos (1998b); *Sotaques d'Aquém e d'Além Mar – Percursos e Géneros do Jornalismo Português e Brasileiro*; Santarém: Jortejo.
- CHAPARRO, Carlos (1999b); «Nos jornais, o funeral da notícia», in *Grandamadora*, 28.01.99; Amadora (p.: 9).
- CHAPARRO, Carlos (2000); «Razões para entender a linguagem gráfica», in *O Ribatejo*, 28.09.00; Santarém (p.: 38).
- CHAPARRO, Carlos (2001); *Linguagem dos Conflitos*; Coimbra: MinervaCoimbra.
- CHAPARRO, Carlos (2003b); «A morte da novidade no jornalismo impresso», in *O Ribatejo*, 28.08.03; Santarém (p.: 39).
- CHRISTO, Homem (1941); «Jornalismo», in *Boletim do Sindicato Nacional de Jornalistas*; Lisboa (pp.: 103-107).
- CLEMENTE, D. Manuel (2002); «A vitalidade religiosa do catolicismo português: do Liberalismo à República», in Carlos Moreira Azevedo (dir.); *História Religiosa de Portugal* (Vol. III); Lisboa: Círculo de Leitores (pp.: 65-127).

- COELHO, Pedro (2005); *A TV de Proximidade e os Novos Desafios do Espaço Público*; Lisboa: Livros Horizonte.
- COMISSÃO DO LIVRO NEGRO SOBRE O FASCISMO (1980); *A Política de Informação no Regime Fascista*; Lisboa: Presidência do Conselho de Ministros.
- CONDE, Idalina (1990); «Identidade nacional e social dos jovens», in *Análise Social*, Vol. XXV, n.º 108-109; Lisboa: ICS – Universidade de Lisboa (pp.: 675-693).
- CONDE, Idalina (2000); «A nossa múltipla condição», in AAVV; *A Definição dos Espaços Sociais, Culturais e Políticos no Mundo Ibero-Americano (de Finais do Século XVIII até Hoje)*; Lisboa: Colibri (pp.: 95-110).
- CORNU, Daniel (1999); *Jornalismo e Verdade – Para uma Ética da Informação*; Lisboa: Instituto Piaget.
- CORREIA, Fernando (1998); *Os Jornalistas e as Notícias*; Lisboa: Caminho.
- CORREIA, Fernando (2004); «Jornalistas portugueses: problemas e desafios de uma profissão em mudança», in *Vértice*, n.º 116; Lisboa: Caminho (pp.: 88-101).
- CORREIA, Fernando (2005); «Concentração dos media: negócio contra o jornalismo», in *Jornalismo & Jornalistas*; n.º 23, Julho/Setembro; Lisboa: Clube de Jornalistas (pp.: 6-11).
- CORREIA, Fernando (2006); *Jornalismo, Grupos Económicos e Democracia*; Lisboa: Caminho.
- CORREIA, Fernando e Carla Baptista (2007); *Jornalistas: do Ofício à Profissão*; Lisboa: Caminho.
- CORREIA, Rita (2008); «Para quem escrevem os jornalistas?»; in Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação (www.bocc.ubi.pt); Covilhã: Universidade da Beira Interior (Acesso: 05.04.08).
- COSTA, António Firmino da (1992); *O que É a Sociologia*; Lisboa: Difusão Cultural.
- COSTA, António Firmino da (2003); «A pesquisa de terreno em Sociologia», in Augusto Santos Silva e José Madureira Pinto (org.); *Metodologia das Ciências Sociais* (12.ª edição); Porto: Afrontamento (pp.: 129-148).
- COSTA, Silva (1983); «Crescimento quantitativo da informação – condições de democracia e desenvolvimento», in AAVV; *I Congresso dos Jornalistas Portugueses – Conclusões, Teses, Documentos*; Lisboa: Comissão Executiva do Congresso (pp.: 159-165).
- COSTA, Silva (1988); «Cerejeira: o pecado da omissão pública», in *Diário de Notícias*, 28 de Novembro; Lisboa (pp.: 30-31).
- CRATO, Nuno (1992); *Comunicação Social – A Imprensa* (4.ª edição); Lisboa: Presença.
- CRUZ, Manuel Braga da (1978a); «Resistência e dissidência populares à informação salazarista», in *Economia e Socialismo*, n.º 30, Setembro; Lisboa (pp.: 44-51).
- CRUZ, Manuel Braga da (1978b); «A informação popular anti-salazarista: da cripto-informação à contra-informação», in *Economia e Socialismo*, n.º 32-33, Novembro/Dezembro; Lisboa (pp.: 53-63).

- CRUZ, Manuel Braga da (1997); «A Igreja na transição democrática portuguesa», in *Lusitania Sacra*, n.º 8-9 (1996-1997); Lisboa: CEHR – Universidade Católica Portuguesa (pp.: 519-536).
- CRUZ, Manuel Braga da (1998); *O Estado Novo e a Igreja Católica*; Lisboa: Bizâncio.
- CRUZ, Manuel Braga da (1999), «Igreja Católica e Estado Novo», in António Barreto e Maria Filomena Mónica (coords.); *Dicionário de História de Portugal* (Vol. VIII – Supl. F/O); Porto: Figueirinhas (pp.: 233-243).
- CUNHA, Alfredo (1904); *Eduardo Coelho. A sua Vida e a sua Obra*; Lisboa: Typographia Universal.
- CUNHA, Alfredo da (1941); «Elementos para a história da imprensa periódica portuguesa (1641-1821)»; in Separata das *Memórias da Academia das Ciências de Lisboa* (Tomo VI – Classe de Letras); Lisboa.
- DACOSTA, Fernando (1995); «Jornais que mudaram a Revolução», in *Público*, 17.04.95; Lisboa.
- D'ÁVILA, Joaquim Thomaz Lobo (1874); *Estudos de Administração*; Lisboa: Typographia Universal.
- DEBRAY, Régis (1992); *Vie et Mort de l'Image. Une Histoire du Regard en Occident*; Paris: Gallimard.
- DURKHEIM, Émile (2001); *As Regras do Método Sociológico* (8.ª edição); Lisboa: Presença.
- EPISCOPADO PORTUGUÊS (1917); *Instrução Pastoral Collectiva do Episcopado Português ao Clero e Fiéis de Portugal*; Guarda: Veritas.
- FALCÃO, D. Manuel Franco (2004); *Enciclopédia Católica Portuguesa*, in Biblioteca On-line da Agência Ecclesia (www.ecclesia.pt/catolicopedia); Lisboa: Paulinas/Agência Ecclesia (Acesso: 23.02.08).
- FAUSTINO, Paulo (2002b); «Fundamentos da concentração dos Media», in *Meios*, Junho de 2002; Lisboa: AIND (pp.: 28-30).
- FEATHERSTONE, Mike (1997); *O Desmanche da Cultura – Globalização, Pós-Modernismo e Identidade*; São Paulo: Livros Studio Nobel.
- FERIN, Isabel (2002); *Comunicação e Culturas do Quotidiano*; Lisboa: Quimera.
- FERNANDES, António Teixeira (2001); *Relações entre a Igreja no Estado Novo e no pós 25 de Abril*; Porto: Edição de Autor.
- FERRÃO, Carlos (1977); «A história de um jornal quase secular – O Século (1880-1997)» (série de seis artigos publicados no *Diário Popular*, entre 7 e 12 de Fevereiro de 1977); Lisboa.
- FERREIRA, António Matos (1987); «A Acção Católica: questões em torno da organização e da autonomia da acção da Igreja Católica (1933-1958)», in AAVV; *O Estado Novo: das Origens ao Fim da Autarcia – 1926-1959* (Vol. II); Lisboa: Fragmentos (pp.: 281-302).
- FERREIRA, António Matos (1999a); «Dioceses», in António Barreto e Maria Filomena Mónica (coords.); *Dicionário de História de Portugal* (Vol. VII – Supl. A/E); Porto: Figueirinhas (pp.: 529-531).

- FERREIRA, António Matos (1999b); «Acção Católica», in António Barreto e Maria Filomena Mónica (coords.); *Dicionário de História de Portugal* (Vol. VII – Supl. A/E; Porto: Figueirinhas (pp.: 25-31).
- FERREIRA, António Matos (1999c); «Catolicismo», in António Barreto e Maria Filomena Mónica (coords.); *Dicionário de História de Portugal* (Vol. VII – Supl. A/E); Porto: Figueirinhas (pp.: 257-269).
- FERREIRA, António Matos (2002); «A constitucionalização da religião», in Carlos Moreira Azevedo (dir.); *História Religiosa de Portugal* (Vol. III); Lisboa: Círculo de Leitores (pp.: 37-60).
- FERREIRA, António Mega (1989); «O grande bum», in *Grande Reportagem*, Dezembro; Lisboa (pp.: 30-33).
- FERREIRA, José Medeiros e Maria Inácia Rezola (1993); «Igreja, política e religião», in José Mattoso (dir.); *História de Portugal* (Vol. VIII); Lisboa: Círculo de Leitores (pp.: 260- 271).
- FERREIRA, Virgínia (2003); «O inquérito por questionário na construção de dados sociológicos», in Augusto Santos Silva e José Madureira Pinto (orgs.); *Metodologia das Ciências Sociais* (12.^a edição); Porto: Afrontamento (pp.: 165-194).
- FERRO, António (1933); *Salazar – O Homem e a sua Obra*; Lisboa: ENP.
- FIDALGO, António (1996); «O consumo de informação. Interesse e curiosidade», in Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação (www.bocc.ubi.pt); Covilhã: Universidade da Beira Interior (Acesso: 23.02.07).
- FIDALGO, Joaquim (2000); «Novos desafios para a imprensa escrita e para o jornalismo», in Manuel Pinto (coord.); *A Comunicação e os Media em Portugal (1995-1999) – Cronologia e Leituras de Tendências*; Braga: Departamento de Comunicação – Universidade do Minho (pp.: 53-75).
- FIDALGO, Joaquim (2009); *O Lugar da Ética e da Auto-Regulação na Identidade Profissional dos Jornalistas*; Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian/FCT.
- FLEUR, Melvin de (1976); *Teorias da Comunicação de Massas*; Rio de Janeiro: Zahar.
- FONTANA, Alessandro (1994); «Censura», in *Enciclopédia Einaudi* (Vol. 23); Lisboa: Imprensa Nacional/Casa da Moeda (pp.: 95-122).
- FONTCUBERTA, Mar de (1999); *A Notícia – Pistas para Compreender o Mundo*; Lisboa: Notícias.
- FONTES, Paulo F. de Oliveira (2002); «O catolicismo português no século XX: da separação à democracia», in Carlos Moreira Azevedo (dir.), *História Religiosa de Portugal* (Vol. III); Lisboa: Círculo de Leitores (pp.: 129-351).
- FORESSEEN (1997); *Le Retour des Clans-Après l'Ère de l'Individualisme, Entrons-nous dans l'Ère des Tribus?*; Paris: Denoël.
- FORTUNA, Carlos (1997); *Cidade, Cultura e Globalização*; Oeiras: Celta.
- FOURQUET, Annie (1997); *Démystifier la Mondialisation de l'Economie*; Paris: Les Éditions d'Organisation.

- FRANÇA, Luís de (1984); «Identidade cultural e regionalização», in AAVV; *Conferência sobre Regionalização e Desenvolvimento*; Lisboa: Imprensa Nacional/Casa da Moeda/IED (pp.: 82-86).
- FRANCO, A. de Sousa (1989); «A Igreja e o Poder»: 1974-1980», in Mário Baptista Coelho (coord.); *Portugal, o Sistema Político e Constitucional (1974-1987)*; Lisboa: ICS – Universidade de Lisboa (pp.: 403-425).
- FRANCO, Graça (1993); *A Censura à Imprensa (1820-1974)*; Lisboa: Imprensa Nacional/Casa da Moeda.
- FREIRE, José Geraldes (1976); *Resistência Católica ao Salazarismo-Marcelismo*; Porto: Telos Editora.
- GARCIA, José Luís (2009); «Introdução ao estudo dos jornalistas portugueses – os jornalistas e as contradições do capitalismo jornalístico no limiar do século XXI», in José Luís Garcia (org.); *Estudos Sobre os Jornalistas Portugueses – Metamorfoses e Encruzilhadas no Limiar do Século XXI*; Lisboa: ICS – Universidade de Lisboa; pp.: 23-46).
- GARCIA, Xosé López (1995); *Detrás da Prensa Popular*; Santiago de Compostela: LEA.
- GIDDENS, Anthony (1996); *As Consequências da Modernidade* (3.^a edição); Oeiras: Celta.
- GIDDENS, Anthony (1997); *Modernidade e Identidade Pessoal* (2.^a edição); Oeiras: Celta.
- GILLMOR, Dan (2005); *Nós, os Media*; Lisboa: Presença.
- GITLIN, Tonn (2002); «Sociologia dos meios de comunicação social», in João Pissarra Esteves (org.); *Comunicação e Sociedade*; Lisboa: Livros Horizonte (pp.: 105-149).
- GOMES, António Ferreira (2008); *Provas. A Outra Face da Situação e dos Factos do Caso do Bispo do Porto*; Porto: Fundação Spes.
- GOMES, J. Pinharanda (1983); *A Imprensa da Guarda: Subsídios*; Braga: Pax.
- GONÇALVES, Artur (1936); *Mosaico Torrejano*; Torres Novas: O Almonda.
- GONÇALVES, Telmo (2001); «Autocensura: a censura que vem de fora», in *Jornalismo & Jornalistas*, n.º 5, Janeiro/Março; Lisboa: Clube de Jornalistas (pp.: 18-26).
- GOULD, P., J. Johnson e G. Chapman (1984); *The Structure of Television*; Londres: Pion.
- GUATTARI, Felix (1980); *La Révolution Moléculaire*; Paris: UGE.
- GUTMAN, Amy (1998); «Introdução ao multiculturalismo», in Charles Taylor (org.); *Multiculturalismo*; Lisboa: Instituto Piaget.
- IJUIM, Jorge Kanchide e Taís Marina Tellaroli (2007); «Comunicação no mundo globalizado – tendências no século XXI», in Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação (www.bocc.ubi.pt); Covilhã: Universidade da Beira Interior (Acesso: 23.02.08).
- IPOPE (1973); *Estudo sobre Liberdade e Religião em Portugal*; Lisboa: Moraes Editores.

- JAMBEIRO, Othon (2000); «Gestão e tratamento da informação na sociedade tecnológica», in Nídia M. L. Lubisco e Lídia M. B. (orgs.); *Informação e Informática*; Salvador: EDUFBA.
- JEFT, Jarvis (2008); «No jornalismo as boas ideias são do público» (entrevista de João Pedro Pereira e Pedro Ribeiro), in *Público* (P2), 21.04.08; Lisboa (pp.: 4-5).
- KERCKOVE, Derrick de (1997); *A Pele da Cultura*; Lisboa: Relógio d'Água.
- KOVACH, Bill e Tom Rosenstiel (2004); *Os Elementos do Jornalismo – O que os Profissionais do Jornalismo Devem Saber e o Público Deve Exigir*; Porto: Porto Editora.
- LIPOVETSKY, Gilles (1989); *A Era do Vazio – Ensaio sobre o Individualismo Contemporâneo*; Lisboa: Relógio d'Água.
- LOPES, Norberto (1941); «Do adjectivo laudatório nos jornais portugueses», in *Boletim do Sindicato Nacional dos Jornalistas*, n.º 4; Lisboa (pp.: 129-131).
- LOPES, Norberto (1979); «Evocando», in Suplemento comemorativo do 11.º aniversário de *A Capital*, 21.02.79; Lisboa (p.: 3).
- MAGALHÃES, José (1999); *Dicionário da Revisão Constitucional*; Lisboa: Notícias.
- MANCINI, Paolo (1993); «Between trust and suspicion: how political journalists solve the dilemma», in *European Journal of Communication*, n.º 8 (pp.: 33-51).
- MANUEL, Alexandre (1974); «Episcopado português: um silêncio comprometedor», in *Flama*, 24 de Maio; Lisboa (pp.: 40-41).
- MANUEL, Alexandre (1989); «Nada nos media irá ficar na mesma», in Suplemento comemorativo dos 125 anos do *Diário de Notícias*, 29.12.89; Lisboa (pp.: 18-23).
- MANUEL, Alexandre (1992); «Comunicação social», in Magalhães Mota e Alexandre Manuel (org.), *Instituições*, volume da *Enciclopédia Temática Portugal Moderno*; Lisboa: Edições Pomo (pp.: 83-87).
- MANUEL, Alexandre (2000); *Concordata de 1940: a Força da Sobrevivência* (Pós-graduação em Jornalismo do ISCTE/ESCS – 1999-2000); Lisboa: ISCTE (texto policopiado).
- MANUEL, Alexandre (2008c); «A sociologia tardou a olhar para o mundo dos jornalistas», in *Trajectos*, n.º 12, Primavera de 2008; Lisboa: ISCTE/Fim de Século (pp.: 69-75).
- MARINHO, Sandra e Manuel Pinto (2008); «Para memória futura: registo dos eventos nacionais e internacionais do quinquénio», in Sandra Marinho e Manuel Pinto (org.); *Os Media em Portugal nos Primeiros Cinco Anos do Século XXI*; Braga: CECS – Universidade do Minho/Campo das Letras (pp.: 241-399).
- MARQUES, A. H. de Oliveira (1976); *História de Portugal* (II Vol.); Lisboa: Palas Editora.
- MARSHALL, Leandro (2003); *O Jornalismo na Era da Publicidade*; São Paulo: Summus Editorial.
- MARTINS, Guilherme d'Oliveira (1991); *Portugal – Instituições e Factos*; Lisboa: Imprensa Nacional/Casa da Moeda.

- MATHIEN, Michel (1992); *Les Journalistes et le Système Médiatique*; Paris: Hachette.
- MATOS, Helena (2003); *Salazar – A Construção do Mito* (Vol. I); Lisboa: Temas e Debates.
- MATOS, Luís Salgado de (2001); «A Igreja na Revolução em Portugal (1974-1982)», in J. M. Brandão de Brito (coord.); *Revolução e Democracia (II) – O País em Revolução*; Lisboa: Notícias (pp.: 63-131).
- MATTELART, Armand (1997a); *A Comunicação – Mundo – História das Ideias e das Estratégias*; Lisboa: Instituto Piaget.
- MATTELART, Armand e Michèle (1997b); *História das Teorias da Comunicação*; Porto: Campo das Letras.
- MATTOSO, José (1993); *História de Portugal* (II Vol.); Lisboa: Círculo de Leitores.
- McQUAIL, Denis (2003); *Teoria da Comunicação de Massas*; Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- MELO, Alexandre (1994); *O que É Arte?*; Lisboa: Difusão Cultural.
- MELO, Alexandre (2002); *Globalização Cultural*; Lisboa: Quimera.
- MENDES, João Maria Ribeiro (1985); «Mudança vigiada no discurso da Imprensa», in *Revista de Comunicação e Linguagens*, n.º1; Lisboa: CECL – Universidade Nova de Lisboa/Afrontamento (pp.: 79-87).
- MESQUITA, Mário (1992); «Na mão de Deus, na sua mão direita...», in *Público*, 14 de Fevereiro de 1992; Lisboa (p.: 21).
- MESQUITA, Mário (1994); «Os meios de comunicação social», in António Reis (org.); *Portugal – 20 Anos de Democracia*; Lisboa: Círculo de Leitores (pp.: 360-405).
- MESQUITA, Mário e Cristina Ponte (1998); *Situação do Ensino e da Formação Profissional na Área do Jornalismo*; Lisboa: Comissão Europeia em Portugal.
- MESQUITA, Mário (2003a); *O Quarto Equívoco – O Poder dos Media na Sociedade Contemporânea*; Coimbra: MinervaCoimbra.
- MESQUITA, Mário (2003b); «Os vários nomes do jornalismo» (entrevista de João Morales), in *Media XXI*, n.º 72, Setembro/Outubro; Lisboa (pp.: 56-59).
- MIRANDA, Joana (2002); *A Identidade Nacional*; Oeiras: Celta.
- MONTEIRO, Teresa Líbano (1995); «A Igreja Católica e o 25 de Abril», in *Communio*, ano XII, n.º 4, Julho/Agosto; Lisboa: Associação de Teologia e Cultura Cristã (pp.: 364-377).
- MOREIRA, António e Alcino Pedrosa (2004); *As Grandes Datas da História de Portugal* (2.ª edição); Cruz Quebrada: Notícias.
- MOREIRA, Vital (2005); «Ordem no caos», in *Público*, 24.05.05; Lisboa (p.: 10).
- MOREIRA, Vital (2006); «Regiões e distritos», in *Público*, 28.03.06; Lisboa (p.: 5).
- MOTA, Arsénio (2002); «Encontros da imprensa cultural – notícia para a memória», in *O Primeiro de Janeiro* (Supl. «Artes e Letras»), 15.04.02; Porto.
- MOTA, Ignacio de la (1988); *Diccionario de la Comunicación* (2 volumes); Madrid: Paraninfo.

- NEMÉSIO, Vitorino (1945); «O problema do jornalismo», in *Diário Popular*, 24.09.45; Lisboa.
- NETO, Vítor (1998); *O Estado, a Igreja e a Sociedade em Portugal (1832-1911)*; Lisboa: Imprensa Nacional/Casa da Moeda.
- NEVES, Padre Moreira das (1984); «A política nunca me tentou» (entrevista de Alexandre Manuel), in *Diário de Notícias*, 08.04.84 (pp.: 30-32).
- NEVEU, Érik (2005); *Sociologia do Jornalismo*; Porto: Porto Editora.
- NOBRE-CORREIA, J.-M. (1996); *A Cidade dos Media*; Porto: Campo das Letras.
- NOBRE-CORREIA, J.-M. (2000); «Há condições favoráveis às práticas do sensacionalismo», in *Jornalismo & Jornalistas*, n.º 2, Abril/Junho; Lisboa: Clube de Jornalistas (pp.: 28-34).
- NOBRE-CORREIA, J.-M (2006); «Imprensa diária: compreender a fragilidade para poder superá-la...», in *Jornalismo & Jornalistas*, n.º 28, Outubro/Dezembro; Lisboa: Clube de Jornalistas (pp.: 6-11).
- OLIVEIRA, José Manuel Paquete de (1988); *Formas de «Censura Oculta» na Imprensa Escrita no pós-25 de Abril (1974-1987)*; Lisboa: ISCTE (texto policopiado).
- OLIVEIRA, José Manuel Paquete de (1992); «A integração europeia e os meios de comunicação social», in *Análise Social*, Vol. XXVII, n.º 118-119; Lisboa: ICS – Universidade de Lisboa (pp.: 995-1024).
- OLIVEIRA, José Manuel Paquete de (1995); «Comunicação social, verso e reverso do país real e imaginário»; in AAVV; *Portugal Hoje*; Lisboa: INA (pp.: 369-389).
- OLIVEIRA, José Manuel Paquete de (1999); «Públicos, audiências e qualificação de comunicação», in AAVV; *Comunicação, Ética e Mercado*; Lisboa: Universidade Católica Portuguesa (pp.: 61-71).
- OLIVEIRA, José Manuel Paquete de (2004); «À volta da comunicação» (entrevista de Raquel Louçã Silva), in *Media XXI*, n.º 76, Junho/Julho/Agosto; Lisboa (pp.: 48-51).
- OLIVEIRA, Padre Miguel de (1950); *As Paróquias Rurais Portuguesas – Sua Origem e Formação*; Lisboa: União Gráfica.
- ORTIZ, Renato (2000); *Um Outro Território – Ensaios sobre a Mundialização* (2.ª edição); São Paulo: Olho d'Água.
- ORTIZ, Renato (2003); *Mundialização e Cultura*; São Paulo: Brasiliense.
- PAILLART, Isabelle (1993); *Les Territoires de la Communication*; Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble.
- PALLA, Maria Antónia (1990); «A renovação da imprensa, apesar da censura», in António Reis (dir.); *Portugal Contemporâneo* (Vol. V); Lisboa: Alfa (pp.: 207-220).
- PEREIRA, Fábio Henriques (2004); «Da responsabilidade social ao jornalismo de mercado: o jornalismo como profissão», in Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação (www.bocc.ubi.pt); Covilhã: Universidade da Beira Interior (Acesso: 21.12.08).

- PEREIRA, José Carlos Seabra (2000b); «Fé e experiência cristãs na literatura portuguesa», in Manuel Braga da Cruz e Natália Correia Guedes (coord.); *A Igreja e a Cultura Contemporânea em Portugal*; Lisboa: Universidade Católica Portuguesa (pp.: 73-131).
- PEREIRA, José Esteves (1980); *Manual Prático de Jornalismo*; Lisboa: Notícias.
- PEREIRA, Nuno Teotónio (1999); «Oposição católica», in António Barreto e Maria Filomena Mónica (coords.); *Dicionário de História de Portugal* (Vol. VII – Supl. A/E); Porto: Figueirinhas (pp.: 642-643).
- PIEDRAHITA, Manuel (1006); *Jornalismo Moderno – História, Perspectivas e Tendências Rumo ao Ano 2000*; Lisboa: Plátano.
- PIMENTEL, Irene Flunser (2002); *Fotobiografias do Século XX – Cardeal Cerejeira*; Lisboa: Círculo de Leitores.
- PINTO, José Silva (2001); «O estranho caso do país que não lê», in *Jornalismo & Jornalistas*, n.º 8; Outubro/Dezembro; Lisboa: Clube de Jornalistas (pp.: 6-15).
- PINTO, Manuel (2008b); «Imprensa e digital: parceiros ou concorrentes», in *Mais*, Dezembro de 2008; Lisboa: AIC (pp.: 20-24).
- PIRES, Daniel (1999); «Jornais e revistas culturais – relevância da imprensa periódica cultural», in António Barreto e Maria Filomena Mónica (coord.); *Dicionário de História de Portugal* (Vol. VIII – Supl. F/O); Porto: Figueirinhas (pp.: 307-311).
- PIRES, José Cardoso (1977); *E Agora José?*; Lisboa: Moraes Editores.
- PISSARREIRA, Agostinho, coord. (1999); *Os Media em Portugal*; Lisboa: ICS.
- POLICARPO, D. José (1995); «A Religião», in AAVV; *Portugal Hoje*; Lisboa: INA (pp.: 72-99).
- PRETO, Manso (2007); «É com autocensura que exerço a profissão» (entrevista de Helena de Sousa Freitas), in *Jornalismo & Jornalistas*, n.º 31, Julho/Setembro; Lisboa: Clube de Jornalistas (pp.: 34-40).
- QUIVY, Raymond e LucVan Campenhondt (1998); *Manual de Investigação em Ciências Sociais* (2.ª edição); Lisboa: Gradiva.
- RAMIREZ, Enrique Bustamante (2000); «Regiones, televisión e desarrollo», in Francisco Vacas Aguilar (coord.); *Televisión y Desarrollo – Las Regiones en la Era Digital*; Badajoz: Junta da Extremadura (pp.: 15-22).
- RAMONET, Ignacio (1992a); «Uma nova raça de excluídos», in AAVV; *A Comunicação Social Vítima dos Negociantes*; Lisboa: Caminho (pp.: 177-180).
- RAMONET, Ignacio (1992b); «Conclusão: confusões», in AAVV; *A Comunicação Social Vítima dos Negociantes*; Lisboa: Caminho (pp.: 223-227).
- RAMONET, Ignacio (1999); *A Tirania da Comunicação*; Lisboa: Caminho.
- IGNACIO, Ramonet (2003); *Guerras do Século XXI – Novos Medos, Novas Ameaças*; Porto: Campo das Letras.
- RAMOS, Rui (1994); «A segunda fundação (1890-1926)»; in José Mattoso (dir.); *História de Portugal* (VI Vol.); Lisboa: Círculo de Leitores.

- RAMOS DO Ó, Jorge (1996); «Secretariado de Propaganda Nacional (SPN)/ /Secretariado Nacional de Informação, Cultura Popular e Turismo (SNI)/ /Secretaria de Estado de Informação e Turismo (SEIT)», in Fernando Rosas e J. M. Brandão de Brito (dirs.); *Dicionário de História do Estado Novo* (Vol. II); Lisboa: Círculo de Leitores (pp.: 893-896).
- REBELO, José (1994); «Imagens de um pretérito imperfeito», in Mário Mesquita e José Rebelo (org.); *O 25 de Abril nos Media Internacionais*; Porto: Afrontamento (pp.: 79-133).
- REBELO, José (2002); *O Discurso do Jornal – o Como e o Porquê* (2.^a edição); Lisboa: Notícias.
- REBELO, José (2003); *A Comunicação – Temas e Argumentos*; Coimbra: Minerva.
- REBELO, José (2006); «Prolegómenos à narrativa mediática do acontecimento», in *Trajectos*, n.º 8-9, Primavera-Outono; Lisboa: ISCTE/Fim de Século (pp.: 17-27).
- REIS, Bruno Cardoso (2006); *Salazar e o Vaticano*; Lisboa: ICS – Universidade de Lisboa.
- REZOLA, Maria Inácia (1996a); «Acção Católica Portuguesa», in Fernando Rosas e J. M. Brandão de Brito (dir.); *Dicionário de História do Estado Novo* (Vol. I); Lisboa: Círculo de Leitores (pp.: 12-13).
- REZOLA, Maria Inácia (1996b); «Abel Varzim da Cunha e Silva», in Fernando Rosas e J. M. Brandão de Brito, (dir.); *Dicionário de História do Estado Novo* (Vol. II); Lisboa: Círculo de Leitores (pp.: 903-904).
- RIBEIRO, António Sousa (2001); «A retórica dos limites. Notas sobre o conceito de fronteira», in Boaventura Sousa Santos (org.); *Globalização – Fatalidade ou Utopia?* (Vol. I); Porto: Afrontamento.
- RIBEIRO, Luísa Teresa (2008); «Imprensa e digital», in *Meios*, Dezembro de 2008; Lisboa: AIC (pp.: 25-28).
- RICARDO, Daniel (2010); *Ainda Bem que Me Pergunta* (2.^a edição); Alfragide: Casa das Letras.
- RIEFFEL, Rémy (2003); *Sociologia dos Media*; Porto: Porto Editora.
- ROBERTSON, Roland (2000); *Globalização – Teoria Social e Cultura Global*; Petrópolis: Vozes.
- ROBINSON, Richard (1999), «Igreja Católica – Sumário», in António Barreto e Maria Filomena Mónica (coords.); *Dicionário de História de Portugal* (Vol. VIII – Supl. F/O); Porto. Figueirinhas (pp.: 220-233).
- ROCHA, Clara Crabee (1996); «Revistas culturais», in Fernando Rosas e J. M. Brandão de Brito (dirs.); *Dicionário de História do Estado Novo* (Vol. II); Lisboa: Círculo de Leitores (pp.: 836-839).
- ROCHER, Guy (1999); *Sociologia Geral – A Acção Social* (5.^a edição); Lisboa: Presença.
- RODRIGUES, Adriano Duarte (1984); «Informação e política regional», in AAVV; *Conferência sobre Regionalização e Desenvolvimento*; Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda/IED (pp.: 158-171).

- RODRIGUES, Adriano Duarte (1985); «Figuras das máquinas censurantes modernas»; in *Revista de Comunicação e Linguagens*, n.º 1, Março; Lisboa: CECL – Universidade Nova de Lisboa Afrontamento (pp.: 9-20).
- RODRIGUES, Adriano Duarte (1986); «A informação e o poder político», in *Revista Crítica de Ciências Sociais*, n.º 18, 19, 20 – Fevereiro; Coimbra: CES – Universidade de Coimbra (pp.: 203-211).
- RODRIGUES, Adriano Duarte (1999); *Comunicação e Cultura – A Experiência Cultural na Era da Informação* (2ª. edição); Lisboa: Presença.
- RODRIGUES, Adriano Duarte (2001); *Estratégias da Comunicação – Questão Comunicacional e Formas de Sociabilidade* (3.ª edição); Lisboa: Presença.
- ROSA, João Pereira da (1941); «A imprensa portuguesa de hoje», in *Boletim do Sindicato dos Jornalistas*, n.º 4; Lisboa (pp.: 129-131).
- ROSAS, Fernando (2004a); *Portugal, Século XX (1890-1976) – Pensamento e Acção Política*; Lisboa: Notícias.
- ROSAS, Fernando (2004b); «Marcelismo: ser ou não ser», in Fernando Rosas e Pedro Aires Oliveira (org.); *A Transição Falhada – O Marcelismo e o Fim do Estado Novo*; Lisboa: Notícias (pp.: 9-26).
- ROSAS, Fernando (2008); «A memória é coisa do demo» (prefácio), in João Miguel Almeida; *A Oposição Católica ao Estado Novo – 1958-1974*; Lisboa: Edições Nelson de Matos (pp.: I-IX).
- ROSEN, Jay (2000); «Para além da objectividade», in *Revista de Comunicação e Linguagens*, n.º 27, Fevereiro; Lisboa: CECL – Universidade Nova de Lisboa /Relógio d'Água (pp.: 139-150).
- SÁ, Luís (1989); *Regiões Administrativas: o Poder Local que Falta*; Lisboa: Caminho.
- SALAZAR, António de Oliveira (1939); *Discursos, 1928-1934* (Vol. I); Coimbra: Coimbra Editora.
- SALAZAR, António de Oliveira (1943); *Discursos, 1938-1943* (Vol. III); Coimbra: Coimbra Editora.
- SANTO, Moisés Espírito (1984); «Sobre a visão e os costumes no que respeita à regionalização e à descentralização: regionalização e integração social»; in AAVV; *Conferência sobre Regionalização e Desenvolvimento*; Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda/IED (pp.: 87-99).
- SANTOS, António de Almeida (2005a); *A Globalização, Um Processo em Desenvolvimento*; Lisboa: Instituto Piaget.
- SANTOS, Boaventura Sousa (1996); «A queda do Angelus Novus: para além da equação moderna entre raízes e opções», in *Revista Crítica de Ciências Sociais*, n.º 45; Coimbra: CES – Universidade de Coimbra.
- SANTOS, Boaventura Sousa (1997a); «Por uma concepção multicultural de Direitos Humanos», in *Revista Crítica de Ciências Sociais*, n.º 48; Coimbra: CES – Universidade de Coimbra.
- SANTOS, Boaventura Sousa, org. (2001); *Globalização – Fatalidade ou Utopia?* (Vol. I); Porto: Afrontamento.

- SANTOS, Gomes (1906); *O Catholicismo em Portugal*; Póvoa de Varzim: Livraria Povoense Editora.
- SANTOS, João de Almeida (2000); *Homo Zappiens*: Lisboa: Notícias.
- SANTOS, José António (1985); *Regionalização – Processo Histórico*; Lisboa: Livros Horizonte.
- SANTOS, José Ribeiro dos (1941); «Da profissão», in *Boletim do Sindicato dos Jornalistas*; Lisboa (pp.: 139-141).
- SANTOS, Nicolau (1983); «Portugal: como o poder da informação se subordina à informação do poder», in AAVV; *I Congresso dos Jornalistas Portugueses – Conclusões, Teses, Documentos*; Lisboa: Comissão Executiva do Congresso (pp.: 145-148).
- SANTOS, Paula Borges (2005b); *Igreja Católica, Estado e Sociedade, 1968-1975 – O Caso Rádio Renascença*; Lisboa: ICS – Universidade de Lisboa.
- SANTOS, Rogério (1997b); *A Negociação entre Jornalistas e Fontes*; Coimbra: Minerva.
- SANTOS, Rogério (2006); «O Jornalismo na transição do século XIX para o XX. O caso do diário *Novidades* (1885-1913), in *Media & Jornalismo*, n.º 9; Lisboa: CIMJ (pp.: 89-104).
- SANTOS, Salvador (2005c); «Os erros pagam-se caros», in *A Defesa*, 7 de Setembro; Évora.
- SANTOS, Victor Manuel dos (2002); *Conhecimento e Mudança – Para uma Epistemologia da Globalização*; Lisboa: ISCSP.
- SARTORI, Giovanni (2000); *Homo Videns – Televisão e Pós-Pensamento*; Lisboa: Terramar.
- SCHLESINGER, P. (1987); «On national identity», in *Social Science Information*, n.º 25 (pp.: 219-264).
- SCHNEIDERMAN, Daniel (1999); *Du Journalisme après Bourdieu*; Paris: Fayard.
- SCHUDSON, M. (1998); «The public journalism movement and its problems», in D. Graber, McQuail e P Norris, org.; *The Politics of News; The News of Politics*; Washington: Congressional Quarterly Press (pp.: 132-149).
- SEABRA, José Augusto (1976); Intervenção na Assembleia Constituinte a propósito do projecto relativo ao número 2 do artigo 37.º da Constituição, sobre a Censura, in: *Diário da Assembleia Constituinte*, n.º 39 (pp.: 1089-1093).
- SEIT (1972); *Estatuto da Imprensa: Lei, Regulamento, Portaria*; Lisboa: DGI.
- SILVA, Augusto da (1979); «Prática religiosa dos católicos portugueses», in *Economia e Sociologia*, n.º 25-26; Évora: Instituto Superior Económico e Social (pp.: 61-220).
- SILVA, Elsa Costa e (2004); *Os Donos da Notícia. Concentração da Propriedade dos Media em Portugal*; Porto: Porto Editora.
- SILVA, Júlio Joaquim da Costa Rodrigues da (1999); «A encíclica *Mit Brennender Sorge* e a imprensa católica», in *Reflexão Cristã*, n.º 68, Janeiro/Fevereiro; Lisboa: CRC (pp.: 46-57).

- SILVA, Sónia da (2002); «Para uma história das agências noticiosas portuguesas», in Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação (www.bocc.ubi.pt); Covilhã: Universidade da Beira Interior.
- SILVA, Vítor (1993); «O grafismo na informação», in AAVV: *V Congresso da Imprensa Não Diária – Comunicações e Debates*; Lisboa: AIND (pp.: 113-117).
- SMITH, Anthony D. (1997); *A Identidade Nacional*; Lisboa: Gradiva.
- SOBREIRA, Rosa Maria (2003); *Os Jornalistas Portugueses (1933-1974): Uma Profissão em Construção*; Lisboa: Livros Horizonte.
- SORIANO, Simão José da Luz (1890); *História da Guerra Civil e do Estabelecimento do Governo Parlamentar em Portugal* (Tomo II); Lisboa: Imprensa Nacional/Casa da Moeda.
- SORLIN, Pierre (1997); *Mass Media*; Oeiras: Celta.
- SOUSA, Helena (1994); «Portuguese media – new forme of concentration», in Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação (www.bocc.ubi.pt) Covilhã: Universidade da Beira Interior (Acesso: 04.11.07).
- SOUSA, Helena (2008a); «Políticas de comunicação no novo milénio: crises, impasse e fracturas», in Manuel Pinto e Sandra Marinho (org.); *Os Media em Portugal nos Primeiros Cinco Anos do Século XXI*; Braga. CECS – Universidade do Minho/Campo das Letras (pp.: 13-32).
- SOUSA, Jorge Pedro (2001); *Manual Elementar do Jornalismo Impresso*; Porto (edição policopiada).
- SOUSA, Jorge Pedro (2006); «Reflexões sobre um horizonte possível para o jornalismo impresso de qualidade», in Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação (www.bocc.ubi.pt); Covilhã: Universidade da Beira Interior (Acesso: 17.02.09).
- SOUSA, Jorge Pedro (2008b); «Uma história do jornalismo em Portugal até ao 25 de Abril de 1974», in Jorge Pedro Sousa (org.); *Jornalismo: História, Teoria e Metodologia da Pesquisa. Perspectivas Luso-Brasileiras*; Porto: Universidade Fernando Pessoa (pp.: 93-118).
- SOUSA, Jorge Pedro (2008c); «Pesquisa e reflexão sobre jornalismo até 1950... e depois», in Jorge Pedro Sousa (org.); *Jornalismo: História, Teoria e Metodologia da Pesquisa. Perspectivas Luso-Brasileiras*; Porto: Universidade Fernando Pessoa (pp.: 154-226).
- SOUSA, Jorge Pedro (2008d); «Uma história breve do jornalismo no Ocidente», in Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação (www.bocc.ubi.pt); Covilhã: Universidade da Beira Interior (Acesso: 21.03.09).
- SPÀ, Miguel de Moragas (1996); «Espacio audiovisual y regiones en Europa – Política, cultura y mercado»; in *Telos*; Madrid: Fundesco.
- STARR, Paul (2009); «A democracia sobrevirá aos jornais?», in *Courrier International*, n.º 164, Outubro; Lisboa (pp.: 70-79).
- TAVARES, Miguel Sousa e José Manuel Barata-Feyo (1983); «Mea culpa», in AAVV; *I Congresso dos Jornalistas Portugueses – Conclusões, Teses, Documentos*; Lisboa: Comissão Executiva do Congresso (pp.: 153-158).

- TENGARRINHA, José (1965); «Imprensa», in Joel Serrão, org.; *Dicionário de História de Portugal* (Vol. II); Lisboa: Iniciativas Editoriais (pp.: 470-497).
- TENGARRINHA, José (1989); *História da Imprensa Periódica Portuguesa* (2.^a edição); Lisboa: Caminho.
- TENGARRINHA, José (1999); «Imprensa», in António Barreto e Maria Filomena Mónica (coord.), in *Dicionário de História de Portugal* (Vol. VIII – Supl. F/O); Porto: Figueirinhas (p.: 245-247).
- TENGARRINHA, José (2000); «Voz (A)», in António Barreto e Maria Filomena Mónica (coord.), in *Dicionário de História de Portugal* (Vol. IX – Supl. P/Z); Porto: Figueirinhas (p.: 604).
- TENGARRINHA, José (2006); *Imprensa e Opinião Pública em Portugal*; Coimbra: MinervaCoimbra.
- THINES, G. e Agnès Lempereur (1984); *Dicionário Geral das Ciências Humanas*; Lisboa: Edições 70.
- THOMPSON, John B. (1995); *The Media and Modernity – A Social Theory of the Media*; Cambridge Polity Press.
- TORGAL, Luís Reis e Isabel Nobre Vargues (1993); «Produção e reprodução cultural», in José Mattoso (dir.); *História de Portugal* (Vol. V); Lisboa: Círculo de Leitores (pp.: 685-696).
- TORGAL, Luís Reis (2009); «Estado Novo, Igreja e católicos», in Luís Reis Torgal; *Estado Novo Estados Novos – 1*; Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra (pp.: 423-465).
- TRAQUINA, Nelson, org. (1993); *Jornalismo: Questões, Teorias e «Estórias»*; Lisboa: Vega.
- TRAQUINA, Nelson (2000); *O Poder do Jornalismo*; Coimbra: Minerva.
- TRAQUINA, Nelson (2004); *A Tribo Jornalística, Uma Comunidade Transnacional*; Lisboa: Notícias.
- TRAQUINA, Nelson (2007); *Jornalismo* (2.^a edição); Lisboa: Quimera.
- TRAQUINA, Nelson, Ana Cabrera, Cristina Ponte e Rogério Santos (2001); *O Jornalismo Português em Análise de Casos*; Lisboa: Caminho.
- TURNER, Bryan (2002); «Introdução» e «A natureza do social», in Bryan Turner (org.); *Teoria Social*; Lisboa: Difel (pp.: 1-18 e 310-312).
- URRY, John (2002); «Sociologia do tempo e do espaço», in Bryan S. Turner (org.); *Teoria Social*; Lisboa: Difel (pp.: 377-403).
- VALA, Jorge (2003); «A análise de conteúdo», in Augusto Santos Silva e José Madureira Pinto (org.); *Metodologia das Ciências Sociais* (12.^a edição); Porto: Afrontamento (pp.: 101-128).
- VALENTE, Vasco Pulido (2009); «Éramos assim absurdos em 1963», in Vasco Pulido Valente; *Portugal – Ensaios de História e de Política*; Lisboa: Aletheia (pp.: 271-277)
- VASCONCELOS, José Carlos (1972); *Lei de Imprensa – Liberdade de Imprensa*; Lisboa: Prelo.

- VATICANO II (1972b); *Documentos Conciliares: Constituições, Decretos, Declarações* (3.^a edição); Lisboa: União Gráfica.
- VOLKOFF, Vladimir (2000); *Pequena História da Desinformação – Do Cavalo de Tróia à Internet*; Lisboa: Notícias.
- WALLERSTEIN, Immanuel (1984); *The Politics of the World – Economy*; Cambridge: University Press.
- WARNIER, Jean-Pierre (2002); *A Mundialização da Cultura*; Lisboa: Notícias.
- WOLF, Mauro (1992); *Teorias da Comunicação* (2.^a edição); Lisboa: Presença.

Entrevistas e testemunhos orais

Integram-se neste ítem as entrevistas e testemunhos orais especialmente realizados para este trabalho. Além do nome e profissão dos entrevistados, refere-se ainda a razão do depoimento/entrevista e a data da sua concretização.

- ANDRADE, Pacheco de (Outubro de 2004); jornalista em vários jornais, incluindo o *Diário de Notícias*, o *Diário Popular* (onde foi redactor e director) e o *Nova Terra*, semanário de que foi chefe de redacção.
- ANTUNES, Albertino (Maio de 2008); advogado, jornalista em várias publicações, designadamente *Flama*, *Vida Mundial*, *Diário de Lisboa*, *O Jornal* e *Novidades*, diário de que foi redactor entre 1971-1974.
- CARDOSO, Homero (Outubro de 2008); animador cultural, chefe de publicidade da revista *Flama* entre 1968 e 1973.
- CARREIRA, Carlos Leitão (Abril de 2008); jornalista, director-adjunto do semanário *O Almonda* (Torres Novas).
- DUARTE, Joaquim (Dezembro de 2006); jornalista, antigo redactor do *Jornal do Fundão* e director de *O Ribatejo* (Santarém), semanário de que foi o primeiro chefe de redacção.
- FERNANDES, Manuel Correia (Dezembro de 2007); padre, professor e director, desde Janeiro de 2000, do semanário diocesano *Voz Portucalense* (Porto).
- FERRAZ, Luís Miguel (Março de 2008); jornalista, chefe de redacção do semanário diocesano *O Mensageiro* (Leiria) e director do mensário *Jornal da Golpilheira* (Batalha, Leiria).
- GERALDES, José (Junho de 2008); padre, professor universitário e director do *Notícias da Covilhã* entre 1988 e 2009, semanário de que também foi chefe de redacção.
- LEÃO, Bento Barbosa (Janeiro de 2008); professor, director de *O Almonda* (Torres Novas), entre Novembro de 1997 e Maio de 2007.
- MOTA, Arsénio (Julho de 2006); escritor e jornalista, antigo director do «Independência Literária», suplemento mensal do semanário *Independência d'Águeda*.
- NEVES, Fernando Paulouro (Outubro de 2007); escritor, jornalista, director, entre 2002 e 2012, do *Jornal do Fundão*, semanário de que também foi redactor e chefe de redacção.

- RIBEIRO, Reis (Fevereiro de 2008); padre, secretário da Comissão Episcopal para a Comunicação Social (anos 80) e redactor do semanário diocesano *Notícias de Viana*, jornal de que também foi director até 1997.
- RODRIGUES, Calado (Março de 2008); padre, director do semanário diocesano *Mensageiro Notícias* (Bragança), entre 2003 e 2010.
- SANTOS, António Salvador dos (Setembro de 2008); padre, jornalista, director do semanário diocesano *A Defesa* (Évora) e presidente da direcção da AIC.
- TAVARES, José Correia (Junho de 2006); escritor, jornalista, coordenador de «Ao km. Zero» (1968-1972), suplemento cultural do semanário diocesano *Reconquista* (Castelo Branco).

Media consultados

Aqui se referem os títulos e datas dos media consultados, onde foram publicadas notícias, reportagens, inquéritos ou dossiers referentes ao tema.

Agência Ecclesia (www.agencia.ecclesia.pt), serviços noticiosos de 10 de Dezembro de 2003, 2 de Fevereiro de 2004, 24 de Fevereiro de 2004, 2 de Março de 2004, 24 de Setembro de 2004, 22 de Outubro de 2004, 17 de Novembro de 2004, 18 de Novembro de 2004, 4 de Março de 2005, 18 de Maio de 2005, 4 de Novembro de 2005, 6 de Novembro de 2005, 16 de Novembro de 2005, 15 de Janeiro de 2007, 16 de Janeiro de 2007, 25 de Maio de 2007, 27 de Dezembro de 2007, 3 de Janeiro de 2008, 21 de Janeiro de 2008, 7 de Abril de 2008, 27 de Maio de 2008, 29 de Novembro de 2008, 20 de Fevereiro de 2009, 3 de Outubro de 2009, 20 de Outubro de 2009, 29 de Outubro de 2009, 30 de Outubro de 2009, 9 de Novembro de 2009, 22 de Dezembro de 2009, 23 de Dezembro de 2009, 1 de Janeiro de 2010 e 15 de Janeiro de 2010.

Almonda (O), 18 de Maio de 1974.

Amigo do Povo (O), 11 de Novembro de 2001 e 6 de Novembro de 2005.

BIP – Boletim de Informação Pastoral, n.º 1, 1959 (pp.: 3-4).

Capital (A), 14 de Março de 1969.

Correio da Manhã, 29 de Março de 2006 (p.: 48).

Correio do Vouga (Aveiro), 17 de Novembro de 2004 e 16 de Novembro de 2005.

Courrier International, Outubro de 2009 (pp.: 80-82).

Defesa (A), 18 de Março de 1923, 8 de Dezembro de 1999, 17 de Março de 2004, 4 de Maio de 2005 e 28 de Setembro de 2005.

Diário da Assembleia Constituinte, n.º 39 de 1976 (pp.: 1089-1093).

Diário de Lisboa, 12 de Julho de 1990 (pp.: 1-4).

Diário de Notícias, 23 de Outubro de 1969, 24 de Outubro de 1969, 9 de Junho de 1975, 13 de Janeiro de 1987, 29 de Dezembro de 1989 (suplemento de

aniversário, pp.: 18-23), 19 de Abril de 1996 (p.: 27), 20 de Fevereiro de 1997 (p.: 23), 14 de Abril de 1998 (p.: 53), 14 de Janeiro de 2001 (p.: 29), 4 de Fevereiro de 2001, (p.: 23), 27 de Abril de 2003 (p.: 51-52), 26 de Dezembro de 2004, (p.: 29), 8 de Maio de 2006 (p.: 40), 13 de Abril de 2008 e 13 de Maio de 2008.

Diário Popular, 12 de Fevereiro de 1977.

Distrito de Portalegre (O), 26 de Abril de 2007 e 29 de Abril de 2010.

Ecclesia (Semanário da Agência Ecclesia), 20 de Abril de 1999 (p.: 9), 6 de Maio de 2001 (p.: 1), 15 de Maio de 2001, 11 de Novembro de 2001, 16 de Abril de 2002 (pp.: 6-9), 18 de Abril de 2002 (pp.: 7-10), 17 de Setembro de 2002 (p.: 9), 24 de Setembro de 2002 (p.: 10), 21 de Janeiro de 2003 (p.: 2), 5 de Maio de 2004, 15 de Maio de 2004 (pp.: 6-8), 8 de Setembro de 2004 (p.: 41) e 22 de Março de 2005.

Encontro, edição comemorativa dos 10 anos (Janeiro de 1966).

Estudos (Revista do CADC), Maio de 1958, pp.: 324-326.

Expresso, 4 de Fevereiro de 1984, 23 de Março de 1991, 24 de Dezembro de 1994, 23 de Março de 1996 e 24 de Dezembro de 2009 (p.: 2).

Flama, 28 de Maio de 1944 (p.: 4) e 22 de Abril de 1949 (p.: 5).

Grande Reportagem, 28 de Maio de 2005 (pp.: 31-39).

Guarda (A), 15 de Maio de 2008 e 21 de Maio de 2009.

Igreja Portucalense, n.º 1 (Outubro/Dezembro de 1970).

Jornal (O), 9 de Janeiro de 1987.

Jornal da Beira, 11 de Outubro de 2007.

Jornal de Notícias, 21 de Setembro de 2001, 2 de Maio de 2003 (p.: 7) e 13 de Janeiro de 2008.

Jornalismo & Jornalistas, n.º 28, Outubro/Dezembro de 2006 (p.: 9).

Lumen, Novembro de 1974 (pp.: 29-30), Fevereiro de 1975 (p.: 84) e Março de 1975 (p.: 133).

Mais Informação (Jornal da AIC), n.º 61 (Maio de 2004), n.º 62 (Junho de 2004), n.º 91 (Janeiro/Fevereiro de 2010) e edições especiais (revistas) de 2004, 2005 e 2008.

Media XXI, n.º 74 (Fevereiro/Março de 2004, pp.: 22 e 42-44) e n.º 75 (Abril/Maio de 2004, pp.: 40-43).

Meios (Revista da AIND), Junho de 2001 (pp.: 28-29), Janeiro de 2002 (pp.: 10-11 e 38-39), Fevereiro de 2002 (pp.: 2-9), Novembro de 2002 (pp.: 32-33), Novembro de 2003 (suplemento especial) e Março de 2004 (p.: 45).

Mensageiro (O), 7 de Outubro de 2004.

Mensageiro de Bragança, 15 de Janeiro de 2007.

Mensageiro Notícias, 20 de Janeiro de 2008 e 10 de Março de 2008.

Notícias da Covilhã, 28 de Janeiro de 2005 e 23 de Julho de 2009.

Notícias de Beja, 15 de Janeiro de 2009 e 14 de Janeiro de 2010.

Notícias de Setúbal, 23 de Novembro de 2001.

Notícias de Viana, 2 de Novembro de 2000, 4 de Janeiro de 2005 e 2 de Junho de 2005.

Novidades, 18 de Fevereiro de 1969 (p.: 1).

Público, 7 de Fevereiro de 1992 (pp.: 1-7), 27 de Março de 1997 (pp.: 20-21), 13 de Abril de 1998 (pp.: 2-3 e 44), 12 de Novembro de 2001 (p.: 44), 25 de Setembro de 2002 (p.: 41), 14 de Fevereiro de 2003 (p.: 48), 20 de Fevereiro de 2003 (pp.: 2-4), 20 de Junho de 2004, 29 de Março de 2006 (p.: 40), 9 de Julho de 2007 (p.: 4-5), 19 de Dezembro de 2008 (P2, pp.: 6-7), 21 de Dezembro de 2009 (p.: 8), 24 de Dezembro de 2009 (p.: 4) e 21 de Janeiro de 2010.

Reconquista, 13 de Maio de 2010.

Reflexão Cristã, Abril/Maio de 1976, n.º 1 (p.: 3).

Ribatejo (O), 2 de Janeiro de 1987.

SAI – Serviço de Apoio à Informação, 7 de Janeiro de 1987.

Visão, 21 de Dezembro de 1994 (pp.: 66-74) e 8 Fevereiro de 2007 (p.: 9).

Voz da Fátima, 13 de Junho de 1974.

Voz de Lamego, 1 de Novembro de 2005.

Voz de Trás-os-Montes (A), 3 de Janeiro de 2008.

Voz do Domingo (A), 1 de Fevereiro de 2004, 28 de Março de 2004, 25 de Julho de 2004, 9 de Janeiro de 2005, 23 de Março de 2008 e 22 de Fevereiro de 2009.

Voz Portucalense, 3 de Janeiro de 1970, 5 de Outubro de 1974, 3 de Dezembro de 2008 e 27 de Janeiro de 2010.

