

## A informação via *media* no olhar de um público qualificado e jovem

José Jorge Barreiros <sup>2</sup>

### Resumo

Informação e comunicação constituem dimensões cruciais de vida pública, recurso de bem-estar pessoal e colectivo e de actuação social esclarecida e responsável. Os sentidos dos seus desempenhos carecem de ponderação pública, adequada à sensibilidade do respectivo papel específico na vida social e política em democracia. A avaliação dos públicos de cidadãos é um dos prismas de análise a que interessa atender e valorizar.

Neste texto analisam-se, e discutem-se implicações, dos resultados de uma pesquisa sobre a opinião de um público qualificado, jovem e utilizador da internet face à informação via *media*, na realidade portuguesa da 1ª década do século XXI.

Sobressai o desajustamento entre quem informa e quem pretende informar-se, situando insuficiências e expectativas não correspondidas; a reivindicação de maior consideração dos *media* pelos seus utilizadores; o apelo à qualificação da oferta informativa, superando o desencontro com um público 'exigente' insatisfeito com as propostas informativas disponíveis.

**Palavras chave:** cidadania, comunicação, democracia, informação, interesse público, jornalismo, *media*, públicos, opinião pública, política, regulação.

### Abstract

Information and communication are crucial dimensions of public life, resources of personal and collective well-being and enlightened and accountable social role play. The meaning of their performance need public scrutiny, adapted to the sensibility of their specific role in social and political life in democracy. The evaluation of the publics of citizens is one of the points of view to be considered and highlighted.

This article analyses, and discuss implications, of the results of an investigation about the opinion of an qualified, young and internet user public about the information via media, in the Portuguese reality of the 1st decade of the 21st century.

What highlights is a lack of coincidence between who informs and who wants to get information, pointing inefficiency and unfulfilled expectations; the claim for greater consideration of the media by its users; the call for a more qualified informative offer, overcoming the distance with a 'rigorous public' displeased with the available media information offer.

**Keywords:** citizenship, communication, democracy, information, public interest, journalism, media, public opinion, politics, regulation.

---

<sup>1</sup> Texto publicado na revista *Trajectos* Nº 17, Lisboa, ISCTE-IUL e Fim de Século Edições, 2010. Retoma 'matéria-prima' da tese de doutoramento sob o tema *Públicos, Media e Vida Pública*, defendida pelo autor, no ISCTE-IUL.

<sup>2</sup> Professor do Departamento de Sociologia do ISCTE-IUL - Instituto Universitário de Lisboa.

Informação e a comunicação são bens públicos de primeira necessidade, essenciais à existência pessoal e social, privada e pública, em diferentes planos económicos, culturais, sociais, cívicos, políticos e geopolíticos. No tempo contemporâneo dependem, de modo determinante, das actuações e propostas informativas disponíveis via *media*, nas suas diversas configurações, posicionamentos e condições de acesso e usufruto.

Os contornos dos desempenhos dos *media* e do agir social via *media*, as opções que proporcionam, as modalidades de informação, conhecimento, cultura, entretenimento, relacionamento, integração e envolvimento que viabilizam, ou não, representam uma contribuição determinante do leque de oportunidades de realização pessoal dos sujeitos e da configuração e estruturação da vida em sociedade. A 'competência' dos públicos de cidadãos depende significativamente das oportunidades proporcionadas pelas propostas dos *media*. Daqui decorre, interessa sublinhá-lo, um plano específico de responsabilidade pública dos *media* enquanto provedores de bens públicos essenciais ao bem-estar individual e colectivo.

A informação via *media* ocorre no quadro de um processo social de comunicação em que agem e interagem diferentes actores, interesses e estratégias. É um processo complexo e multifacetado onde os interesses e abordagens dos vários intervenientes - quem pretende informar ou aparecer publicamente; quem detém, financia e gere os meios; quem fabrica e distribui propostas informativas; quem se informa - não são coincidentes nem sempre compagináveis.

Os sentidos dos processos de informação e a comunicação pública dependem dos *media* e das mediações que se tecem no espaço social que via *media* se constrói. Resultam dos desempenhos de 'actores internos' ao processo de produção de informação e das práticas e representações de diferentes consumidores e utentes de propostas informativas, assim como das actuações sociais que em sequência desenvolvem, ou não.

Informar e informar-se não são processos simples ou lineares, ao contrário do que, por vezes, possa parecer. As realidades contemplam facetas diversas cuja apreensão pode diferir, legitimamente, consoante a perspectiva de quem as observar e interpretar. Informar implica a adopção de 'pontos de vista' sobre a

realidade, o que inclui o agir estratégico inscrito na matriz da acção social operacionalizada em processos de comunicação; pressupõe antecipar e representar destinatários, frequentemente pouco conhecidos em características relativas a disponibilidade, interesse, saber, posicionamentos e 'capacidade de compreensão'. O atendimento íntegro das diferentes vertentes comporta dificuldades e constrangimentos não despidiendos, num processo multiplamente mediado por factores de diversa ordem, por vezes com direcções contrárias.

Na informação e comunicação pública operam determinações estruturais e poderes simbólicos que expressam e reproduzem dadas relações de força entre diversos lugares e actores sociais, poderes e contrapoderes. O seu sentido como processo social, cultural e político depende dos posicionamentos dos diversos intervenientes. As mediações contemplam constrangimentos e margens de manobra. A informação via *media* comporta limitações, autonomias e poderes próprios dos diversos actores implicados, com assimetrias e capitais diferenciados.

*Media* e profissionais da informação estão entre os agentes com papel privilegiado na delimitação de como informar e informar-se acontece. São actores com interesses, poderes e responsabilidades próprias neste processo, onde se pressupõe que, sob diferentes perspectivas, actuem em nome do interesse comum, com autonomia face a quem pretende informar e a missão de 'dar a conhecer' tudo, e apenas, o comumente relevante. O modo como agem no exercício dos seus desempenhos representa um dos vectores decisivos na configuração da apreensão da realidade e da capacitação para agir socialmente em diferentes planos da economia, da cultura, da política e demais vertentes da vida pública.

Interessa assinalar que desempenhar um papel decisivo e determinante não implica isenção de constrangimentos ou o assumir da única responsabilidade. O trabalho social de jornalismo e *media* articula com outras instituições mediadoras e outras vertentes de acção social. A consciência das 'limitações' e 'precariedades intrínsecas' a informar e informar-se, a par do exercício rigoroso das opções que implicam e dos poderes próprios que comportam, constituem parâmetros do desempenho responsável da missão dos vários 'profissionais da fabricação de informação'.

Considerar a informação como processo social de comunicação implica atender aos pontos de vista e modos de agir dos diversos actores intervenientes e aos

contornos das relações que constroem. Passa pela consideração do papel: de quem informa - dos meios usados, do modo como se 'dá forma' ao que se pretende 'dar a conhecer', como esses meios e os 'profissionais da informação' se posicionam e agem enquanto actores sociais de difusão de informação e configuração de vida social; de quem se informa - como os sujeitos e instituições consomem, acedem, seleccionam, reconhecem, apropriam e, em sequência, actuam socialmente, bem como a avaliação que desenvolvem do modo como todo esse processo decorre.

Do ponto de vista da informação e da comunicação via *media* como vertente de interesse público e recurso de democracia a consideração do lugar e posicionamento dos públicos de cidadãos, sujeitos de opinião sobre o 'trabalho social' operado nas mediações via *media*, assume um papel essencial que interessa relevar e valorizar.

As liberdades de informação e comunicação constituem referências de diferentes entendimentos do interesse comum e da democracia. Uma das suas facetas respeita à liberdade de opinar sobre 'quem' e 'como' se age nas várias vertentes do 'trabalho social' de informar. O acolhimento à institucionalização da regular expressão em público de opinião cidadã sobre o desempenho dos *media*, e de quem neles age, é uma das condições de viabilização de uma relação equilibrada e justa entre informar e informar-se, dimensão de interesse público, factor da respectiva compatibilização aos pressupostos da democracia.

A efectividade do debate em público dos desempenhos dos *media* e nos *media* só pode ter expressão pública adequada se lhe for atribuído lugar próprio e regularidade no espaço público mediatizado. Sendo uma questão com sensibilidades específicas, nomeadamente a que resulta das condições de competição e concorrência entre meios, não pode, dada a relevância que assume, ser minorizada por 'dificuldades' que possa comportar. A sua pertinência afigura-se incontornável. Quanto mais a vida pública depende dos *media* mais premente se torna esta dimensão de auscultação, equacionamento e debate público regular das actuações dos *media* e nos *media*, em nome da responsabilidade social e pública que as liberdades de informação e comunicação implicam.

Constitui, ainda, uma das vertentes a valorizar no desempenho das regulações, condição de boa prática na conformidade da sua missão aos atributos democráticos, expressão do entendimento da informação e comunicação pública como vector de uma noção de democracia onde a cidadania tenha voz própria.

O presente artigo apresenta e discute resultados de uma investigação sobre os sentidos do processo de informação a partir do ponto de vista do público. Analisam-se a avaliação e expectativas face à informação de um público específico como indicador de opinião pública sobre o desempenho da informação via *media*.

Adopta-se um enfoque de pesquisa que valoriza o ajuizamento próprio expresso nos discursos dos sujeitos, entendidos simultaneamente como consumidores e utilizadores de *media*, utentes de informação e cidadãos. Tomam-se as representações dos entrevistados como fonte de reflexão e problematização sobre os respectivos sentidos, nomeadamente, no plano do contributo, e dos desafios, que aportam ao equacionamento do papel da informação via *media* como recurso de vida colectiva.

A metodologia adoptada assenta numa vertente de abordagem qualitativa em que se mobiliza a sensibilidade e reflexividade expressas pelos discursos enquanto matéria-prima relevante para o trabalho de investigação. Recorre-se a técnicas de análise de conteúdo procurando valorizar as posições expressas e as tonalidades de expressão formuladas por cada entrevistado como contributo para a interpretação e construção de sentido que no trabalho de pesquisa se realiza.

O material empírico analisado resulta de entrevistas semidirectivas a um público qualificado de doze jovens e jovens adultos, com idades compreendidas entre os 24 e os 37 anos; utilizadores regulares da internet, com formação universitária, a desenvolver actividade profissional em diferentes áreas de domínios técnicos, científicos e artísticos.<sup>3</sup>

Interessa prevenir que as ilações dos resultados aqui apresentados não permitam extrapolações 'automáticas' para contextos diversos do perfil de público investigado. Constituem um contributo para conhecimento e questionamento, a considerar no contexto de validade próprio de uma abordagem qualitativa de índole prospectiva.

A 'matéria-prima' seguidamente trabalhada centra-se em dois planos específicos da avaliação sobre a informação via *media* do público entrevistado: apreciação de qualidades e insuficiências da informação disponível; prospecção de expectativas, o que se espera da informação disponibilizada nos *media*.

---

<sup>3</sup> Estas entrevistas foram realizadas em Abril e Maio de 2007. Explicitação mais detalhada da metodologia seguida pode encontrar-se em BARREIROS, 2010.

## 1 - Qualidades e insuficiências da informação disponível

O primeiro plano de pesquisa dirige-se a como este público avalia a informação 'oferecida' pelos *media* no espaço público.

Em termos gerais, a perspectiva dos sujeitos inquiridos revela um ténue reconhecimento da qualidade das notícias. As manifestações de agrado são escassas. Só muito pontualmente se encontram, de modo afirmativo, notas de satisfação com a informação e com o conhecimento da realidade que proporciona.

### **Em geral sinto-me satisfeita. São tratadas as coisas mais importantes**

[Em geral] Sinto-me satisfeita. Sinto que são tratadas as coisas mais importantes que se passam a nível do país e do exterior. E sinto que são passadas as novidades a nível cultural. Sinto que se há alguma alteração política significativa a nível do ministério eu sou informada. Sinto que se há alguma alteração grande a nível do meu país eu sou informada.

*Carolina, 36 anos, Técnica de instituto público, Gestão*

### **Jornais e revistas permitem ir conhecendo o que é relevante na actualidade**

[Com jornais e revistas] Consegue-se de facto ter um retrato, mais fiel ou menos fiel, do que é que é a actualidade, do que é que é pertinente, do que é que é relevante, naquele dia ou naquela semana.

*Carla, 35 anos, Consultora freelancer, Ambiente*

Nos discursos produzidos encontram-se traços de uma indicação genérica de que a informação tem aspectos úteis e positivos, assinalados com contenção e expressos em tons 'esbatidos', por vezes, aparentando uma certa acomodação da necessidade de informar-se às alternativas disponíveis, sem grande entusiasmo: 'lá se vai sabendo a modinha, o caso da semana'; 'qualidade há de tudo', do aceitável ao 'mauzinho'; 'apesar da baixa qualidade' acho 'as notícias esclarecedoras'.

### **Existe alguma qualidade. Notícias vão correspondendo ao que me interessa**

Alguma qualidade sim. ...porque em última análise as notícias que leio e que vou lendo vão correspondendo aquilo [por] que eu me interesso. ...Sei lá, diria que aquelas que eu às vezes leio são boas, sim.

*Cristina, 27 anos, Bolseira de investigação, Física*

### **Notícias são esclarecedoras, apesar de tudo**

Sei que [a informação] está por vezes desvirtuada, muitas vezes o que sai é o que convém que saia... [mas] Para ser franco tenho de dizer que sim [acho notícias esclarecedoras], apesar de tudo, apesar da baixa qualidade pronto, é a realidade.

*Jorge, 37 anos, Profissional liberal, Design*

### **Às vezes sinto os meus pontos de vista representados**

É engraçado porque é assim, há uma notícia, eu tenho uma opinião e é giro que às vezes está a dar o noticiário... estão a analisar a notícia e estão a dizer exactamente o que eu estava a pensar, o que eu teria dito. Acho curioso.

*Alexandra, 36 anos, Técnica de investigação, Economia*

### **Qualidade há de tudo. Qualidade razoável nos jornais de referência**

Qualidade? Há de tudo: às vezes do bom, mais ou menos e, o mauzinho, também há. Em todos, rádio, televisão, papel, jornais, livro, há de tudo. ...Quanto aos jornais [de referência] acho que a qualidade que nos é acessível é bastante razoável.

*Marta, 24 anos, Técnica de investigação, Matemática*

### **Lá se vai sabendo alguma coisa, a 'modinha' e o caso da semana**

A nível de informação lá se vai sabendo alguma coisa... nem que seja para saber qual é a modinha ou a notícia da semana... para começar é um ponto interessante.

*Carlos, 36 anos, Gestor de internet provider, Informática*

Nesta primeira aproximação sinalizam-se traços de um público sintonizado à necessidade de estar informado mas não muito entusiasta com a informação a que acede. Reconhece-se a 'utilidade' das notícias, onde se encontram aspectos positivos mas a alguma distância do expectável. Não se notam tons de satisfação expressa com vivacidade. As limitações da informação proporcionada pelos *media* são referenciadas por uma entrevistada como estímulo à procura de informação alternativa, por vezes, através da conversa em contacto pessoal directo.

### **Notícias são limitadas, mas se sinto falta vou procurar outras fontes, falar com pessoas**

[Notícias dão conhecimento da realidade?] Não muito. Às vezes não tanto, porque não há espaço ou porque o formato não é o mais indicado.

Quando sinto falta vou procurar noutras fontes. Se [a informação] não me é satisfatória e fico a perguntar, mas porquê, quem é que fez, e quando, e como, vou ver outras vias e falar com outras pessoas, às vezes também é falar não é.  
(*Alexandra, 36 anos*)

Indicações de alguma confiança na informação são tímidas e escassas, em tonalidades situadas entre a necessidade de confiar em algo de que se precisa e a incerteza decorrente da consciência dos limites e constrangimentos inerentes ao processo de informa-se via *media*. A noção da informação como uma construção que depende de pontos de vista e interesses, nomeadamente de quem a propõe e de quem a publica, aparece claramente sublinhada.

### **Habitualmente acho as notícias verdadeiras**

À partida, acho que as notícias são verdadeiras. Agora eu vejo é a qualidade da notícia.

*Joana, 32 anos, Assessora serviço governamental, Filosofia*

### **Normalmente confio... Acho que tenho que acreditar**

Eu normalmente confio. Acho que pode haver falta de rigor, mas... por norma não acho que haja má fé. ...acho que tenho que acreditar que há isenção. (*Carla, 35 anos*)

### **Confiar na informação como 'a verdade'? Não, é sempre um ponto de vista**

Confiar como? Achar que aquilo [informação] é verdade? Não... Acho que aquilo corresponde sempre ao ponto de vista de alguém e isso pode corresponder à realidade ou não. (*Cristina, 27 anos*)

Quanto aos factores que contribuem para a noção de fiabilidade das notícias é assinalada a importância da relação com quem 'dá a informação'. Os atributos de credibilidade, o posicionamento e a confiança que despertam as pessoas que 'dão face' à informação são sublinhados como elementos importantes.

### **Confiança na informação depende da credibilidade de quem a dá**

Lá está... há sempre um ser humano a dar a informação. Como te identificas com essa pessoa e a forma como essa pessoa dá a informação e que transfere alguma credibilidade à informação que é dada, não é? Portanto, existe muita dependência da

relação que tu estabelececes com quem dá a informação e da credibilidade que te confere a essa informação. *(Alexandra, 36 anos)*

**Confio mais em pessoas que em meios**

É curioso eu normalmente confio mais em pessoas do que em meios. Normalmente quando leio um jornal a primeira coisa que eu procuro é a crónica de fulano tal porque gosto dele, gosto como ele escreve e gosto das opiniões que ele tem. E confio mais em cronistas, em pessoas do que propriamente em jornais como entidades. *(Jorge, 37 anos)*

A posição mais expressiva sobre a credibilidade da informação disponibilizada pelos *media* em Portugal manifesta escassez ou ausência de confiança, assinaladas com ênfase: 'Confiança na informação? Cada vez menos'; 'não conseguem transmitir segurança'; 'confiança nas notícias?... aí a 60%'; 'não confio na forma como a informação é passada aos *media*'.

**Confiança na informação é baixa**

[Confiança na informação?] Neste momento é muito baixa. *(Jorge, 37 anos)*

**Confiança na informação? Cada vez menos. Nota-se omissão de informação**

[Confiança na informação] Cada vez menos, não é... Já houve algumas notícias e algumas coisas que tive a sensação que, não é uma mentira enfim cabeluda e assim explícita mas o que acontece muito é a omissão de informação, portanto dá-se alguma informação mas omite-se parte dela. ...E um bocado por causa disso cada vez mais me afasto e não recolho essa informação.

*Artur, 28 anos, Bolseiro de investigação, Física*

**Confiança nas notícias a 60%**

[Confiança nas notícias?] De 0 a 100? risos Se eu pudesse responder assim, era 60. Em geral.

*Vanessa, 28 anos, Assistente de investigação, Sociologia*

**Não conseguem transmitir segurança na informação veiculada nas notícias**

Eu acho que é uma das coisas que eles não nos conseguem transmitir é o nível de confiança quando estamos a ler, a ver as notícias, por exemplo. ...qual o grau de segurança que nós temos [na informação] ao estar a ler as notícias.

*Marta, 24 anos, Técnica de investigação, Matemática*

**Alguma confiança na informação mas dúvidas com o que é passado aos *media***

[Confiança na informação] Alguma... hoje é um dia mau, porque ainda hoje apanhei algumas que... mas, por regra, tenho alguma confiança. As que confio menos são as notícias políticas... mas isso não tem que ver com os *media*, tem que ver com o que é passado aos *media*.

Por exemplo, ontem houve um projecto que foi apoiado por fundos comunitários, em que há uma participação do orçamento de Estado, mas mínima. Hoje saiu a notícia que o Governo apoiou em 100% esse projecto. ...daí, talvez, a minha desconfiança. ...Mas talvez seja a área em que eu tenho crédito pelos *media* e não tanto pelo clima. *(Carolina, 36 anos)*

**Não tenho confiança na forma como a informação chega aos *media***

Não tenho é confiança na forma como chega a notícia. ...Por exemplo, um caso assim muito directo: ponho em causa porque é que o Público só foi esgravatar no Sócrates depois da OPA. E também ponho em causa o modo como a informação sobre o Sócrates chegou ao Público. E depois desta situação toda, chegamos aqui e passamos quinze a vinte dias, quase um mês, sempre a bater na mesma tecla. *(Carlos, 36 anos)*

É importante reter a observação de que, para alguns entrevistados, a questão da credibilidade da informação se coloca a montante do trabalho jornalístico e das organizações de produção da informação; depende de quem, como e para quê se

faz chegar a informação aos *media*. Sublinha-se a noção de que no processo de informação agem diferentes actores cujos interesses e capacidade de influência intervêm na configuração da informação que é publicada.

O enfoque no questionamento da fiabilidade da informação realça a precisão e o rigor substantivo e factual como qualidades indispensáveis aos critérios de ponderação da integridade da informação, prioridade primeira das notícias. As quebras de rigor detectadas em áreas especializadas, onde se possui conhecimento científico ou técnico específico, são salientadas como ilustração de falta de rigor que abala a fiabilidade e confiança em outra informação.

**Como acreditar na informação se nos assuntos que eu conheço não há rigor?**

Se quando são assuntos que eu conheço vejo que, realmente, não estão a fazer um bom trabalho de jornalismo... como é que hei-de encarar tudo o resto, [os] assuntos nos quais eu não estou à vontade?

*Marcos, 24 anos, Arquitecto de serviços informáticos, Engenharia*

**Não confio na informação desde que passaram a tratar temas que eu domino**

Não confio [na informação]. Um pouco de história... desde para aí há uns dez, quinze anos atrás, quando eles os jornais, a televisão, os jornalistas começaram a escrever sobre tópicos e assuntos que eu domino, passei a colocar em questão tudo o que leio sobre outros assuntos que eu não domino. Portanto, desde essa altura que a minha confiança foi por aí abaixo. Também a partir dessa altura comecei à procura de fontes de informação alternativas, principalmente na internet, listas de correio electrónico, etc). (*Carlos, 36 anos*)

Esta observação encerra uma relevante nota sobre a atenção e o padrão de exigência no escrutínio da informação pelos públicos qualificados, assim como sobre a expectativa de exactidão das versões informativas e de competência dos profissionais, factores de fiabilidade da informação. Comporta uma indicação aos próprios profissionais e às organizações produtoras de informação para que sofisticuem a qualidade dos seus produtos, a sublinhar a necessidade, e a responsabilidade, de promoverem vias de incorporação de saberes especializados que tragam consistência e rigor técnico e científico às suas propostas e aos desempenhos das suas equipas.

A insatisfação com as propostas e produtos informativos disponíveis assume, em alguns discursos, acentuadas tonalidades críticas, a sublinhar uma expectativa frustrada, sobretudo em relação aos meios considerados de referência - imprensa escrita em particular - de quem se esperam 'outras obrigações'.

**A informação na TV está uma porcaria**

A informação na televisão, hoje em dia, está uma porcaria autêntica. ...Há uns anos atrás, conseguia facilmente ver um telejornal e ver duas ou três notícias que tivessem interesse. Hoje em dia, não consigo. (*Carlos, 36 anos*)

### **Telejornais são ocupados com questões secundárias**

Quando via telejornais, passavam tipo três quartos do telejornal a falar sobre o senhor Silva que matou a senhora Silva. (*Cristina, 27 anos*)

### **TV peca muito. Ainda existe alguma esperança nos jornais**

Existe alguma esperança que sejam os jornais que ainda têm alguma informação fidedigna, ou mais imparcial, ou mais séria, relativamente às coisas e não tanto como a televisão... acho que a televisão começa a pecar muito por dar uma grande ênfase e tudo é um grande espectáculo. (*Artur, 28 anos*)

A esperança de maior qualidade das propostas informativas da imprensa escrita revela-se não correspondida, dando lugar a observações críticas incisivas na comparação da imprensa nacional com a internacional, de acesso facilitado a partir da disponibilidade na internet.

### **Desilusão com os *media* mas mais com a imprensa escrita. Tem outras obrigações**

A informação nacional, em geral, é muito fraca. ...Sinto uma desilusão quase geral sobre a comunicação social sobretudo a escrita, os jornais e revistas nacionais. ...Sim, sim, principalmente da escrita porque eu acho, e acho que posso falar por mais pessoas também, que a escrita tem outras obrigações. (*Jorge, 37 anos*)

### **Dos meios de referência espera-se mais qualidade**

Dos meios de comunicação de referência – os jornais de referência e outros – eu, pelo menos, espero mais qualidade não é? (*Vanessa, 28 anos*)

### **Qualidade dos jornais baixou**

Eu agora por exemplo estou na fase em que acho que a qualidade dos jornais baixou muito. (*Alexandra, 36 anos*)

### **A imprensa não compensa: compro o jornal e 'não há nada que me faça parar para ler'**

É assim, eu acho que os jornais a única coisa que têm para oferecer é a qualidade. É a qualidade jornalística, é a qualidade da comunicação, é isso que eu procuro, qualidade, peças bem escritas. É isso que eu sinto que tem vindo a diminuir. Eu muitas vezes compro o Público e leio aquilo em vinte minutos, passo as páginas, não há nada, não há nada que me faça parar para ler. (*Jorge, 37 anos*)

### **Jornal dá a vantagem da 'informação focalizada', mas muitas vezes nada há que interesse**

Realmente os jornais têm alguns pontos negativos que é muitas vezes não têm nada que interesse. ...diariamente não acho útil ler um jornal. Acho que é repetitivo. Mas tem outros pontos positivos: tem informação focalizada. (*Cecília, 28 anos*)

### **Imprensa portuguesa de menor qualidade que a estrangeira**

Em primeiro lugar acho que a qualidade dos jornais é um bocado má, para não dizer mesmo péssima. É má no desenvolvimento que dá aos temas; é má nos caminhos que segue nos seus desenvolvimentos; é má na qualidade escrita; é má na qualidade da informação que tem; é má nos erros grosseiros até que por vezes dá... É má em muitos aspectos. E é má até... quando comparada com imprensa de outros países. (*Cecília, 28 anos*)

### **Imprensa estrangeira mais completa, informação trabalhada e enquadrada**

Se eu ler os jornais estrangeiros, acho que são muito melhores. Tanto os jornais como as revistas. Têm mais coisas de fundo, são coisas mais trabalhadas... Sei lá, eu leio normalmente o *Le Monde* e houve uma altura em que lia muito o *Economist*. São muito melhores. São mais consistentes. São menos a coisa do dia-a-dia... quer dizer, tem notícias da actualidade mas tem sempre... um estudo e uma análise. (*Joana, 32 anos*)

Procurando identificar os motivos para a insatisfação manifestada por este público, encontramos nas questões de substância, aprofundamento e esclarecimento

proporcionados pela informação os argumentos invocados com maior frequência e intensidade.

**Principal problema é o olhar dos *media* estar centrado nos aspectos primários**

Acho que os *media* são muito mais centrados não pela importância e pela relevância das notícias mas... por aquilo que eles acham relevante e aquilo [a] que as pessoas... do ponto de vista mais primário são receptivas. ...acho que isso para mim é um dos maiores problemas dos *media*. (*Artur, 28 anos*)

**Existe alguma atenção à actualidade mas menor atenção a temas de fundo**

[Jornais e revistas permitem] um retrato, mais fiel ou menos fiel, do que é a actualidade... [mas sinto] falta de outro tipo de notícias e de questões que eu considero que, muitas vezes, estão na ordem do dia mas que não são [o caso do dia]... a imprensa nacional, nota-se perfeitamente, está quase que negligente [nisso]. (*Carla, 35 anos*)

**Notícias não vão ao âmago da questão**

[Notícias] São esclarecedoras? Não. ...Não vão ao âmago da questão, ao cerne da questão, ou são só meramente descritivas da situação. (*Artur, 28 anos*)

No discurso deste público as observações sobre insuficiências e vícios da informação são abundantes. Procurando sistematizar os aspectos que se afiguraram mais significativos, anota-se um rol de 'pecados' apontados à informação, organizados em torno de cinco eixos: selecção da informação; tratamento noticioso; isenção e rigor; novidade e inovação; esclarecimento e contributo para conhecimento.

As referências à *selecção informativa* situam como principais problemas, segundo este público, a desatenção a temas relevantes e a atribuição de importância excessiva a assuntos que não a merecem, privilegiando os temas mais vendáveis, não necessariamente os mais importantes.

**Destaque desproporcionado da importância dos assuntos**

Eu sinto que os *media* dão quase a mesma importância a uma notícia que diz respeito por exemplo à criação da constituição europeia do que se calhar à rapariga inglesa que foi raptada agora. (*Artur, 28 anos*)

[Dá-se] um enorme destaque às notícias que, de facto, não têm relevância. (*Carla, 35 anos*)

**Privilégio aos temas que vendem mais**

A televisão, os jornais e a própria rádio focam os temas que vendem, que fazem dinheiro. ...E portanto, tu não vais 'vender' propriamente temas que poderão ser mais interessantes mas sim os temas que poderão ser mais vendáveis, ou que te vão trazer mais lucro. (*Marcos, 24 anos*)

**Apagamento de assuntos importantes**

E os assuntos que realmente interessavam [são apagados]. ...É o caso do primeiro-ministro, aquilo foi puxado até à exaustão... a questão da OTA, deixou de se ouvir só para ouvir falar no [diploma de] José Sócrates. (*Carlos, 36 anos*)

**Seleção nem sempre atenta ao mais relevante**

É preciso seleccionar de uma maneira isenta e não tendenciosa... tendo como pressuposto dar a informação mais importante. (*Cecília, 28 anos*)

**Seleção inadequada prejudica a qualidade da informação**

Acho que a qualidade é muito reduzida porque a selecção não é bem feita. (*Alexandra, 36 anos*)

No capítulo da *abordagem informativa* apontam-se diferentes enviesamentos aos pressupostos de um processamento são da informação. Os aspectos mais destacados anotam a confusão entre informação, entretenimento e promoção de entretenimento; exploração sensacionalista, 'tudo o que tem sangue é notícia'; tendência para atribuir culpas em vez de esclarecer; recurso a testemunhos pouco credíveis; abordagem negativista onde são raras as notícias construtivas; tendência para o tratamento aligeirado dos 'assuntos sérios'.

**Predomínio do *Infotainment*, mais entreter que informar**

Eu não sei se é por causa até mesmo da própria internet, do cabo... parece que estamos um bocado na fase do consumo rápido, do *Infotainment*... É um bocado a informação que já não é. Achamos que a informação tem que entreter mais do que informar. (Carla, 35 anos)

**Confusão entre informação e promoção de entretenimento**

Aqui há uns anos, quando foi o efeito *Big Brother*, o telejornal do TVI, que dava antes do *Big Brother*, chegou a uma altura em que tinha sempre pelo menos duas peças sobre o *Big Brother*. Onde é que está a notícia? Isso é jornalismo? *Big Brother* é um programa de [entretenimento em] televisão... mas, por favor, isso não é notícia. (Marcos, 24 anos)

**Exploração sensacionalista, 'tudo o que tem sangue' 'é notícia'**

Às vezes irrita-me um bocado as notícias estarem sempre feitas pelo lado mais sensacionalista. ...o que é notícia é tudo o que tem sangue, tudo o que causa mais impacto é que é notícia. (Joana, 32 anos)

**Atribuir culpas em vez de esclarecer problemas**

Em vez de realmente mostrar os problemas e dizer o que é que se passa e o que é que não se passa, é mais atribuir culpas. (Cecília, 28 anos)

**Recurso a testemunhos não credíveis, ocios e vazios**

Uma coisa que eu acho quando leio páginas de [alguns] jornais portugueses é que eles inventaram os testemunhos que põem, não me parecem credíveis. Aquilo são exemplos completamente ocios e vazios... e eu não sinto a mesma coisa quando leio uma reportagem [por exemplo] numa revista brasileira. (Cecília, 28 anos)

**Tendência para abordagens negativistas, são raras notícias construtivas**

Percebe-se que a notícia é sempre pelo lado mais negativo... é raro encontrar uma notícia mais construtiva. (Joana, 32 anos)

**Assuntos sérios tratados superficialmente**

Em termos nacionais, tudo quanto é notícia do estrangeiro é tudo muito virado para as suas relações com o nosso país e, portanto, questões como o Darfur, como questões económicas da América Latina, África... é tudo muito pela rama, às vezes [está] mesmo ausente. (Carla, 35 anos)

Em termos de *quebras de isenção e rigor* as observações referenciadas sublinham imprecisões e omissões de informação, desvios à verdade, a colagem a agendas de personalidades ou instituições da política ou da economia, a preferência por certas orientações ou forças políticas.

**Omissão de informação, análise simplista e com incoerências**

Já houve algumas notícias [em] que tive a sensação que não [há] uma mentira, enfim, cabeluda... mas o que acontece muito é a omissão de informação. Dá-se alguma informação mas omite-se parte dela que, se calhar, é a parte essencial.

Em questões que eu domino mais, por exemplo na parte científica, noto que há... uma análise muito rápida e muito simplista que, às vezes, é feita com algumas incoerências. (Artur, 28 anos)

### **Imprecisões, mesmo calinadas**

Portanto, acabo por achar que há, às vezes, uma certa falta de rigor já para não dizer que há calinadas mesmo). De facto, às vezes, sente-se a falta de justificação... talvez a pressão de ter que fazer muita coisa. *(Carla, 35 anos)*

### **Desvios descarados da verdade**

Aqui há dias estava a ler o suplemento do Público no fim-de-semana eles têm um suplemento de tecnologia e vinha lá um artigo sobre música digital e a pirataria digital e coisas dessas. E aquilo eram mentiras pegadas do início ao fim! Mas havia lá coisas que eram tão descaradas que alguém devia exigir-lhes, pelo menos, uma rectificação. ...[por exemplo] tinham dito que ia haver um serviço em Maio e eles diziam que já havia [início de Abril]. *(Marcos, 24 anos)*

### **Abordagens informativas encostadas a agendas de actores da política ou da economia**

Há um conjunto de temas que não são tratados pelos *media*. Quando são referenciados não se está a falar verdadeiramente do problema.

Pegando no caso do ambiente. É raro tu veres o tema a ser abordado. O que tu vês é uma critica, ou uma descrição, daquilo que um determinado partido político fez em relação a uma certa questão ambiental, ou seja, ou estás a falar de política ou de determinada empresa, ou do impacto que determinada coisa vai ter na economia, na política. ...Portanto, na realidade, tu não estás a abordar esses temas, estás a referenciá-los como um meio para servir um fim. *(Marcos, 24 anos)*

### **Preferência por certas tendências políticas**

[Isenção?] Se estamos a falar de um ponto de vista político, eu acho que não. Acho que há claramente tendências e simpatias por determinadas orientações em detrimento de outras. *(Jorge, 37 anos)*

Do ponto de vista da *novidade e inovação* a leitura é desencantada. Surgem indicações sobre uma informação pouco cativante, banal, previsível, monótona, repetitiva, mesmo 'massacrante'.

### **Informação muito banal e previsível**

Há muito pouca coisa que cativa... depois é a qualidade informativa, é tudo muito previsível, é tudo muito banal, o mesmo que tem um têm todos, não há aquela investigação que te surpreenda ou que te prenda. É tudo muito previsível, o escândalo, os casos, não é? *(Jorge, 37 anos)*

### **Informação repetitiva e 'massacrante'**

Negativo [nas notícias] é tu estares a ser sistematicamente entupida pelas mesmas coisas sem seres confrontada com outras coisas alternativas. ...[uma] única verdade, a única visão das coisas. *(Alexandra, 36 anos)*

### **Sempre os mesmos temas, dão todos as mesmas notícias**

Acho que são os *media* que lançam a agenda... [mas] a agenda é toda igual cá em Portugal. São sempre os mesmos temas... se há um jornal que diz não sei o quê, então vão todos [ao mesmo]. ...É raro haver grandes discrepâncias. Isso cheira-me um bocadinho a esturro. *(Joana, 32 anos)*

### **Jornais televisivos da hora de almoço são uma cópia dos da noite**

Os jornais [da TV] da hora de almoço são uma cópia dos da noite. *(Alexandra, 36 anos)*

### **Revistas são cópias de outras**

É um bocado isso que eu sinto às vezes, [as revistas] são cópias de outras, ou seja existem umas quatro ou cinco revistas onde todas vão beber, não sei, ou americanas, ou inglesas ou de onde quer que seja e depois todas as outras dos outros países todos, pelo menos em Portugal vão buscar artigos e aquilo acabam por ser cópias e adaptações. *(Artur, 28 anos)*

Implícito surge o apelo a inovação na abordagem e na selecção do que se converte em notícia e o refrescamento dos demais formatos da informação.

Quanto ao contributo da *informação como esclarecimento* dos assuntos e construção de conhecimento as notas críticas realçam a existência de notícias que não esclarecem. Uma informação que relata sem explicar, onde a estrita factualidade carente de enquadramento e contextualização se revela insuficiente como factor de conhecimento. Sublinha-se a tendência para as notícias secundarizarem o que funciona, os aspectos positivos que poderiam ter um efeito potenciador da transformação da informação em conhecimento útil, estimulador de inovação e capacidade de realização. Por vezes, certas notícias, parecem funcionar como 'cortinas de fumo' para distrair dos aspectos importantes.

**Notícias 'secas', apenas factuais, descontextualizadas**

Há toda uma série de temas que quando são apresentados nunca são apresentados contextualizados. São sempre apresentados um bocado... mais uma bomba no Iraque, morreram 120 pessoas esta madrugada... é tudo assim um bocado factual. (*Carla, 35 anos*)

**Notícia como pequena história, desenquadrada da complexidade da situação**

[Notícias] São sempre pequenas histórias, nunca é a complexidade toda que está perante uma determinada situação, é uma pessoa a contar uma história. (*Cristina, 27 anos*)

**Maneira fácil de fazer notícia: mais relato factual que aprofundar investigação**

Não tenho propriamente a noção de que há uma investigação... as questões ambientais é tudo muito [a despachar]... Eu acho que é a forma fácil de fazer notícia. E então acho que há, de facto, às vezes, pouco rigor. (*Carla, 35 anos*)

**Informação que não explica e esclarece**

Desculpa lá! E depois há coisas que eu não compreendo mesmo e não dá para perceber. Por exemplo, uma vez saiu uma notícia sobre o conflito do Sudão, a notícia não adiantava nada porque não contava a história, então tive mesmo de ir a um site para perceber como aquilo tudo se tinha desenrolado. (*Cristina, 27 anos*)

**Não se ouve falar das coisas que funcionam**

Uma coisa que tenha um desfecho positivo deixa de ser notícia. É notícia enquanto aquilo está uma grande confusão... depois, se as pessoas conseguem e conquistam qualquer coisa, vem assim num cantinho. ...a pessoa vive num país onde parece que nada vale a pena, que tudo o que a pessoa faz não leva a lado nenhum... há coisas que funcionam! E nunca se ouve falar das coisas que funcionam. (*Joana, 32 anos*)

**Notícias que distraem do que deve ser debatido**

As notícias usadas para distrair das [questões] que realmente deviam estar a ser debatidas e apresentadas. (*Carlos, 36 anos*)

A tónica dominante dos discursos deste público sobre a informação disponível via *media* especifica um preciso conjunto de insuficiências e preocupações de um público atento e vigilante: uma selecção informativa que nem sempre releva suficientemente o mais importante; abordagens noticiosas que não respeitam pressupostos de uma informação sã; quebras de rigor e isenção que minam a integridade e a credibilidade; escassez de atractividade, novidade e inovação; uma informação que nem sempre clarifica, funcionando, por vezes, mais como 'cortina de fumo' que distrai do que como factor de esclarecimento e conhecimento.

A principal nota de leitura a reter da apreciação crítica destes sujeitos assinala a expectativa, não correspondida, de um público qualificado e interessado na informação, apetente de opções informativas mais consistentes, com patamares de rigor, diversidade e aprofundamento dos assuntos adequados às motivações de públicos despertos e exigentes que não encontram propostas 'à sua medida' na oferta informativa publicamente acessível.

## **2 - Expectativas sobre a informação via *media***

Considerando que a opinião sobre a informação e *media* decorre de certos pressupostos, nomeadamente, que uma crítica subentende uma ideia de 'ordem' alternativa, procurou-se nos discursos dos sujeitos que integram o público estudado a visão, os entendimentos e pressupostos que, implícita ou explicitamente, informam as abordagens expressas.

Nas questões directamente dirigidas a saber 'o que falta', 'como deveria ser', não foi fácil obter respostas substanciais. Segundo testemunho dos próprios são aspectos em que não é comum reflectir. A abordagem dos *media*, habitualmente, tende a dirigir-se a episódios e questões concretas próximas da experiência quotidiana. Comenta-se ou conversa-se sobre o que 'irritou' ou 'encantou', mas raramente se passa a uma reflexão mais elaborada que conduza a delinear alternativas. Apesar disto, reanalisadas as entrevistas sob este enfoque, encontraram-se observações – nas entrelinhas de um comentário, ou na ilustração dos argumentos avançados - que proporcionam algumas pistas interessantes sobre a concepção que subjaz à abordagem expressa, a 'face positiva' da alternativa sobre como 'deveriam ser' a informação e os *media*.

Apresenta-se, seguidamente, a sistematização das observações recolhidas e da leitura que despertam. Os resultados apurados organizaram-se em seis tópicos que sistematizam vectores de expectativa deste público face a informação e *media*, apoiados em recortes do discurso dos entrevistados.

- 2.1 - Independência, integridade e competência
- 2.2 - Diversidade de informação e opinião, mais pluralismo
- 2.3 - Selecção equilibrada da informação e legibilidade do processo da sua fabricação
- 2.4 - Relevar informação e contextualização que esclareçam os assuntos
- 2.5 - Adequar a informação às competências dos diferentes públicos
- 2.6 - *Media* com atitude responsável e inovadora a activar públicos exigentes

## 2.1 - Independência, integridade e competência

Deveria haver independência editorial, maior autonomia do jornalismo, não haver pudor em publicar uma notícia independentemente de quem afectasse; os jornalistas poderem alhear-se das audiências e das vendas e publicarem os temas que achavam importantes.

### **Mais independência? Completamente!**

Independência [do jornalismo]... Mais independentes? Completamente! (*Carlos, 36 anos*)

### **O ideal era poderem decidir o que publicar alheados de audiências e vendas**

Eu sei que isso não é possível' mas 'o ideal era os jornalistas publicarem os temas que achavam que era necessário serem debatidos', 'alhearem-se o máximo possível das audiências e das vendas. (*Vanessa, 28 anos*).

### **Uma notícia ser publicada independentemente de quem afectasse**

Não haver pudor', 'independentemente de quem essa notícia afectasse, essa notícia deveria ser transmitida. (*Artur, 28 anos*).

Era bom que houvesse um jornalismo mais isento, mais factual e menos opinativo, mais equilibrado.

### **Maior esforço de isenção, poupar nas opiniões pessoais**

Procurarem um maior esforço de isenção no sentido de não deixarem transparecer sempre as opiniões pessoais. ...de certeza que seria melhor se houvesse um esforço de isenção. Ou pelo menos mistura. Já que a isenção não será assim tão possível, assim uma coisa de equilíbrio. De equilíbrio de forças e de opiniões. (*Cecília, 28 anos*)

Sente-se falta de um jornalismo que aprofunde a informação de modo credível. Um jornalismo com formação sólida e conhecimento dos assuntos que trata.

### **Falta aprofundar conteúdos de forma que se sinta rigorosa**

Mas acho que [falta] precisamente o aprofundar conteúdos, artigos de destaque, reportagens de investigação... pegar num tema que está mais ou menos na ordem do dia e depois analisar aquilo mais a fundo, nas várias vertentes, com pesquisa... que me dê de uma forma que eu sinta que é rigorosa... um panorama geral, verídico, com rigor, do que se passa... Tem de passar por aí. (*Carla, 35 anos*)

### **O ideal era haver jornalistas profundos conhecedores dos assuntos que tratam**

Era haver jornalistas bastante bons... que se tornassem não digo especialistas numa determinada coisa, mas pessoas com profundo conhecimento daquilo sobre que estão a falar. (*Artur, 28 anos*)

Espera-se mais da noção do jornalismo como missão, assumir responsabilidade e compromisso com a verdade. Nos meios públicos a isenção devia ter prioridade máxima.

### **Um pouco mais de prática da ideia de 'jornalismo missão'**

Eu acho que poderiam e até deveriam [ter mais]... aquela ideia do 'jornalismo missão', aquele jornalista independente cuja missão é informar de forma isenta, exemplar. Mas isso acho que é uma 'não realidade'... Há exemplos em que acontece. (*Cecília, 28 anos*)

### **Meios públicos deviam ser exemplares**

Acho, por exemplo, que a televisão pública, que deveria ser o meio de informação mais isento, não é obviamente. *(Cecília, 28 anos)*

## **2.2 - Diversidade de informação e opinião, mais pluralismo**

Os aspectos assinalados acentuam a necessidade de alargar o leque dos temas das notícias, diversificar a opinião publicada, abrir o leque de quem comenta, promover diversidade de posições políticas nas redacções.

### **Mais diversidade, mais notícias do mundo, não estar sempre a ver a mesma coisa**

Gostava de ter maior diversidade, logo para começar. Gostava de ter mais notícias do mundo, mais tópicos, e não estar sempre a ver a mesma coisa. ...não estar sempre a ver coisas como o caso de futebol da semana. *(Carlos, 36 anos)*

### **Outras pessoas a fazer a opinião, são sempre os mesmos**

Acho que devia haver outras pessoas a fazer opinião. É que são sempre, sempre os mesmos, há vários anos e, portanto, acaba por viciar um bocado. *(Joana, 32 anos)*.

### **Haver nas redacções jornalistas com diversidade de orientações políticas**

Ter nas redacções grupos de jornalistas que se identificavam com uma determinada linha política... de forma a que eu pudesse ter as várias visões diferentes. *(Artur, 28 anos)*

## **2.3 - Selecção equilibrada da informação e legibilidade do processo da sua fabricação**

No plano dos procedimentos associados à produção de informação destacam-se diferentes aspectos relacionados com o modo como é produzida.

Selecção da informação e critérios de publicação responsáveis.

### **Selecção responsável, relevar a informação mais importante**

Selecionar [a informação] de uma maneira isenta e não tendenciosa... tendo como pressuposto dar a informação mais importante. *(Cecília, 28 anos)*

### **Só publicar o que é legítimo ser publicado**

Sei lá, um caso muito simples: escutas telefónicas, que estão em segredo de justiça. Eu acho que os jornais não deviam publicar. ...tudo bem, chegou-lhes às mãos, é notícia. Mas é segredo de justiça. Acho que é esta responsabilidade que eles não exercem. *(Joana, 32 anos)*

Adequar relevo da notícia à importância do assunto. Investir na pesquisa dos assuntos relevantes, valorizar os temas importantes – por exemplo, os assuntos europeus e a cultura – e conter o excesso de desporto, futebol em particular.

### **Adequação do relevo da notícia à importância do assunto**

O que é que eu mudava na forma como apresentam as notícias?... É mesmo essa dosagem da informação e a importância que dão a cada notícia. Temos agora um caso, por exemplo, da menina [inglesa] que desapareceu. Acho muito bem que os pais façam tudo mas acho que já chega... Nós temos quinhentas mil crianças que desaparecem e [este] mediatismo não tem nada a ver com [a importância do] que se está passar. *(Marta, 24 anos)*

**Ir à procura dos assuntos relevantes**

[O que devia mudar] é a informação, não ir só atrás do que se passa noutros sítios, ou seja, criação mesmo de notícias relevantes e se calhar adaptação à realidade portuguesa que se calhar não existe e notícias com mais conteúdo. *(Artur, 28 anos)*

**Conter o excesso de desporto, futebol em particular**

Uma coisa dos telejornais que me irrita solenemente é o tempo que se perde com o desporto. Com o desporto e com o futebol... muitas vezes, é a primeira notícia dos telejornais. Por mais que as pessoas gostem de futebol e eu gosto de futebol! acho que é absurdo. *(Joana, 32 anos)*

**Dar justa atenção aos assuntos europeus, valorizar os temas relativos à cultura**

Há uma coisa que eu acho que está mal representada nos jornais portugueses: a União Europeia. É uma coisa que, cada vez mais, é importante para nós e que não há muito. Se calhar é porque não interessa muito os portugueses. Acho que é mesmo uma lacuna grave... Acho que a cultura também não é muito bem tratada. *(Joana, 32 anos)*

Tornar legíveis os critérios e procedimentos adoptados no tratamento da informação. Não se percebe bem como a informação é fabricada.

**Dar a conhecer o 'mecanismo de filtro' que aplicam à informação**

Era preciso conhecer melhor o mecanismo de filtro. ...Não tenho noção de quantos filtros são postos e de que maneira são postos. *(Carolina, 36 anos)*

Manter atenção aos temas a que se dá relevo e terminá-los. Colocar-lhes 'uma conclusão, um ponto final', de modo a que se possa perceber como acabam.

**Acompanhar os temas noticiados ou colocar-lhes o ponto final**

Normalmente o que acontece é: lança-se a história, depois aquilo é manchete um dia ou dois dias, se tanto, e depois ninguém sabe o que é que acontece aquela pessoa. Acho que isso devia ser mudado, devia-se dar um seguimento ou pôr uma conclusão, um ponto final. *(Cristina, 27 anos)*

**2.4- Relevância da informação e contextualização que esclareçam os assuntos**

Uma aspiração referenciada neste público aponta a expectativa de uma informação enriquecedora, que acrescente conhecimento: notícias substanciais acompanhadas da razão de ser dos problemas. Dar a conhecer os factos e enquadrá-los com análise e informação de contexto para que se possa formar uma opinião fundamentada. No fundo, uma informação que esclareça e habilite.

**Falta informação mais substancial**

Acho que muitas vezes as notícias são muito superficiais [faltam] notícias com mais conteúdo... são só meramente descritivas... basicamente constatam, descrevem uma realidade, não há uma análise de conteúdo da coisa e, para mim, é isso um bocado [de que] sinto falta. *(Artur, 28 anos)*

**Informação com mais contextualização**

Devia ter um pouco mais de informação. Talvez um background. Procurar explicar o que é que se está aqui a passar, porque é que a fábrica vai fechar, qual a envolvente daquele negócio... porque é que fecha em Portugal... o que vai acontecer a seguir: vão abri-la noutro país? Se vão abri-la noutro país, porquê? O que é que vai acontecer à comunidade à volta da fábrica. *(Carlos, 36 anos)*

**Esclarecer a razão de ser dos problemas, o contexto, o que está a ser feito**

A nível de, se há uma guerra em X, como é que aquilo foi causado. Que conflitos estão por trás, se está a trazer problemas às populações. Como é que as pessoas

estão a tentar intervir. Sei lá. O que é que está a acontecer e tentar recolher coisas dos diversos pontos de vista... aspectos interessantes de culturas, tantas coisas interessantes... [mas] depois não passam nada disso, só passam coisas completamente ridículas. *(Cristina, 27 anos)*

**Associar os factos e a sua análise para que se possa ajuizar a informação**

O que eu sinto falta é que... os factos para além de serem transmitidos... também haja o espaço de análise do facto, não é. E cada vez mais é isso que eu sinto falta. Cada vez mais é só dizer: aconteceu isto! Acho que sinto falta que, para além disso, haja um espaço de análise... para depois eu como receptor dessa informação e dessa análise fazer os meus juízos de valor e analisar isso, se acho que faz sentido, não faz sentido. *(Artur, 28 anos)*

**Sente-se falta de jornalismo de investigação**

Sinto falta é de jornalismo de investigação. *(Vanessa, 28 anos)*

Dar atenção ao que funciona, nem só o que é mau deve ser notícia. Deve falar-se dos problemas, das respectivas soluções, do que está a ser feito, ou não, para os resolver.

**Dedicar atenção ao que funciona, dar mais espaço a 'notícias construtivas'**

Um dos efeitos nefastos desta coisa de que só é notícia tudo o que é mau, é que as pessoas ficam deprimidas. Já não basta a vida ser difícil, já não basta as pessoas não ganharem o suficiente, e não há nada de construtivo... há coisas que funcionam! E nunca se ouve falar das coisas que funcionam... acho que podiam dar mais notícias mais construtivas. *(Joana, 32 anos)*

**Falar dos problemas e das respectivas soluções**

No geral o que me preocupa é o que se passa no país, em geral, naturalmente. Não só o que é que se passa mas sim que medidas é que estão a ser tomadas para resolver o tipo de problemas que existem. *(Marta, 24 anos)*

## **2.5 - Adequar a informação às competências dos diferentes públicos**

Uma das entrevistadas realça a preocupação com a compreensão da informação. Sublinha a importância de como se exprimem os conceitos num dado léxico. Associa-lhe o apelo a que se criem recursos de apoio à compreensão dos assuntos menos familiares, atendendo particularmente aos públicos neles não iniciados.

**Tornar os assuntos herméticos acessíveis, adequar a linguagem, disponibilizar apoios**

Há assuntos que são demasiado herméticos para tu compreenderes com uma notícia, com os termos que são utilizados.

É que às vezes usam um jargão que tu não dominas... à partida é muito difícil entrar em certas notícias e em certos assuntos sem conheceres. ...gostava até que houvesse um glossário ou qualquer coisa assim. *(Cristina, 27 anos)*

## **2.6 - Media com atitude responsável e inovadora a activar públicos exigentes**

O apelo a maior responsabilidade dos *media* surge num tom entre a reclamação e a reivindicação, mais direccionadas para a imprensa e a televisão, particularmente a pública, assinalando a importância em que se activem públicos mais exigentes.

**Passar programas interessantes a horas decentes**

O que acontece é que a pessoa chega a casa, as notícias dão a uma hora de jeito e a seguir às notícias é uma desgraça. A pessoa é bombardeada completamente com programas que não interessam a ninguém... às horas que me apetecia estar a ver

qualquer coisa, estão sempre a dar programas que não me interessam. (*Carolina, 36 anos*)

**Mais opções e mais seriedade nos canais da TV generalista**

Sinto falta de mais opções. Acho que devia haver maior seriedade nos canais generalistas, porque acabam por não ser opção porque são sempre quase a mesma coisa. (*Cecília, 28 anos*)

Inovar na informação, arriscar propostas diferentes, fazer o seu próprio caminho. Para os *media* convencionais será uma condição de sobrevivência na adaptação ao novo contexto dos *media*.

**Televisões a inovar na informação, menos 'Maria vai com as outras'**

Das televisões o que é que eu acho?... que deviam mudar, deviam arriscar mais a forma como dão as notícias... tentar fazer experiências. E não estarem a olhar todos uns para os outros, a ver: aquele abriu o noticiário com futebol, eu também vou abrir o noticiário com futebol. ...podiam arriscar um bocadinho mais diferentes moldes. (*Alexandra, 36 anos*)

**'Meios convencionais' precisam fazer diferente e melhor**

Os *media* convencionais não conseguem competir, no mesmo pé, com os outros meios. Por isso tem de fazer diferente e melhor... acho que é precisamente o aprofundar conteúdos, artigos de destaque, reportagens de investigação... Tem de passar por aí. (*Carla, 35 anos*)

Assinala-se a falta de um serviço público mais efectivo, assim como de público mais exigente e activo.

**Falta um verdadeiro serviço público, um canal de cidadania. Não tenho muita esperança nisso**

Eu gostava, é disso que eu sinto falta, do tal serviço público... não tenho esperança que isso aconteça.

Tenho pena que não haja um canal, como já tantas vezes se disse e debateu, um canal mais pedagógico, mais virado para a cidadania. (*Vanessa, 28 anos*)

**Também falta público mais exigente**

Acho que sem dúvida o público podia ser mais exigente. (*Cecília, 28 anos*)

O entendimento decorrente da apreciação deste público revela um conjunto de questões nucleares sobre proximidade e distância no ajustamento entre quem informa e quem se informa. Um público específico de utentes de informação manifesta expectativas não correspondidas, explicitando insuficiências e áreas críticas que detecta na oferta informativa, com algumas indicações detalhadas sobre as carências e limitações que, do seu ponto de vista, fragilizam a qualidade e adequação da informação publicada.

As tónicas salientes das observações recolhidas podem formular-se, de modo abreviado, na seguinte síntese: informação que habilite, que acrescente conhecimento e capacidade de agir, rigorosa, esclarecedora e plural; jornalismo orientados para a 'missão' de servir o público através de selecção informativa equilibrada, procedimentos de produção confiáveis, com transparência, independência, integridade e competência; meios focados na aproximação a

interesses e expectativas dos públicos, orientados para adequar a informação às respectivas capacidades de compreensão, proporcionar 'acessibilidade' aos temas mais herméticos, alargar horizontes, promover conhecimento e integração; informar e esclarecer com responsabilidade, de modo estimulante, inovando em função das oportunidades de informar e informar-se proporcionadas pelos meios disponíveis em cada momento, 'à medida' da 'curiosidade' e disponibilidade de diferentes sectores de utentes.

Este 'caderno de encargos' indicia a existência de outros patamares de públicos de informação apetentes de uma oferta informativa para lá da 'bitola predominante'. Apela à qualificação da resposta de *media* e profissionais da informação e à sofisticação das organizações produtoras de informação, reinventando o seu desempenho, reforçando a paleta de competências, especialidades e saberes mobilizados na cadeia de produção do *newsmaking*.

Enquanto indicação de opinião pública sobre informação, jornalismo e *media* no contexto da realidade social portuguesa da primeira década do século XXI, sobressai o tom de leitura crítica de um público jovem, qualificado e exigente. Informar e informar-se surgem aqui com distanciamentos consideráveis. Quem se informa questiona as práticas e o resultado do trabalho social de quem se propõem informar.

É suposto que a informação pública assegure uma mediação equilibrada e equilibradora entre informar e informar-se, o que aqui se revela não conseguido. O problema que resulta desta avaliação é a constatação de que o processo de informação via *media*, como existe, não assegura, devidamente, a missão de proporcionar oportunidades de informação adequadas aos diferentes sectores da população.

As prestações da comunicação pública e da mediação mediatizada exprimem a interpretação do interesse público, e a consideração pelos cidadãos enquanto públicos, que imperam na actuação dos responsáveis e profissionais dos *media*, assim como das entidades e personalidades que agem socialmente no processo de informação pública via *media*. Os contornos do agir neste plano viabilizam ou fragilizam outras vertentes de desempenho, nomeadamente no que refere a oportunidades de actuação esclarecida nos diversos planos da vida social, económica e cultural, assim como no envolvimento na vida pública em democracia, pela suficiência ou insuficiência em prover os públicos de cidadãos dum recurso

indispensável ao seu envolvimento e participação como sujeitos sociais e políticos de plena condição.

Trata-se de uma questão pertinente, tanto do ponto de vista da relação do sector da informação e dos *media* com os seus consumidores e utentes como da vida pública em democracia. Interpela, simultaneamente, actores da vida pública de diversos matizes, empresários, responsáveis de *media* - públicos e privados - e jornalismo, bem como as entidades com a missão de regular o sector da informação e dos *media*.

Liberdades de informação e comunicação são condição de democracia mas a sua eficácia depende de como resultam, das influências e identidades que configuram o seu exercício e da responsabilidade com que são desempenhados os poderes próprios que comportam. Uma das condições de eficácia da informação como recurso da vida pública e política, em democracia, reside na respectiva adequação às expectativas, 'competência', 'universos de experiência' e condições de acesso dos diversos sectores de uma população, proporcionando-lhes oportunidades para um adequado ajuizamento e envolvimento na vida colectiva.

Interessa salvaguardar que a insuficiência de informação substancial, aprofundada, 'completa' e amadurecida nem sempre decorre de responsabilidade directa dos *media* e seus profissionais. Recorde-se, também, que a missão de *media* e jornalismo não se circunscreve ao 'relato' da actualidade imediata, a escrutínio, crítica e denúncia. Implica o aprofundamento, em contributo 'construtivo', que habilite a equacionar a superação de ineficiências, elucidar as faces não imediatas das questões, relevar vias da sua solução, permitir entrever alternativas, sem dramatizar excessivamente o que não o merece. Apela a fortalecer o trabalho de *back office* no aperfeiçoamento de recursos para qualificar a informação; incorporar saberes especializados; apontar ao cerne das questões; entender informar para lá de reportar, debater e comentar, o que depende da sofisticação das instituições produtoras de informação, em diferentes facetas da sua específica configuração organizacional. Depende ainda dos entendimentos que se adoptam sobre 'quem' são os públicos, 'como deve ser' a informação; o que 'esperar' e 'exigir' de todos os intervenientes da missão de informar.

A informação pública exige uma justa interpretação de critérios de integridade e 'consistência interna'. A sua eficiência e legitimidade como recurso colectivo decorre

também do respectivo 'envolvimento externo'; da sensibilidade e adaptação à mudança na sociedade e no papel social dos *media*; da adequação à 'competência' e expectativas dos utentes; da credibilidade que lhe for reconhecida; da legibilidade e transparência dos procedimentos que adopta; da elucidação que proporciona dos contornos de cada realidade social e política; da qualidade da pertença, envolvimento e capacidade de intervenção esclarecida que proporcione; da responsabilidade revelada no crucial desempenho público que protagoniza.

O cerne da questão suscitada pela leitura deste público pode resumir-se a: informação substancial, rigorosa e plural que antecipe, previna, desperte, elucide, habilite a agir; focada em conhecer e 'servir' os públicos, atender interesses e expectativas de diferentes sectores de cidadãos; como vector do desígnio de interesse público a que reporta o 'trabalho social' da informação e comunicação, recurso da vida social, cívica e política.

## **Bibliografia**

BAKER, C. Edwin (1998), "The Media That Citizens Need", *University of Pennsylvania Law Review*, 147(2), pp. 317-408.

BARREIROS, José Jorge (2010), *Públicos, Media e Vida Pública*, Lisboa, ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa, tese de doutoramento.

CALHOUN, Craig (2005), *Rethinking the Public Sphere*, Presentation to the Ford Foundation, 7 February 2005.

[http://www.ssrc.org/program\\_areas/ps/Rethinking\\_the\\_Public\\_Sphere\\_05\\_speech.pdf](http://www.ssrc.org/program_areas/ps/Rethinking_the_Public_Sphere_05_speech.pdf)

CROTEAU, David e William Hoynes (2006), *The Business Of Media: Corporate Media And The Public Interest*, Pine Forge Press.

CUILENBURG, Jan van & Denis MCQUAIL (2003), "Media Policy Paradigm Shifts. Towards a New Communications Policy Paradigm", *European Journal of Communication*, SAGE Publications, <http://ejc.sagepub.com/cgi/reprint/18/2/181>

CURRAN, James (2005), "What Democracy Requires of the Media", OVERHOLSER, Geneva e Kathleen Jamieson (Eds.) (2005), *The Press: Institutions of American Democracy*, Oxford University Press, pp. 120-140.

DAHLGREN, Peter (2009), *Media and political engagement: citizens, communication, and democracy*, Cambridge University Press.

ESTEROWICZ, A., R. Roberts e A. Clark (1998), "Jornalismo Público e conhecimento Público", in TRAQUINA & Mesquita (2003), *Jornalismo Cívico*, Lisboa, Livros Horizonte.

GLASSER, Theodore L. e Stephanie Craft (1996), "Public Journalism and the Prospects for Press Accountability", Routledge, *Journal of Mass Media Ethics*, 11(3), pp. 152-158.

- LIVINGSTONE, S., & Lunt, P., & Miller, L. (2007), 'Citizens, consumers and the citizen-consumer: articulating the citizen interest in media and communications regulation'. *Discourse and Communication*, 1(1): 63-89.
- LUNT, P, & Livingstone, S. (2007). 'Regulation in the public interest', *Consumer Policy Review*, vol. 17 (2): 2-7.
- McQUAIL, Denis (2002), *Media Accountability and Freedom of Publication*, Oxford, Oxford University Press.
- PAQUETE de OLIVEIRA, J.M. (1999), "Públicos, audiências e qualificação de comunicação", in Anon (1999), *Comunicação, Ética e Mercado*, Lisboa, Universidade Católica Editora, pp. 61-71.
- PLAISANCE, P. L. (2000), 'The concept of media accountability reconsidered', Routledge, *Journal of Mass Media Ethics*, 15, 4: 257-268,
- PROULX, S. (ed.) (1998), *Accusé de réception: le téléspectateur construit par les sciences sociales*, Québec: Sillery e Paris, Presses de l'Université Laval and L'Harmattan.
- PROULX, Serge e Marc Raboy (2003), "Viewers on Television: Between Policy and Uses", *Gazette: The International Journal for Communication Studies*, 65(4-5), pp. 331-346, disponível em: <http://gaz.sagepub.com/cgi/content/abstract/65/4-5/331>
- RABOY, Marc, B. Abramson, S. Proulx e R. Welters (2001), "Media Policy, Audiences, and Social Demand Research at the Interface of Policy Studies and Audience Studies", *Television & New Media*, 2(2), pp. 95-115.
- SILVERSTONE, Roger (2002), "Complicity and Collusion in the Mediation of Everyday Life", *London School of Economics and Political Science*, disponível em: <http://www.lse.ac.uk/collections/media@lse/pdf/complicity.pdf>
- THEISS-MORSE, E.; HIBBING, J. R. (2005), "Citizenship and civic engagement", *Annual Review of Political Science*, Vol. 8: 227-249, <http://arjournals.annualreviews.org/doi/abs/10.1146/annurev.polisci.8.082103.104829>
- VITALIS, André (1994), "Citoyenneté et Usages des Médias", *Revue Terminal*, 65, disponível em: <http://www.terminal.sgdq.org/articles/65/forumvitalis.html>
- MCIVER, William J. et al. (2003), "The Internet and the right to communicate", *Firstmonday.org*, <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/viewArticle/1102/1022#m7>
- ZIOMEK, Jon, (*Rapporteur*) (2005), "Journalism, Transparency and the Public Trust", *The Aspen Institute*, <http://www.aspeninstitute.org/atf/cf/%7BDEB6F227-659B-4EC8-8F84-8DF23CA704F5%7D/JOURTRANSPTEXT.PDF>