

NOS BASTIDORES DA NOTÍCIA: PESQUISA DE TERRENO NUM “JORNAL DE REFERÊNCIA”

Luís Ângelo* e Pedro Abrantes**

Resumo

A partir de uma pesquisa de cariz etnográfico realizada no jornal *Público*, este artigo identifica e analisa alguns dos principais processos sociais que, de modo informal e quotidiano, condicionam (ou possibilitam) a produção noticiosa. Rotinas produtivas e episódios relevantes são convocados e confrontados com o quadro teórico da denominada *sociologia dos media*. Este trabalho divide-se em cinco secções, dizendo respeito a outras tantas fases do processo diário de produção do jornal: agendamento, reunião de editores, relações com as fontes, produção do texto e edição/paginação do jornal. Analisam-se os actores, culturas e interações dominantes em cada uma destas fases.

Palavras-chave: newsmaking; jornalistas; observação participante

Passaram já várias décadas desde que as ciências sociais rejeitaram e desconstruíram o mito dos *media* noticiosos enquanto “espelho” da realidade envolvente (Tuchman, 1978; Schudson, 1997). Todavia, a relativa *opacidade* das empresas jornalísticas actuais e também a sua permanente reconfiguração e metamorfose contribuem para que um certo desconhecimento subsista acerca dos processos sociais efectivos que, de modo informal e quotidiano, condicionam (ou possibilitam) a produção noticiosa. Que culturas, lógicas, actores, estratégias (re)produzem, dia-a-dia, o processo de “fazer notícias” ou, mais genericamente, de “fazer jornais”?

O presente artigo procura responder a esta questão complexa, baseando-se numa pesquisa de cariz etnográfico realizada pelo sociólogo Luís Ângelo na re-

* Luís Ângelo é licenciado em Sociologia pelo ISCTE e trabalha actualmente na empresa de comunicação *Companhia de Ideias*. Contactos: 966350239 / luis.angelo@sapo.pt

** Pedro Abrantes é licenciado e doutorando em Sociologia e trabalha no Centro de Investigação e Estudos de Sociologia (CIES-ISCTE). Contactos: 967678323 / pedro.abrantes@iscte.pt

dacção do jornal diário *Público*, com especial enfoque na secção de Política. A observação quotidiana das rotinas produtivas na redacção do jornal (e em algumas “saídas” no exterior) foi cruzada com entrevistas em profundidade a alguns editores (2) e jornalistas (6). De notar que tanto o primeiro acesso (formal) ao jornal como a posterior entrada no atarefado quotidiano dos jornalistas foram processos morosos, delicados e só possíveis devido a uma combinação singular de factores.¹

O período de *observação participante* coincidiu com o primeiro semestre de 2002 — um período decisivo no contexto político português (e, consequentemente, no contexto mediático) devido à derrota nas eleições autárquicas do partido no governo, consequente demissão do primeiro-ministro e realização de novas eleições legislativas, dando a maioria à oposição. Os momentos de transição constituem palcos privilegiados de observação sociológica, visto que a quebra de rotinas torna visíveis uma série de disposições e negociações que permanecem ocultas durante os períodos de maior estabilidade.

A referida pesquisa procurou, em traços gerais, recuperar uma tradição de estudos etnográficos sobre o processo de *newsmaking* com resultados muito interessantes (ver Breed, 1955; Tuchman, 1978; Torres, 2001; etc.), aplicando-a à realidade do jornalismo português no início do século XXI. Esta metodologia permite abrir a “caixa negra” dos *media*, penetrar nos *bastidores da notícia* e explorar a forma como os *media* são *de facto* produzidos. Contudo, tem também limitações evidentes. Visto centrar-se em micro-contextos específicos (neste caso, um jornal particular), nem sempre é fácil compreender as relações complexas que esses contextos estabelecem com o meio envolvente e é complicado desenvolver extrapolações para um dado universo (o mediático) sem o recurso fácil (e ilusório) de tomar as representações dos interlocutores como a realidade. Procura-se atenuar essas limitações através da utilização de (ou comparação com) outras pesquisas importantes na área da sociologia dos *media*.

Pedro Abrantes dedicou-se à produção do presente texto, procurando compilar os muitos dados recolhidos ao longo da referida pesquisa de terreno e acrescentando algumas reflexões analíticas complementares. Todavia, é justo afirmar que, ao invés de duas fases distintas, protagonizadas por dois diferentes investigadores, o trabalho aqui apresentado resulta de um diálogo permanente, mantido ao longo destes quase três anos, desde as bibliotecas do ISCTE às ruas do Bairro Alto, e nos quais a sociologia e a amizade se foram cruzando.

O artigo está organizado em cinco secções, que coincidem com cinco fases distintas do processo diário de produção do jornal. Cada uma dessas fases possui uma autonomia relativa, reproduzida por protagonistas, lógicas e estratégias parcialmente específicos, ainda que existam também actores e princípios que restabelecem alguma coerência a todo o processo. A indicação horária com que

se inicia cada uma das secções pretende realçar a especificidade diacrónica destas várias fases, reconstituindo o processo de construção diária do jornal, mas não deve obviamente ser lida de forma rígida, não só porque parte destes mecanismos funciona ao longo de todo o dia (mesmo que tenham momentos fortes e outros fracos) mas também porque a própria gestão dos tempos numa redacção noticiosa, apesar de alguma institucionalização, é relativamente flexível.

1. O duplo agendamento noticioso

9h00. Num dos cantos da redacção, ainda deserta, rodeados de televisores sintonizados nos principais canais de televisão informativa (CNN, SkyNews, SIC Notícias, etc.) e ao lado do arquivo de faxes, onde são armazenados os documentos recebidos pelas agências noticiosas, quatro profissionais dedicam-se à produção da “actualidade da manhã” e da “actualidade para a semana”.

O primeiro documento sintetiza os acontecimentos previstos para o resto do dia, organizando o seu conteúdo de acordo com a estrutura do jornal, ou seja, por secção (Nacional/Mundo/...). Alguns acontecimentos são seleccionados a *negrito*, destacando as ocorrências consideradas mais importantes e interessantes. Além disso, a agenda contém, a indicação das horas e do local onde irá acontecer, sendo estas informações fundamentais para que, mais tarde, o jornalista a possa acompanhar.²

Um levantamento dos principais destaques da imprensa escrita é também incluído, estando, além disso, ao dispor dos jornalistas, para aprofundamento de alguma notícia avançada, exemplares de todos os jornais nacionais. Existe ainda um arquivo informático onde o jornalista tem acesso a todas as notícias avançadas pelas agências noticiosas, estando assinaladas as que estão a ser tratadas por alguém na redacção.

Na “actualidade da semana” (editada às segundas-feiras) são ordenados os acontecimentos previstos para os dias seguintes, bem como as efemérides. Estas são utilizadas, muitas vezes, como *âncoras noticiosas*. Por exemplo, a propósito do Dia Internacional da Mulher pode ser agendado um destaque de primeira página com notícias sobre a situação actual da mulher nas sociedades, notícias sobre a despenalização da interrupção voluntária da gravidez, notícias de violência doméstica, entrevistas com mulheres de “sucesso”, etc. Esta agenda é especialmente importante para antecipar determinados assuntos ou em períodos em que há uma diminuta frequência de notícias. O facto de estar agendada a discussão parlamentar do Orçamento de Estado provoca, por exemplo, uma azáfama nas secções de Política e de Economia, multiplicando-se os jornalistas em discussões, leituras e telefonemas para tentar antecipar o que vai acontecer.

Nas empresas jornalísticas contemporâneas é comum o recurso aos serviços de agenda enquanto especialização do trabalho jornalístico, com o objectivo de antecipar e balizar os acontecimentos, criando uma “rotina do inesperado” (McCombs e outros, 2000). Deste modo, “ganha-se tempo” e aumenta-se a capacidade produtiva. Actualmente, os jornalistas passam grande parte do seu tempo a trabalhar nas *newsrooms*, lado a lado com os seus colegas, e organizam o seu tempo de forma a “chegar” apenas quando algo está para acontecer, “cobrindo” fundamentalmente factos previstos (Traquina, 2000). O desenvolvimento recente da *internet* fixou ainda mais os jornalistas às suas secretárias, não sendo esta apenas uma fonte inesgotável de informação “em bruto”, mas cada vez mais um meio de interacção e investigação “em tempo real” (Deuze, 2003).

Por outro lado, a pesquisa realizada confirmou também a importância de uma segunda agenda, mais informal, construída no interior de cada secção, a partir do somatório de informações recolhidas pelos jornalistas que nela trabalham, englobando acontecimentos anotados a partir de fontes diversas, contactos privilegiados e reportagens previstas. Muitas vezes, esta segunda agenda apenas existe espalhada por cadernos, blocos, notas, ficheiros, *post-its* e na memória dos próprios jornalistas.

Há pessoas que nos dizem uma coisa... que são factores interessantes que não vêm na agenda e que a gente aponta nas nossas vidas pessoais, na cabeça de cada um de nós. [Jornalista]

A agenda dos jornalistas que resulta da sua carteira de fontes, digamos assim, que com algum grau de certeza nos podem dizer que terça, ou quarta ou quinta tenho a notícia A ou a notícia Y. [Editor]

Da fusão destas duas agendas — a institucional e a informal — resulta uma parte muito substantiva das notícias produzidas no jornal. Num diário actual de âmbito nacional e de grande tiragem, face à quantidade de informação recebida, estes dois agendamentos parecem constituir os mais decisivos processos de *identificação* de ocorrências.

Contudo, esta especialização não está isenta de perigos. Aguçados pela falta de tempo, os jornalistas limitam-se, muitas vezes, a trabalhar os acontecimentos agendados. O agendamento emerge, pois, como uma forma pouco controlada de fechamento *a priori*, reduzindo o espaço para os acontecimentos *realmente* inesperados que vão surgindo ao longo do dia. Pressões para a redução dos custos (ver secção 5) — incluindo, a diminuição do número de jornalistas e sobretudo de *correspondentes* — tendem a dificultar as investigações e “coberturas” prolongadas, deixando as redacções dependentes dos serviços de agendamento e das agências noticiosas (Traquina, 2000; Torres, 2001; Amaral, 2002).

Esta dependência reforça um *império do imediato* que se estabelece nos *media* noticiosos e que consiste na seguinte equação: o valor da notícia existe na relação inversa com o tempo entre a ocorrência e a notícia. Como nota Wolf (1987: 185), “a própria organização do trabalho jornalístico está estruturalmente orientada para captar mais os acontecimentos pontuais do que as tendências constantes ou processos sociais emergentes”. A notícia tem, assim, características contraditórias da consciência histórica dos factos, pois é construída a partir de um corte transversal, quantas vezes artificial e gerador de distorções, que delimita o tempo e o espaço a que ela se refere. Um bom exemplo disto são as descobertas científicas que, apesar de serem noticiadas como novidades apenas quando existe um acontecimento casual que as expõe (como o lançamento de um livro ou a atribuição de um prémio), normalmente se reportam a factos que se passaram meses ou mesmo anos antes. Este facto leva mesmo Schlesinger (1993: 190) a afirmar que “quanto mais tomarmos nota das notícias, menos conscientes ficaremos do que está por detrás delas”.

O jornal tende, pois, a “flutuar” ao sabor do fluxo de ocorrências agendadas ou noticiadas pelas agências. Por conseguinte, o valor da notícia tende a ser altamente variável e contingencial. As notícias que um dia podem “cair” ou sair em “breves”, em dias de escassez noticiosa podem ser “chamadas” para “primeira página” e/ou para o “destaque”.

2. Entre directores e editores

11h00. Com o intuito de programar a edição do dia seguinte realiza-se, ainda durante a manhã, uma reunião entre os directores do jornal e os editores de cada secção. A sua função manifesta é delinear o espaço ocupado por cada secção no mapa do jornal embora o que nela se discute seja bastante mais diverso. A hora de início é flutuante, dependendo da chegada dos editores. À medida que vão entrando na sala, estabelecem-se conversas paralelas entre alguns, que incluem desde temas banais até questões de fundo relacionadas com a política editorial do periódico. Esta “troca de impressões” só é cortada quando um dos directores atira: “o que acharam da edição de ontem?”

Certas coordenadas já estão definidas antes da reunião se iniciar. É o caso do número de páginas da edição seguinte do jornal,³ mas não só. Como nota Traquina (2000), devido à escassez de tempo e à diversidade de ocorrências, as empresas jornalísticas tendem a organizar o espaço *em antecipação*, segundo três critérios: proximidade geográfica (local, nacional ou internacional), especialização temática (política, cultura, desporto, etc.) e organizacional (certas instituições e agentes, como o Parlamento ou o Presidente da República merecem uma

vigilância constante). Sendo funcional, esta estruturação deixa sistematicamente “esquecidas” regiões, temas e actores, apenas referidos em casos de desastres ou escândalos. No periódico em que se desenvolveu a pesquisa, o cruzamento dos dois primeiros critérios deram origem a secções bem definidas, nas quais se divide o jornal, seus jornalistas e cada uma das suas edições. Cada secção tem um editor.

Na reunião, cada editor enuncia, então, o espaço para publicar as diversas notícias que pretende incluir nessa edição. Além disso, faz uma pequena síntese da pertinência e do interesse de que estas se poderão revestir. Por exemplo, em certo dia, o editor da secção política anunciou que precisava de sete páginas, pois tinha os artigos relacionados com o dia de cada partido na campanha (aproximadamente quatro páginas), mais as rubricas: *Descubra as Diferenças*, onde se apresentavam citadas as propostas de cada força política para determinado tema (duas páginas); e *Famílias Comentam a Campanha*, na qual se entrevistam cidadãos comuns sobre as suas intenções de voto (uma página). É através do somatório do espaço necessário para cada secção que resulta o preenchimento do espaço disponível para publicação no jornal. Esta informação vai sendo comunicada sucessivamente pelos vários editores presentes e repete-se todos os dias.

No entanto, levantam-se vários problemas ao longo da contabilização das páginas, e da explicitação do interesse das estórias. A discussão em torno da noticiabilidade dos artigos provoca as mais diversas reacções: “O pessoal da minha secção já não sabe o que é fazer reportagem e vê-la publicada! Fazem-se, mas, depois, chega outro destaque e são chicoteadas!”, dizia um editor zangado. Constrangidos pelo espaço, os editores negociam o número de páginas destinadas a cada secção, ficando as suas expectativas, muitas vezes, defraudadas. Argumentos são trocados para se justificar o espaço requerido. A saturação que os leitores poderão sentir com a presença acentuada de notícias de política é, por exemplo, uma reclamação frequente dos editores de outras secções. Mas a insatisfação sobre o espaço cedido resulta, também, do tamanho total do jornal: “As páginas que temos hoje [40], não dão para nada, não há espaço nenhum!”, desabafou outro editor.

Note-se que, durante a estadia na redacção do jornal, o espaço ocupado por cada secção não sofreu alterações significativas, nem foi muito questionado pelos diversos editores. A preponderância da política constitui, pois, um implícito consensualmente aceite e incorporado na identidade do jornal. Excepção terão sido os dias seguintes ao dia das eleições legislativas, quando a escassez de informação política — devido ao vazio institucional — quebrou o ritmo habitual de produção noticiosa desta secção. As dificuldades dos seus jornalistas eram patentes em afirmações como “a agenda é miserável!” Nestas alturas, aproveita-se a escassez de notícias para dar mais espaço a outras secções e para publicar repor-

tagens mais extensas guardadas por falta de espaço em edições anteriores. Exemplo desta situação foi a publicação de uma reportagem sobre lutas de cães em bairros periféricos de Lisboa e Porto que já estava escrita há mais de uma semana.

Um dos pormenores etnográficos mais interessantes destas reuniões é o facto de directores e editores, durante a reunião, irem “passando os olhos” por diversos jornais e revistas e, em particular, pelo *Público* do próprio dia. Aliás, a “paisagem sonora” destes encontros é, quase sempre, o barulho das páginas de jornal a serem folheadas. Periódicos nacionais e internacionais encontram-se espalhados na mesa e vão passando de mão em mão, ouvindo-se “epá, deixámos passar isto!”, “já viste esta notícia do *Guardian*?”, “o quê? O DN já avançou com isto, nós não demos nada sobre isto, como é possível?”.

Na prática, a selecção e o planeamento das notícias constituem apenas funções secundárias — ao contrário do que mostrava White (1968), hoje, o *gatekeeping* está, em geral, a cargo dos editores e suas equipas, sendo o papel dos directores (re)direccionado para outras questões (ver adiante) — funcionando esta reunião, sobretudo, como ritual catalisador de discussões mais alargadas sobre vectores editoriais (nem sempre respeitados), destaques agendados, pertinência de notícias veiculadas por outros *media*, questões organizacionais ou até opiniões pessoais. Nesta *démarche*, “afinam-se posições” e reafirmam-se, diariamente, os laços de coesão editorial entre os jornalistas que detêm mais poder na linha editorial do jornal.

Quando já tem delineada a composição da sua secção para o dia, o editor reúne-se com os seus colaboradores e estabelece um plano de cobertura noticiosa.

3. A relação ambígua com as “fontes”

15h00. Por telefone, correio electrónico ou em encontros face-a-face, uma parte substancial das notícias chega aos jornalistas através de contactos com informantes privilegiados: as “fontes”. Aliás, o valor profissional de um jornalista depende, em grande medida, da “agenda de contactos” que detém, ou seja, do seu capital social, o que não deixa também de originar alguns processos de fechamento da informação entre colegas (Bourdieu, 1987; Piselli, 2001).⁴ Todavia, as “fontes” são agentes fortemente envolvidos nos contextos sociais (por isso detêm informações importantes), nos quais desenvolvem (dis)posições e estratégias que incluem, muitas vezes, o recurso aos *media*. Tendem, pois, a estabelecer uma relação social ambígua e complexa com os jornalistas.

Durante uma reunião de editores, o editor de Política Internacional recebe uma chamada telefónica e anuncia sobressaltado aos seus colegas: “Mataram o

General Bembo!” (designado na altura como um dos líderes da Unita). A reacção dos restantes jornalistas presentes indicia que esta é uma “boa notícia” e poderá mesmo ser um acontecimento a ser “puxado” para primeira página. Instantes depois, várias dúvidas vão dissipando o entusiasmo inicial: “Mas quem é que diz isso? Será mesmo verdade?”, questiona um dos editores. A resposta não se faz esperar: “Parece que é uma organização de missionários, mas eu nunca ouvi falar dela! Bem, teremos que confirmar por outro lado”. “Para darmos essa notícia, temos que confirmar por alguém mais credível”, contesta outro editor, reforçando a ideia de que a estória necessita de validação. “Já estamos a tentar falar com o governo angolano, mas ninguém quer confirmar”, responde o editor que recebeu o telefonema, acrescentando ainda “afinal, parece que foi a TSF que já avançou com a notícia!”. A conclusão é dada por um dos directores: “Bem, temos o dia todo para confirmar a notícia por outras fontes, já está aqui um espaço reservado [na secção de Internacional], além do pedido para as outras notícias; durante o dia vamos vendo como está a situação”.

O que a princípio parecia uma certeza acaba por ser posto em causa, visto o informador ser desconhecido. Este episódio atesta bem como a confiança que os jornalistas depositam nas suas “fontes” constitui um factor chave nesta relação. Por norma, uma fonte só se torna credível após a triangulação da informação. Contudo, o que acontece é que, após uma série considerável de trocas de informação bem sucedidas, a verosimilhança associada ao informante é de tal modo elevada que as suas informações acabam por ser consideradas como factos.

Deste modo, a sucessão de momentos de interacção mais ou menos formalizados dá origem a uma rede de contactos regulares com actores — na sua maioria com uma posição elevada em instituições políticas, culturais e sociais — que podem, a qualquer momento, fornecer matéria “noticiável”. Como nota Wolf (1987), critérios sociais e funcionais cruzam-se neste processo de escolha dos informantes privilegiados.⁵

Por outro lado, é frequente os jornalistas terem que lidar com estratégias informais de propaganda ou mesmo de falsificação, movidas por actores que pretendem utilizar os *media* para valorização pessoal ou das organizações que representam (De Fontcuberta, 1999; Rebelo, 2000). Tal como o jornalista, em geral, a “fonte” prefere o contacto com as hierarquias elevadas, neste caso, dentro do jornal. Isto é, se o jornalista privilegia a informação cedida por indivíduos que ocupam posições de topo no sistema social, os informadores procuram os directores e os editores dos periódicos para revelar a sua estória, de forma a assegurar um tratamento noticioso “adequado”. Mas podem também “jogar”, em certas situações, com o perfil do jornalista ou até com a sua inexperiência.

A avaliação crítica deste tipo de situações faz parte das competências jornalísticas. A isto equivale dizer que os jornalistas desenvolvem mecanismos

de defesa objectivos e subjectivos na concepção dos seus artigos, sobretudo, quando a estória tem origem numa só fonte.

Depois há outra [estratégia], que é o pensar... vou pedir a este gajo informações, mas este gajo vai tentar... manipular e é preciso tentar resistir a essa manipulação, são vários jogos de arame. Para isso há o lado de sensibilidade, de nós sentirmos que algo ali... e depois há o outro lado, que é aquele fundamental, que é ouvir o outro lado do acontecimento, ouvir outras fontes... para ver até que ponto é que a estória está a ser manipulada por uma fonte ou que está... é que há muitas fontes que manipulam as estórias, não é? Portanto há sempre essa necessidade de cruzar... para saber até que ponto a estória... quem conta um conto acrescenta um ponto, é o nosso quotidiano. [Jornalista]

A investigação da “pista” revelada, o assegurar outros pontos de vista que confirmem (ou não) a ocorrência ou a simples citação e identificação da “fonte”, são tácticas objectivas frequentemente utilizadas para solucionar o impasse recorrente destas interações. Se estes mecanismos estão salvaguardados pelo Código Deontológico, existem outros, como o uso de expressões que reforçam a credibilidade da estória – “segundo fonte segura” ou “fonte próxima” –, que são práticas polémicas entre os jornalistas.

Por estratégias subjectivas entendemos o que todos os nossos entrevistados referenciam como uma certa “sensibilidade” ou “habilidade” para avaliar a veracidade das fontes. Embora de difícil explicitação discursiva, o jornalista tenta cruzar variáveis como as motivações e o *background* do informador, a lógica da própria estória e as consequências que ela poderá trazer, recorrendo a um “faro intuitivo” que é, em grande medida, resultado de uma incorporação de experiências e competências através da sua prática profissional.

É um jogo de... até que ponto este gajo... este gajo dá-me a informação que lhe interessa sempre... eu tenho de discernir se esta informação que lhe interessa a ele é... me é útil, independentemente do interesse dele [Jornalista]

As ambiguidades deste “jogo” resultam também do seu carácter profundamente informal. Os jornalistas, especialmente na secção de Política, movimentam-se nos mesmos circuitos que os actores/fontes, como é o caso da Assembleia da República, o que leva a um aumento da familiaridade entre eles. A troca de informações desenvolve-se em espaços relativamente informais, pois é durante um café, um almoço, um telefonema furtivo ou uma conversa de corredor que se revelam factos importantes. Além disso, há muito que o direito à protecção e confidencialidade das fontes está consagrado na lei. O que nos parece importan-

te é que o *secretismo* de certas trocas de informação tem uma correlação com a confiança e a familiaridade entre os agentes em causa.

Comprovámo-lo noutro episódio. Estava a “caravana” de partida para o norte do país, quando é rapidamente agendado um encontro entre jornalistas e os líderes de um partido, num café, para um balanço geral da campanha eleitoral para as eleições legislativas. Deslocámo-nos da feira, onde decorria mais uma acção de campanha, para um *snack*, junto à estação de comboios. O assessor de imprensa já tinha providenciado cafés para todos, enquanto o candidato cumprimentava os clientes do estabelecimento e os jornalistas presentes. A entrevista tornou-se uma conversa descontraída, onde se falou de vários assuntos, notando-se, claramente, uma familiaridade entre jornalistas e o político. A relação de confiança era tal que, mesmo com os gravadores ligados, cada vez que o candidato falava num tom *politicamente incorrecto* alertava de seguida “isto é *off record!*”, e sorria.

A publicação dos artigos não resulta da relação; antes, é parte integrante da mesma. O jornalista pode ser confrontado com a não veracidade das informações cedidas, o que coloca em causa a *sua* “fonte”. Mas, muitas vezes, as estórias publicadas também não agradam às “fontes”, sucedendo-se um “exigir de explicações”. Por vezes, até o próprio espaço do jornal onde a notícia foi publicada é criticado. Um assessor de imprensa, por exemplo, lamentou-se a um jornalista sobre o facto de um comício de outra força partidária ser noticiado na mesma página do artigo sobre o seu partido. Em ambos os casos, a relação de confiança torna-se frágil, podendo mesmo chegar a situações de ruptura.

É uma relação onde há sempre conflito, mais tarde ou mais cedo... torna-se um conflito... alguém entra em conflito com alguém... alguns de nós não falamos com, inclusivamente, algumas pessoas de determinados partidos... há sempre, ao longo da vida, vão surgindo alguns conflitos. Como sabe, às vezes, num ano, deixam de ser conflitos, depois fazem as pazes, e voltam a “chatear-se”, e voltam a fazer as pazes, é uma relação muito conflituosa. [Jornalista]

Novos desenvolvimentos têm vindo a surgir nesta relação, em particular, com a intromissão de figuras mediadoras, como os assessores de imprensa e as empresas de *marketing e comunicação*, cujo o intuito é controlar o acesso dos *media* e melhorar a imagem pública dos seus clientes. Se, no primeiro caso, existe já um *modus operandis* concreto que se enquadra na análise realizada, não alterando muito as “regras do jogo”, no caso das empresas de comunicação, a investigação sugere processos menos clarividentes e mais sofisticados, gerando maiores tensões entre diferentes éticas (comercial e jornalística).

São empresas de natureza comercial, que fazem comunicações de relações públicas; são pessoas que misturam ciência e conhecimentos de *marketing*, jornalismo, informação etc. E, no fundo, são relações comerciais, portanto nós somos uma espécie de produto, de mais valia... se entramos nesse jogo de muitas vezes aceder à lógica de actuação que eles tentam colocar nesta área, no fundo se aparecerem aos olhos do político, ou do cliente que os contracta, como os tipos que abrem a porta política da direcção do *Público*... se nos colocamos nesta posição não estamos a ter a percepção que nos transformamos numa mercadoria que sobretudo gera mais valias do lado desse intermediário. [Editor]

4. A linha editorial e o trabalho da redacção

17h00. A agenda está “coberta”, as “fontes” já foram contactadas e ouvidas, os acontecimentos estão apontados nos blocos de notas. Todavia, como é toda esta informação trabalhada? Como são seleccionadas as ocorrências a publicar e como são “tratadas”? Como são escolhidos os títulos, os “leads”, os destaques e as primeiras páginas?

A investigação realizada indica que estes milhares de micro-opções que subjazem à empresa jornalística se encontram, por um lado, definidas na linha editorial do jornal e estão, por outro lado, incorporadas e rotinizadas nas disposições dos jornalistas que compõem a sua redacção. A distinção entre estas duas componentes — instituída e incorporada — é fundamentalmente analítica porque, como veremos adiante, ambas se confundem nas práticas quotidianas de produção jornalística. Não obstante, tem alguma utilidade, em particular, para analisar os desfasamentos, por exemplo, entre uma política presente da direcção e uma cultura institucionalizada no corpo da redacção.

Definir a linha editorial em termos formais é fácil, se nos basearmos apenas no *Livro de Estilo* e nos vectores indicados pela rubrica Editorial. Contudo, não é certo que estes contenham os princípios estruturantes e é muito improvável que sejam suficientes para se compreender os quadros de referência que orientam as escolhas editoriais em relação a temas preferenciais, as regras objectivas de funcionamento do periódico e as opções mais subjectivas e implícitas do trabalho jornalístico.

Aliás, ao contrário daquilo que é habitual no jornalismo moderno, o Editorial do *Público* é assinado e é considerado, por editores e directores, uma opinião pessoal de quem o assina. No entanto, a posição hierárquica de quem o escreve é sempre das mais elevadas dentro da organização (directores ou editores), o que gera processos de dominação e legitimação simbólica, em particular, sobre os jornalistas mais novos e com situações mais precárias.

A única coisa que posso dizer é que a maior parte da redacção não concorda com os editoriais do director, é uma coisa muito debatida cá dentro. Se o editorial do actual director caracteriza ou classifica o jornal dentro de determinada linha ideológica, eu acho que não. [Jornalista]

A definição do Editorial como matriz do jornal é, pois, uma questão bastante polémica no seio da redacção. Durante a “reunião da manhã” ou nos corredores da própria organização, discutem-se factos, temas e questões relacionados com certas notícias, problemas levantados por alguns artigos de opinião, debatem-se os assuntos da actualidade e cruzam-se opiniões, no intuito de alcançar um consenso mínimo que não cause uma elevada contestação interna. No entanto, a legitimidade dessa constatação está consagrada na diversidade de opiniões incluídas nas rubricas opinativas do periódico. Foram observadas situações em que os editores com mais poder “fiscalizaram” a posição do director do jornal ou aproveitaram o seu espaço de opinião (ou o *editorial* do dia seguinte) para discutir as opiniões expressas pelo director.

Os líderes de opinião contribuem também para a definição da linha editorial nesse sentido lato, vinculando opiniões e tomando posições acerca de determinados assuntos. Todavia, a sua selecção respeita um critério de equilíbrio e diversidade de actores, representando vários quadrantes ideológicos da nossa sociedade. O principal objectivo é o jornal não ser conotado com qualquer ideologia ou corrente partidária. Tal contaminação ideológica poderia ser fatal para os valores editoriais de imparcialidade, rigor e seriedade que constam no *Livro de Estilo* do periódico.

Mesmo assim, um dos jornalistas que pertence à direcção identifica no jornal uma matriz ideológica de centro-esquerda, embora esta esteja mais ligada ao contexto histórico da emergência do jornalismo moderno — “a maneira como o jornal pensa a liberdade de imprensa, e a liberdade de expressão (...) nós somos visceralmente contra qualquer controlo da informação por parte do Estado” — do que a uma associação a partidos que se situam nesse quadrante político.

Existem alguns temas a que o jornal é particularmente sensível, dando-lhes destaque recorrente. É o caso da interrupção voluntária da gravidez ou da luta contra o racismo. Estas escolhas estão relacionadas com causas que uma parte substancial da redacção se interessa e defende, não tanto com um posicionamento político-partidário específico. Um estudo muito interessante (Kielbowics e Scherer, 1986) explora as complexas relações – de empatia ou desconfiança – que se estabelecem entre os jornalistas e os movimentos sociais, e que condicionam, de modo muito significativo, o desenvolvimento desses mesmos movimentos.

Um outro aspecto, quiçá mais decisivo para definição da linha editorial, sendo repetido até à exaustão por directores, editores e jornalistas para explicar

as opções do jornal, é o facto de o considerarem um “jornal de referência”. Este posicionamento constitui não apenas uma “colagem” aos valores, linguagens e estilo de alguns famosos jornais internacionais, mas, sobretudo, reflecte uma estratégia de demarcação face a alguns *media* que consideram “tabloidizados”.

“(…) o *Público* é um projecto que foi definido na base ter... três ou quatro áreas, na sua globalidade, que seriam estruturantes... que seriam muito importantes para a sua afirmação enquanto jornal diário de referência que era a Política Internacional, a Economia e Política Nacional (...)” [Editor]

Como em diversos outros contextos sociais (Bourdieu, 1979), essa distinção constitui uma estratégia retórica mas está também, em parte, incorporada nas práticas quotidianas e, nomeadamente, nas escolhas editoriais. Exemplo repetido é o espaço privilegiado que é concedido à secção Internacional, bem como à Política Nacional, em contraste com o pouco espaço disponível, por exemplo, para a secção Sociedade. No período de observação, a maioria dos destaques de primeira página foi, de facto, dedicada à campanha eleitoral para as legislativas e à política internacional; no entanto, a secção que ocupava mais páginas a seguir à Política Nacional, era o Desporto e não a Internacional, o que sugere uma certa distância entre discursos e práticas.

A forma de abordar os temas é também entendida, pelos próprios jornalistas e editores, como distintiva, pela isenção e rigor. Existe um desinteresse e até repugnância por notícias do foro pessoal ou criminal e que apelem, de alguma forma, ao sentimentalismo. Num sentido um pouco mais crítico, acontecimentos que se aproximem da esfera privada e da vida quotidiana do cidadão comum, tendem a ser desprezados. Utilizando uma dicotomia corrente, tende a preferir-se o importante ao interessante enquanto critério de noticiabilidade.

Basta olhar para o *Correio da Manhã* e olhar para o *Público*. O *Correio da Manhã* traz dezenas de notícias de crimes, que a Lusa deu; nós também recebemos aquelas notícias, mas nós deitámo-las logo fora, não damos importância nenhuma, têm menos importância, são notícias que interessam... a diferenciação teórica que é feita entre o interesse público e interesse do público. Nós somos mais... Os jornais especializados são mais pelo interesse público [Director-Adjunto]

A interacção entre os vários profissionais é constante. Conversas curtas que fornecem sugestões, conselhos ou correcções, são fundamentais para a elaboração dos artigos e, em geral, para a construção (colectiva) da matriz editorial. Trocam-se narrativas e constróem-se argumentações acerca dos mais variadíssimos

assuntos. Um determinado “olhar” vai-se, pois, moldando, ao longo da vivência dentro do jornal. Os valores-notícia (Traquina e outros, 2001), enquanto instrumentos enraizados no fazer noticioso e activados quase “instintivamente” pelos jornalistas, vão sendo “afinados”. Numa das entrevistas captámos a dependência que os jornalistas têm deste ambiente da redacção.

Lá [campanha eleitoral] nós passamos quase quinze dias, às vezes vimos a Lisboa, mas podes passar praticamente quinze dias sem vires à redacção e sentes a necessidade de saber quais as reacções, o que é que está a acontecer, aquilo que aquele tipo te disse... o que é as pessoas, não é só os partidos, mas como é que reagiram, que discussão é que houve e aqui na redacção é muito mais fácil tu te aperceberes. [Jornalista]

Mesmo a chefia, a maneira como, às vezes as coisas são tratadas, imagina o director vai passar aí, ao final da manhã e diz, temos que apostar nisto, eu acho que devemos fazer isto e tal – é para isso que deve haver direcção – e o editor também dá as suas opiniões e depois chegam ali, ou conversamos, também mais tarde com o director, então diz lá não sei quê, lembrei-me para nos ajudar a fazer isto [Jornalista]

A disposição dos vários departamentos do jornal, em *open space*, sem divisórias rígidas entre as secções, facilita a comunicação entre os profissionais, embora aumente também as oportunidades de controlo.

Durante a concepção das peças, ocorre um processo informal de uniformização de estilos, linguagens e titulações. Antes dos artigos serem editados são lidos pelo editor da secção e, frequentemente, por outros jornalistas. Por vezes, as correcções necessárias para que os textos possam ser editados são explícitas e formuladas através de observações directas: “Tem que refazer estes textos que vinham escritos com os pés”; “Estes títulos estão muito mal fundamentados!”. Mas as “sugestões” ditas em tom amigável ou apenas apontadas ao lado do texto, quando realizadas por editores ou jornalistas mais velhos, têm um carácter decisivo.

O circuito é basicamente este, discutir com eles, às vezes, alguns aspectos que têm a ver com a construção da notícia – o lead – o assunto mais interessante, as coisas podem não estar bem feitas eu tenho que sugerir, tenho que dar algumas indicações... [Editor]

Os próprios artigos escritos pelos directores são lidos por outras pessoas. Procura-se que o artigo sobre determinada matéria seja lido por quem mais do-

mina o assunto dentro do jornal. Evita-se, assim, que a “peça” possa provocar uma certa instabilidade dentro da redacção, ou seja, que haja críticas manifestas, protegendo-se a coesão da redacção.

Mas todos os jornalistas (incluindo os mais novos) consideram possuir uma autonomia individual, cabendo-lhes a eles a última palavra sobre os acontecimentos e a forma de os trabalhar. As normas de profissionalismo (partilhadas pela classe jornalística) e as políticas editoriais (regras específicas de cada organização) constroem o *campo de possibilidades* dos jornalistas mas, por outro lado, asseguram-lhes um certo espaço de autonomia na selecção e no processamento da notícia (Soloski, 1989). O “tabu ético” permanece como salvaguarda dos *staffers*, além de que o contacto mais próximo com os acontecimentos concretos é utilizado frequentemente para contrapor ao maior poder organizacional e simbólico dos editores e directores (Breed, 1955).

No caso em estudo, não parece, pois, existir um antagonismo manifesto entre o controlo e a autonomia dos jornalistas, na medida em que, devido a um mecanismo de legitimação da dominação simbólica, o primeiro tende a ser vivido dentro da equipa de redacção como uma aprendizagem e não uma imposição.

No início era corrigida, quando eu entrei para cá, era as coisas de, não é gramática, mas a forma de escrever, não insistas tanto neste ponto, deixa-o mais para o fim, esse tipo de coisas, mas em termos formais. Com a prática e ao trabalhar junto com o editor e ao conversar muito com ele à medida as coisas vão sendo feitas, tu chegas ao final e eu consigo ter tudo pronto às dez horas, na altura de fechar e não é preciso nem sequer perguntar ou não há necessidade de mudar. [Jornalista]

Quando um novo jornalista entra na redacção apreende, através da interacção com os outros, a matriz editorial do jornal. É uma socialização quotidiana e progressiva com a forma de noticiar “à *Público*”. No decurso das interacções quotidianas, as posições dominantes vão sendo, pois, incorporadas lentamente, até existir quase uma relação mimética (Rebelo, 2000) e consequente *osmose* de *habitus* entre as disposições do jornalista e a linha editorial. A intrusão no trabalho do jornalista é subtil, não indo em geral contra os referenciais deontológicos da profissão, embora parem na redacção estórias e boatos acerca de “censuras” e “encomendas”.

Todavia, este cenário de consenso é apenas um lado da história, sendo que as tensões e conflitos entre os diversos actores existem latentes nos meandros da redacção, manifestando-se em surdina nas interacções quotidianas entre jornalistas e explodindo em momentos pontuais. A articulação pacífica entre quem corrige e quem é corrigido é perturbada por situações em que as alterações são

recebidas com desagrado. A própria “linha distintiva” atrás identificada como critério fundamental na selecção das notícias e dos destaques é, por exemplo, entendida, por alguns sectores da redacção, como um certo “elitismo” dos jornalistas de topo ou preconceito relativamente à divulgação de determinados temas. Assistimos a uma sátira humorada, feita por alguns editores, a um artigo que noticiava o evento *Portugal Fashion*. Observámos, igualmente, uma discussão a propósito de uma ocorrência que envolvia a morte de uma criança numa escola primária por causa da queda de um pneu, oriundo do veículo motorizado pesado. Esta notícia deu abertura em quase todos os telejornais e foi capa no DN, mas, no *Público*, editores e directores debatiam se tinha valor noticioso suficiente para vir mencionada na coluna das “breves”.

5. O jornal e o mercado

21h00. As notícias estão escritas, editadas e revistas, as fotos estão escolhidas e os paginadores dão agora os últimos retoques na composição e no grafismo das páginas. Espera-se o fecho dos telejornais, de forma a poder incluir ainda novidades de relevo que tenham escapado no trabalho do dia. Entretanto, falta editar a primeira e a última páginas. É aqui que vemos instalar-se uma lógica diferente da verificada nas restantes etapas da produção jornalística. O objectivo fundamental transfere-se do informar os leitores para o cativar os olhares. A imagem sobrepõe-se ao conteúdo.

As pessoas quando constroem a primeira página têm em conta aquilo que interessa para os leitores e aquilo que os cativa mais. [Director-Adjunto]

Constatámos que as notícias que apresentam características de exclusividade ou que sejam dadas em “primeira mão” ganham especial importância no processo de edição, sendo frequentemente “puxadas” para a primeira página. Isto implica o acompanhamento ao minuto da produção noticiosa dos restantes *media*. Só assim as notícias adiantadas como novidade poderão ser um facto de orgulho para todo jornal e uma forma de afirmação da maior qualidade (ou utilidade) do periódico em relação a outros. Como nota Bourdieu (1997), a vigilância cruzada que se verifica entre *media*, na ânsia da originalidade, acaba por contribuir para uma certa uniformização noticiosa.

A esquematização da última página é particularmente interessante, visto que os valores-notícia utilizados para esta secção são claramente inversos daqueles que prevalecem nas restantes secções. A derradeira página era, à data desta pesquisa, aproveitada para publicar *fait-divers* ou notícias “engraçadas”. Antecipan-

do-se à pergunta sobre que matéria colocar na última página, um jornalista exclama orgulhoso: “Tenho uma estória do *Guardian* que tem sexo e espiões; isto é hilariante!” Procura-se, assim, quebrar a seriedade do conteúdo do resto do jornal através da divulgação de notícias mais “leves”, que cumpram fundamentalmente requisitos de entretenimento.

Seria demasiado ingênuo concluir que as pressões comerciais só se verificam à noite, durante o processo de edição da primeira e última páginas. Apercebemo-nos, por exemplo, que uma das principais cedências dos jornalistas terá sido, algum tempo antes da pesquisa se realizar, a redução da dimensão dos artigos e do nível de abstracção patente nos títulos. Esta mudança teve como principal objectivo alargar o espectro de audiência e aumentar a publicidade. Tanto administradores como parte dos jornalistas considera até que esta transformação deveria ser aprofundada, incluindo, por exemplo, o recurso a notícias de cariz mais “humano” (ver atrás).⁶ Em vez de uma situação de *them and us*, uma grande heterogeneidade de posicionamentos toma lugar.

Eu acho que o jornal pode manter a sua identidade e pode-se tornar mais leve, pode-se tornar mais fácil de ler. Por exemplo com esta renovação gráfica tornou-se mais fácil de ler, deixou de ter títulos à Independente... que são aqueles títulos interpretativos, do género “Uma maça no deserto” ou “Voando sobre um ninho de generais – Paulo Portas” uma coisa assim... “Voando sobre um ninho de generais” não se percebe, agora se for assim “Generais estão preocupados com cortes no orçamento propostos pelo novo ministro da Defesa”, que é o que nós escrevemos agora, que é um título absolutamente descritivo. [Director-Adjunto]

Contudo, a referência ao processo de formatação da primeira e última páginas pretendeu realçar um fenómeno de dualidade de critérios e processos ou mesmo de *inversão simbólica*. Aquilo que são lógicas e pressões mal aceites e raramente assumidas durante a produção das notícias tornam-se valores entendidos e defendidos como naturais e inevitáveis na fase final de edição do jornal. Como se, no processo complexo de negociação com a esfera empresarial, os jornalistas se fechassem no corpo do jornal — lutando com as suas armas deontológicas, mitos e práticas (Tuchman, 1972; Schudson, 1982) — oferecendo as páginas exteriores à vertigem comercial.

Este processo de luta de poderes é, obviamente, bem mais complexo e transversal aos diversos *media* noticiosos, a nível internacional (Torres, 2001). Como qualquer outra organização, um jornal move-se num contexto que não é neutro e necessita de desenvolver estratégias de adaptação a esse meio envolvente (Croizier e Friedberg, 1977). Isto é, o acto de comunicar ou informar não gera

apenas reacções na audiência, o próprio comunicador é “atingido” por sinais e indicações que condicionam (em retroacção) os vários passos de construção do seu discurso (Rebelo, 2000). Existem, por um lado, actores sociais internos — como a própria administração da empresa, os accionistas, o conselho de redacção — e, por outro lado, actores externos, como os leitores (que enviam cartas comentando e criticando os conteúdos publicados) ou mesmo *lobbies* (políticos, religiosos, económicos, culturais) que constroem frequentemente a empresa, em termos financeiros, simbólicos e/ou de acesso à informação.

Segundo alguns investigadores, a dependência crescente da publicidade e, mais genericamente, das estratégias empresariais reflecte-se numa coacção estrutural cada vez mais forte sobre o trabalho dos jornalistas. Para Bourdieu (1997), não apenas a televisão mas também os jornais de referência “estão a perder a sua aura e vêem-se, eles próprios, obrigados a fazer concessões à lógica do mercado e do marketing” (p. 88), onde as tiragens e as vendas, reforçadas por uma retórica da legitimidade democrática, sobrepõem-se à linha deontológica ou editorial mais “pura”.

Neste caso específico, o jornal nasceu da conjugação singular de um projecto jornalístico com a sustentação financeira garantida por um grupo económico. Ao fim de alguns anos de trabalho, começou a sentir dificuldades evidentes relacionadas com a sua viabilidade financeira. A autonomia económica do matutino não foi alcançada no prazo inicialmente previsto o que deu origem a uma série de “cortes”, por exemplo, no número de correspondentes. Doravante, o peso do agendamento e dos faxes das agências noticiosas cresceu substancialmente (ver atrás). Como nota Rebelo (2000), o modelo de viabilidade das empresas jornalísticas nem sequer corresponde directamente às exigências dos leitores; antes procura combiná-las com as exigências dos custos de produção. Além disso, esta evolução menos positiva fez emergir algumas disparidades na interpretação do projecto jornalístico, em particular, entre jornalistas e gestores.

As mudanças de direcções, disto e daquilo, porque resultavam de um entendimento diverso do accionista e do grupo de jornalistas que fundou o jornal, quanto ao estágio de desenvolvimento do projecto (...) Gerou alguma conflitualidade interna, alguns problemas que tinham basicamente a ver com a questão empresarial, isto é, com a questão... com o contrato que foi estabelecido ao princípio, quer dizer, entre os fundadores e o accionista, que ao fim de cinco anos não estava a dar os resultados pretendidos, ou seja, não se estava a atingir o patamar suficiente de vendas para a viabilização do jornal. [Editor]

Ainda hoje encontramos alguns indícios de problemas relacionados com a “sobrevivência” do jornal, provavelmente, agravadas pela quebra nas receitas

publicitárias, transversal a todos os órgãos de informação, desde o pós-11 de Setembro. Os directores da redacção revelam dificuldades financeiras acrescidas no contacto com outros profissionais. Deixam escapar frases como “se não há dinheiro, fecha-se o jornal; tem de haver dinheiro!”, o que é sempre recebido com alguma apreensão dentro da redacção. O futuro, mesmo a curto prazo, mantém-se incerto, o que é motivo de comentários frequentes e de estratégias individuais e editoriais muito diversas.

Considerações finais: projecto identitário e rotinas produtivas

A produção do jornal surge, pois, como o resultado do alinhamento de uma série de factores variáveis, bem como, numa perspectiva interaccional, das negociações quotidianas entre diferentes actores, com recursos, posições e lógicas de acção diferenciadas. A objectividade tende a surgir não apenas como um “mito estratégico”, mas também como um recurso dos jornalistas na interacção com outros actores e uma “disposição prática” (entre outras), destinada a assegurar o estatuto distintivo do jornal. Os derradeiros parágrafos são dedicados a uma breve reflexão analítica sobre os processos sociais observados e atrás apresentados.

Os *media* noticiosos e, em particular, os jornais diários encontram-se hoje num *fogo cruzado*. Por um lado, o valor e a procura por informação independente é cada vez maior, o que garante a estes jornais e jornalistas um papel chave e um estatuto prestigiado nas sociedades contemporâneas. Por outro lado, as flutuações nas receitas da publicidade e das vendas — derivadas da enorme concorrência no sector (televisões, rádios, sites informativos, outros periódicos) — a par dos pesados encargos com pessoal e equipamentos deixam o jornal numa situação de permanente incerteza face ao futuro e vulnerabilidade às pressões de agentes externos com maior capital económico.

Acresce que a recente precarização dos vínculos laborais e as pressões para o crescimento das desigualdades entre um nicho de profissionais muito bem pagos e uma massa anónima de trabalhadores mal pagos e em situações de insegurança crónica (Beck, 2000) são processos que atingem fortemente o jornalismo e põem em causa a unidade da classe. A rápida transformação das relações de trabalho e, em particular, a forma como um jornal diário de referência funciona, cada vez mais, com base em “colaboradores” com vínculos precários ou informais constitui, só por si, um objecto de estudo importante e interessante.⁷

Em suma, enquanto o jornalismo se estabelece, definitivamente, como *locus* fundamental de poder, assiste-se à institucionalização de uma *dupla vulnerabilidade estrutural* — do jornal e dos jornalistas. Esta contradição reflecte-se na ambiguidade que pauta os quotidianos do jornal e, genericamente, os discursos

e as práticas dos jornalistas. Disposições de distinção e independência (quase arrogância) alternam com sinais de insegurança e/ou estratégias (assumidas ou implícitas) de aproximação a outros *loci* de poder.

Além disso, as crescentes possibilidades (e exigências) de informação em “tempo real” colocam também os *media* sob pressão. Neste contexto, os jornais diários situam-se num espaço de fronteira, obrigados a competir com *media* que actualizam continuamente a informação (televisão, rádio, *internet*) e publicações semanais ou mensais que dispõem de mais tempo para reportagem, análise e reflexão. A observação no *Público* mostra o desenvolvimento de uma estratégia de jogo nos dois tabuleiros, apostando no valor “actualidade”, mas também no valor acrescentado das reportagens, sínteses e colunas de opinião.

Por fim, esta pesquisa mostrou como a fusão de um grupo empresarial forte (mas centrado noutros sectores de actividades) e de uma equipa de jornalistas dispostos a construir um projecto jornalístico moderno e de “referência” pode institucionalizar um conjunto de rotinas produtivas específicas, incorporadas na identidade do jornal e que perduram mesmo quando parte dos fundadores já não fazem parte do projecto (por vezes, em resistência ou confronto aberto com as pressões da nova administração e direcção do jornal). Todavia, mostrou também como esta identidade é constantemente negociada e (re)construída através de complexas lutas de poder — tendendo a criar modelos jornalísticos *ad-hoc*, duais ou até múltiplos —, em particular, com a introdução de novas lógicas e dinâmicas que procuram adaptar o jornal às exigências do mercado.

Notas

- ¹ O acesso de um sociólogo aos quotidianos da redacção originou um período de *estranheza* inicial, seguido por um intenso processo de negociação identitária. Neste caso, a existência de um contingente flutuante de jornalistas estagiários que entra e sai periodicamente no jornal facilitou a entrada do investigador, sendo a sua identidade frequentemente confundida com a destes estagiários. Por outro lado, a presença quotidiana em espaços e tempos específicos, como por exemplo a única sala onde os jornalistas são autorizados a fumar, foi restabelecendo uma gradual familiaridade, a partir da qual o investigador foi extraindo algumas das suas observações mais valiosas.
- ² A principal “matéria-prima” deste departamento são “fontes oficiais”. No campo da comunicação social: agências noticiosas nacionais e internacionais, noticiários de rádios, televisões, sítios de *internet*, jornais. No campo político: comunicados de partidos políticos, marcações de conferência de imprensa, declarações. Noutras áreas: conferências, debates e comunicações de organizações particulares ou estatais.
- ³ O número de páginas varia consoante o número de anúncios publicitários vendidos. O *Público* é gerido a partir de um modelo – o industrial – que estudou, em termos financeiros, o equilíbrio «perfeito» entre gastos de produção do jornal – jornalistas, papel, tinta, logística, distribuição, etc. – e receitas em publicidade. A partir de uma matriz em que ‘x’ anúncios viabilizam os gastos de ‘y’

páginas, encontra-se um coeficiente que determina o número de páginas da edição. Isto pode acarretar alguns problemas, visto que, por vezes, têm que ficar de fora muitos artigos. Para resolver este caso, a edição média de páginas é um pouco mais reduzida do que o coeficiente determinaria. Deste modo, caso exista uma produção noticiosa fora do comum ou se registre uma quebra acentuada na publicidade, haverá uma relativa margem de manobra. Evita-se, assim, que haja uma variação constante no número de páginas.

- ⁴ Piselli (2001) desenvolve, de forma muito clara e interessante, o conceito de capital social, em particular, enquanto recurso individual e enquanto recurso colectivo, reflectindo sobre as coincidências mas também as tensões que podem existir entre eles, sobretudo em organizações (como as empresas jornalísticas).
- ⁵ “A rede de fontes que os órgãos de informação estabelecem como instrumento essencial para o seu funcionamento, reflecte, por um lado, a estrutura social e de poder existente, e, por outro, organiza-se a partir de exigências dos procedimentos produtivos” (Wolf, 1987: 198).
- ⁶ Todavia, este tipo de notícias nem sempre é bem recebida pelo grupo mais intelectual de leitores do jornal, que escrevem frequentemente ao director ou ao provedor dos leitores, discordando da inclusão de notícias que consideram sensacionalistas.
- ⁷ Estas mudanças estruturais na classe jornalística foram apenas sugeridas pela pesquisa de terreno, não tendo sido analisadas sistematicamente. No entanto, a sua pertinência merecia, só por si, uma outra investigação.

Referências Bibliográficas

- AMARAL, Sandra (2002), “Para dizer da não neutralidade da *objectividade noticiosa*”, em *Trajectos*, Lisboa, Editorial Notícias, nº1.
- BECK, Ulrich (2000), *The Brave New World of Work*, Cambridge, Polity Press.
- BOURDIEU, Pierre (1979), *La distinction: critique sociale du jugement*, Paris, Les Editions de Minuit.
- BOURDIEU, Pierre, (1997), *Sobre a Televisão*, Oeiras, Celta Editora.
- BREED, Warren (1955), “Controlo social na redacção: uma análise funcional”, em Nelson Traquina (org.), *Jornalismo: Questões, Teorias e «Estórias»*, Lisboa, Vega, pp. 152-176.
- CROIZIER, Michel e FRIEDBERG, Erhard (1977), *L'acteur et le système: Les contraintes de l'action colective*, Paris, Éditions du Seuil.
- DE FONTCUBERTA, Mar (1999), *A Notícia – Pistas para Compreender o Mundo*, colecção “Media & Sociedade”, Lisboa, Editorial Notícias.
- DEUZE, Mark (2003), “Para compreender o impacte da *internet* no jornalismo”, *Trajectos*, nº 2, pp. 95-106.
- KIELBOWICZ, Richard e SCHERER, Clifford (1986), “The role of the press in the dynamics of social movements”, *Research in Social Movements, Conflicts and Change*, 9, pp. 71-96.

- MCCOMBS, Maxwell e SHAW, Donald (2000), “A função do agendamento nos media”, em Nelson Traquina, *O Poder do Jornalismo: Análise de Textos da Teoria do Agendamento*, Coimbra, Livraria Minerva.
- PISELLI, Fortunata (2001), “Capitale sociale: un concetto situazionale e dinamico”, em Arnaldo Bagnasco e outros, *Il Capitale Sociale: Istruzioni per l'uso*, Bolonha, Mulino, pp. 47-76.
- REBELO, José, (2000), *O Discurso do Jornal: o Como e o Porquê*, colecção “Media & Sociedade”, Lisboa, Editorial Notícias.
- SCHLESINGER, Philip (1993), “Os jornalistas e a sua máquina do tempo”, em Nelson Traquina (org.), *Jornalismo: Questões, Teorias e «Estórias»*, Lisboa, Vega, pp.177-190.
- SCHUDSON, Michael (1997), “The sociology of news production”, em Daniel Berkowitz (org.), *Social Meaning of News: a Text Reader*, Cambridge, Sage Publications.
- TORRES, Magdalena Elisondo (2001), “Two weeks in the Latin American press: an analysis from the newsmaking sociology perspective”, *World Futures*, 57, 5, pp. 453-479.
- TRAQUINA, Nelson (2000), *O Poder do Jornalismo: Análise de Textos da Teoria do Agendamento*, Coimbra, Livraria Minerva.
- TRAQUINA, Nelson, Ana Cabrera, Cristina Ponte e Rogério Santos (2001), *O Jornalismo Português em Análise de Casos*, Lisboa, Caminho.
- TUCHMAN, Gaye (1978), *Making News: a Study in the Construction of Reality*, Nova Iorque, The Free Press.
- WHITE, David (1955), “O gatekeeper: uma análise de caso na selecção de notícias”, em Nelson Traquina (org.), *Jornalismo: Questões, Teorias e «Estórias»*, Lisboa, Vega.
- WOLF, Mauro (1987), *Teorias da Comunicação*, Lisboa, Editorial Presença.